

**ПРИОРИТЕТНЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ОБРАЗОВАНИЕ»
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ**

**К.В. МАЕРОВА
А.В. АНИСИМОВА**

**ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА
ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ МАГИСТРАМ-ФИЛОЛОГАМ,
БУДУЩИМ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ**

Учебное пособие

**Москва
2008**

Тема 1. Современное состояние и история развития языка делового общения.

1. Роль языка делового общения в формировании мировой повестки дня на русском языке.
2. Востребованность русского языка делового общения.
3. Иностраный филолог-магистр как носитель и преподаватель русского языка делового общения.
4. Основные черты современного официально-делового стиля.
5. Краткая история развития официально-делового стиля русского языка.
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература.

1. Роль языка делового общения для формирования мировой повестки дня на русском языке.

Первая лекция является основополагающей для всего учебно-методического комплекса (в дальнейшем УМК), посвященного преподаванию русского языка делового общения магистрам-филологам, будущим преподавателям русского языка как иностранного, а также тем иностранцам (бизнесменам, руководителям деловых кругов, представителям менеджмента и маркетинга, переводчикам устной и письменной деловой речи), которые интересуются русским языком делового общения.

Возросший за последние годы имидж российского бизнеса, интерес к деловому межкультурному общению привели не только к необходимости того, чтобы магистры-филологи владели языком русского делового общения, но и к востребованности преподавателей деловой речи на продвинутом этапе обучения, способных подготовить это общение.

Для формирования мировой повестки дня на русском языке как языке международного общения необходимо владеть этим деловым общением (слышать, думать, говорить, писать на русском языке о делах), то есть действовать словом в разных подстилях делового языка во всех его жанровых разновидностях.

2. Востребованность языка русского делового общения на современном этапе.

Прагматизм современного мира убедительно показывает, что востребованность языка делового общения на продвинутом этапе обучения – основная мотивация изучения русского языка не только для иностранцев из дальнего зарубежья, но и для населения СНГ, для мигрантов, а также для носителей русского языка, которые нуждаются в профессиональном овладении деловым общением.

Деловые и экономические контакты России повысили интерес к изучению русского языка делового общения, что вызвано различными причинами: надеждой получения работы на фирмах, в банках, повышенным спросом на людей, компетентных в вопросах делового общения; ростом инвестиций иностранного капитала в российскую экономику (а значит и интересом к русскому языку делового общения тех, кто инвестирует), большими волнами мигрантов из СНГ, которые тоже почти не знают русский язык, особенно деловой, а также интерес к русскому языку за рубежом, где бизнесмены, вступающие в деловые отношения с Россией, хотят знать этот язык (особенно в Китае, Корею, Вьетнаме, Японии, Индонезии, Индии, в странах Африки и в др.).

3. Иностраный филолог-магистр как носитель и преподаватель русского языка делового общения

Цели обучения русскому языку делового общения структурируют и определяют набор учебных тем УМК.

Рецептивно и продуктивно учащиеся овладевают лексикой и грамматическими структурами официально-делового стиля, что при штампах, клише, свойственных этому стилю, а также учитывая языковую компетенцию магистров и специальную методику преподавания, достижимо в сравнительно короткие сроки.

Многолетний опыт работы преподавания делового общения магистрам показал, что подготовка студентов в бакалавриате служит основой для обучения магистров устной деловой речи, но овладение письменной деловой речью вызывает серьезные трудности, что выдвигает перед УМК по языку делового общения необходимость серьезно повысить внимание к выработке умений по письменному языку делового общения.

Рецептивная компетенция в ОДС сводится к декодированию воспринятых текстов, что облегчается чтением текстов, чему помогает знание особенностей образцов и клише, а в письменной речи – использованием компьютера.

На функционирование ОДС влияет технология создания, передачи, переработки и сохранения информации. Письменное деловое общение требует учета его связи с электронными системами, а в устном – следует опираться на современные теории делового общения (Д.Карнеги, Э.Шострома, трансактного анализа, «переговоров без поражения», М.Н.Лебедевой, А.Н. Чумикова и др.).

УМК осуществляется на основе «Программы...» (составитель проф. Маерова К.В.), которая предназначена для филологов-магистров, деловых людей и т.п. Программа ориентирована на учащихся, владеющих 1-2 уровнями общего владения русским языком, и рассчитана на 1,5 года стационарных занятий (или 1-1,5 месяца занятий на интенсивных курсах).

Содержание курса включает в себя систематизированную краткую характеристику лексических, морфологических, синтаксических особенностей ОДС, различных видов документов, приемы их составления и исправления, а преподавателю РКИ дает материал и установки для преподавания ОДС в иностранной аудитории.

4. Основные черты современного официально-делового стиля

Официально-деловой стиль играет важную роль в формировании и развитии русского литературного языка. Он обслуживает сугубо официальные и чрезвычайно важные сферы человеческих взаимоотношений: отношения между государственной властью и населением, между странами, между предприятиями, учреждениями и организациями, между личностью и обществом. Фактически, от рождения и до смерти каждый человек в той или иной степени находится в сфере действия официально-деловой речи.

Интерес к функционально-стилевым разновидностям русского языка, обслуживающим деловую сферу общения, усилился в связи со все возрастающей ролью деловой речи, а также существенными изменениями с точки зрения содержания и стилистической дифференциации, которым она подвергалась в последние десятилетия. Многообразие деловой речи привлекло внимание стилистов недавно. (Что справедливо указывают многие ученые Иссерлин Е.М., 1970; Рахманин А.С., 1988; Веселов П.В., 1993; Д.Э. Розенталь, 1984; К.В. Маерова, 1983; Караулов. 1995). Вне зависимости от степени сходства различных стилей официально-деловой стиль выделяется в них всегда. Обычно официально-деловой стиль включается в группу книжных стилей речи.

Официально-деловой стиль характеризуют: точность, конкретность, объективность, императивность, стандартизированность.

Вообще, точность словоупотребления, синтаксиса и стилистических особенностей - необходимая черта всех функциональных стилей.

Эта черта выступает в ОДС в чистом виде. Ее цель - недопустимость кривотолков. В официальных и деловых документах обязательны однозначность выражения, и однозначность формы.

Всегда во все века однозначность языка деловой бумаги, его формализованность рассматривались людьми как средство ограничения произвола власти.

Еще в V в. до нашей эры древнеримский плебс требовал введения четких «писанных» законов. Когда же такие законы появились, от делопроизводителя требовались абсолютная точность формулировок, доскональное соблюдение формы. Иначе документ терял юридическую силу.

Функционально-стилистический состав современного русского языка включает официально-деловой стиль – стиль государственных актов, законов, международных документов, уставов, инструкций, деловой переписки и т.д.

Социальная функция письменной деловой речи очень важна и своеобразна: деловая речь обслуживает общественные отношения людей, служит для связи органов власти с населением, для взаимосвязи учреждений, организаций и отдельных групп населения, для международных связей в области политических, экономических, социальных и культурных отношений.

Постановления, решения, распоряжения государственных учреждений, различные документы предприятий, а также общественных организаций составляются согласно правилам делового стиля. Учет денежных и материальных ценностей, взаимных обязательств в области трудовых, производственных и торговых отношений также обслуживается деловой речью.

Из своеобразия функций деловой речи вытекает ее языковое и стилистическое своеобразие. Главными чертами деловой речи должны, в идеале, являться точность, лаконичность и конкретность.

Продуманность и четкость формулировок, нормализация и стандартизация необходимы в деловом документе. Деловая речь характеризуется частой повторяемостью и единообразием речевых средств.

Клише и стандарты – характерная особенность делового стиля. Они вызваны тем, что тематический круг деловой речи строго определен, ограничен, ситуации его применения сравнительно немногочисленны и однотипны. Однотипные факты оформляются документами определенного вида, однородными по наименованию, форме и содержанию.

«Клише» в деловом документе не враг, а помощник, так как оно помогает конкретнее, лаконичнее и иногда понятнее выразить мысль.

«Канцелярский штамп - это вполне оправданная и даже необходимая примета определенной функциональной разновидности деловой речи»[\[1\]](#).

Деловая речь (с точки зрения эмоционально-экспрессивной окрашенности) - речь нейтральная. Нейтральный тон изложения является нормой делового этикета. Личный, субъективный момент в деловой речи сведен к минимуму. Поэтому за пределами деловой речи оказываются, например, формы, обладающие эмоционально-экспрессивной окрашенностью (существительные и прилагательные с суффиксами субъективной оценки, междометия и т. п.). Использование разговорных, просторечных, диалектных и др. слов и фразеологических оборотов в деловой речи недопустимо. Это не означает, что стиль изложения в официальном тексте всегда должен быть абсолютно нейтральным. В документе может быть выражена просьба или благодарность, предъявлено требование (нередко в категоричной форме) и т.п. Однако в любом случае в первую очередь должны использоваться средства логической, а не эмоционально-экспрессивной оценки ситуации и фактов.

Специфической чертой официально-деловой речи является ее императивность, долженствующе-предписывающий характер, который свойствен языку официальных и, особенно, юридических документов.

Например: «Покупатель обязан оплатить товар в течение 10 банковских дней с даты подписания контракта. За каждый день просрочки платежа покупатель уплачивает штраф в размере 1% от стоимости товара».

Однотипные факты в типичных ситуациях оформляются документами определенного вида, однородными по наименованию, форме и содержанию (в последние годы эти особенности поддерживаются

и развиваются использованием компьютера; чему особенно способствуют интернациональные компьютерные системы (напр. Internet).

Стандартизованность делового языка выражается в следующем: - в наличии языковых формул, устойчивых оборотов, словосочетаний, терминов, принятых сокращений, условных обозначений; - наличии моделей предложений, отобранных в результате многолетней практики; - в семантике слов с реально-предметным значением; - в способах составления текста по аналогии.

Устойчивые речевые формулы имеются во всех стилях речи, так как существует потребность в выражении повторяющихся содержаний, оттенков смысла. «В системе современного русского литературного языка - писал В. В. Виноградов, - слова по большей части функционируют не как произвольно и неожиданно сталкиваемые и сцепляемые отдельные компоненты речи, а занимая устойчивые места в традиционных формулах. Большинство людей говорит и пишет с помощью готовых клише»^[2].

Унификация деловых документов оправдана с экономической точки зрения (ограниченный набор средств позволяет при соблюдении грамотности, а отчасти и выразительности быстро, рационально, без ненужных «творческих мук слова» обслуживать нужды общения, т.е. экономить силы на процессе составления официальных документов); с технической точки зрения (открывается возможность машинной обработки информации); с психологической точки зрения (облегчается процесс восприятия документа).

Систему официально-делового стиля составляют единицы трех типов:

1) языковые единицы, обладающие соответствующей стилистической (точнее - функционально-стилевой) окраской. В первую очередь, это лексические единицы, некоторые синтаксические конструкции, реже – морфологические формы;

2) языковые единицы стилистически нейтральные и свойственные в равной степени всем стилям, т.е. межстилевые единицы;

3) языковые единицы стилистически нейтральные, но функционирующие преимущественно в данном стиле, так что стилистически значимым становится их количественное преобладание в этом стиле (по сравнению с другими). Такими «количественно маркированными» единицами являются в первую очередь некоторые морфологические формы, затем – синтаксические конструкции.

Лексические и синтаксические особенности делового стиля не могут быть, однако, абсолютно единообразными, так как находятся в прямой зависимости от жанра и содержания делового документа, т.е. в зависимости от принадлежности последнего к той или иной отрасли государственной и общественной деятельности.

Деловая речь больше связана с повседневно-бытовой тематикой и поэтому больше подвержена изменениям под воздействием социально-исторических факторов.

Своеобразные черты имеет и синтаксис разных деловых жанров. Поэтому стиль закона может отличаться от стиля международного договора, стиль военного устава – от стиля протокола или заявления.

Естественно, что один и тот же жанр деловой речи в разные исторические эпохи претерпевает значительные стилиевые изменения.

Итак, жанр и время – вот что определяет разнообразие речевых средств и стилистических приемов, применяемых в деловой речи.

Каковы же общие языковые черты деловой речи, формирующие ее стилистическую характерность?

Деловая речь – один из видов литературного языка. Не изолированная от него, она в то же время имеет ряд специфических особенностей:

1) широкое, тематически обусловленное использование: а) профессиональной терминологии (юридической, дипломатической, военной, бухгалтерской и т.п.); б) сокращенных слов, сокращенных названий различных организаций и учреждений;

2) отсутствие (как правило) диалектизмов, жаргонных и просторечных слов;

3) минимальное использование междометий, модальных слов и имен с суффиксами субъективной оценки, что объясняется функциональными свойствами деловой речи, задачей объективного, лишённого эмоционального и субъективного отношения к излагаемым явлениям (за исключением некоторых исторических моментов, когда отдельным деловым документам специально придается патетико-публицистических характер);

4) частое употребление отглагольных существительных;

5) преобладание, вследствие замены глаголов отглагольными именами, пассивных форм выражения над активными; употребление новых слов-связок и нагромождение большого количества форм родительного падежа. Родительный падеж гораздо чаще употребляется при именах, чем при глаголах, и, так сказать, специализировался в своей приименной роли;

6) преобладание существительных над местоимениями;

7) частое использование глаголов со страдательным значением, страдательных причастий и деепричастий;

8) строгий и определенный порядок слов в предложении:

а) подлежащее чаще всего стоит ближе к началу предложения и, как правило, предшествует сказуемому; б) определения стоят перед определяемыми словами; в) дополнения ставятся после управляемого слова; г) обстоятельственные слова (наречия) стоят по возможности ближе к слову, к которому они относятся; д) вводные слова обычно ставятся в начале предложения.

Деловая речь носит, как правило, повествовательный характер. Поэтому вопросительные и восклицательные предложения встречаются в документах в виде редких исключений.

Определительные придаточные предложения обычно ставятся рядом с тем существительным, к которому они относятся.

Характерной особенностью деловой речи является также существенное преобладание сложных предложений: простое предложение не может отразить иерархическую последовательность взаимосвязанных фактов, подлежащих официально-деловой интерпретации.

Расстановка членов внутри предложения, как правило, следующая. Дополнительные придаточные предложения обычно стоят рядом со сказуемым. Обстоятельственные придаточные предложения располагаются перед главными предложениями или вслед за ними в зависимости от их назначения. Если акцент нужно сделать на обстоятельствах совершения действия. То придаточное предложение ставится впереди. Наоборот, если придаточное предложение только поясняет главную мысль сложного предложения, то оно ставится после главного.

Кроме полных номинаций широко представлены в ОДС аббревиатуры ММВБ, ТОО, ООО, АОЗТ и т.п. В современном языке аббревиатуры играют роль ускорителя прохождения информации. Появились они впервые в деловой речи в конце XIX века (АМО – Автомобильное Московское общество). В 20-е годы XIX века возникло очень много аббревиатур в связи с созданием новых учреждений, предприятий, понятий, связанных с советской властью. Аббревиатуры считались долгое время пороком для русской речи. Л.В. Щерба писал, что «необщепотребительные сокращения недопустимы в русском языке» [3].

Формирование аббревиатур происходило на базе текстовых графических сокращений, которые широко употреблялись в печати после революции. Под влиянием экстралингвистических факторов (революция, строительство СССР) аббревиация из малоупотребительного средства сокращения номинации превратилась в активный словообразовательный способ. Т.Г. Винокур писала по этому поводу: «Сокращения наши, поскольку они не только плодятся наспех, без разбору, по всякому удобному и неудобному случаю, будучи замкнуты в кругу понятий из сферы государственной, политической и экономической жизни, есть составная часть современного русского языка и выполняют в составе этого языка свою культурную функцию» [4].

Наряду с тем, что лексика делового стиля включает большое число собственно русских слов (старославянских, общеславянских по происхождению (товар, накладная, упаковка, цена, заказчик и т.д.), в

ней очень много заимствований из различных языков (английского, французского, немецкого, голландского): для обозначения лиц, надзирающих за коммерцией (аудитор, ревизор), называющих коммерческие учреждения (биржа, супермаркет, фирма, бартер, эмбарго), называющих экономические термины (экспорт, импорт, клиринг, инфляция, конъюнктура, брокер и т.д.).

В целях экономии в деловой речи часто употребляют причастные и деепричастные обороты. Стилистической особенностью деловой речи является также преимущественное использование косвенной речи. К прямой речи в деловом стиле прибегают только в тех случаях, когда необходима дословная передача, цитирование законодательных актов или других документов.

Несмотря на консерватизм главных языковых элементов делового стиля, современная эпоха вложила в него свойственные ей стилистические тенденции развития литературного языка в целом, отразила характерные для нее общественные языковые вкусы. Огромную роль играют здесь технические средства.

В настоящее время активно проявляется стремление к большей простоте, свободе, снижению (в пределах литературных норм), смягчению и разнообразию средств выражения.

В деловой речи это общеязыковое устремление поддерживается и внутренними потребностями современного делопроизводства. Для него сейчас характерны: рационализация в ведении документов, сокращение излишней отчетности, излишней переписки, борьба с бюрократизмом. Заимствование форм делового письменного этикета из делового языка других языков (например, английского, французского и др.), установлены типовые образцы по составлению деловых бумаг с точки зрения отбора деловой лексики, фразеологии и синтаксиса.

В деловой речи часто встречаются устойчивые обороты и фразы, они просты и лаконичны: просим выслать, ответить и т.д., обязываю вас проверить (положение дел), при проверке установлено, с целью (выяснения и т.п.), (справка) выдана, дана для представления, действительна по предъявлении паспорта, документа и т.п., предоставить (право), возложить на; установить, что; поручить кому-либо, чему-либо, отметить что, образовать что-либо, разрешить что-либо, в целях обеспечения (улучшения, предоставления), по согласованию, в связи (с образованием), в соответствии (с постановлением), в изъятие из, в дополнение к, на основании, во исполнение, мы, нижеподписавшиеся; настоящей (доверенностью) и т.п., доверенность (действительна и т.п.), в соответствии (с положением и т.п.), подтверждаем, что (акт) составлен, дела сдал, дела принял, (справка) выдана (для предоставления), сообщаем, что, прошу сообщить, выписка верна, дата выдачи и т.д.

Легко заметить, что в деловой речи встречается: 1) в основном общелитературная лексика, но строго и четко отобранная; 2) что деловые шаблоны, рекомендуемые к употреблению, сведены к минимуму и просты по составу. И то, и другое, естественно, способствует упрощению стилистической системы современной деловой речи (особенно канцелярской).

Одновременно некоторые явления общественной речевой практики свидетельствуют не только об упрощении, но и об известном «раскрепощении» делового стиля. В стандартный набор сухих формулировок обиходно-деловых жанров (объявления, заявления, объяснительной записки) вторгается разговорно-нейтральная лексика. Смягчаются формулировки требований, обращений, приглашений: Ср.: «Уважаемые друзья! 24 марта 2008 г. в 18 часов состоится общее собрание студентов филологического факультета. Приходите!! Ждем!»

Отказ от обязательной ранее строгой изолированности канцелярского шаблона выражается и в ряде частных явлений, примеры которых приведены выше.

На особенностях развития делового стиля сказалась, таким образом, специфика его функционально-стилистической природы. С одной стороны, исторически сложившиеся главные его черты явились исключительно устойчивыми. С другой стороны, языковой репертуар делового стиля, и, в первую очередь, его лексический состав, не мог не изменяться под влиянием внешних причин, меняется он и в настоящее время, причем интенсивно, серьезно меняя свои структурные части.

Таким образом, мы вкратце рассмотрели лингвистические и стилистические особенности современного официально-делового стиля, языка документов, деловой переписки, бесед, переговоров.

Высокая степень унификации, стандартизация как ведущая черта синтаксиса, высокая степень терминованности лексики, логичность, безэмоциональность, информационная нагрузка каждого элемента текста характерны для языка данного стиля.

5. Краткая история развития официально-делового стиля русского языка.

Как же сложился язык русского делового общения?

Россия имеет длительную историю развития делового стиля. Как известно, язык договоров и других документов был языком, из которого позднее выработался литературный язык.

В литературно-письменных языках, возникающих не путем литературных переводов, в период сложения письменности возникает язык договоров, законов, который является первым общим письменным языком. Запечатление его осуществлялось на дорогих и неудобных для письма материалах (камень, глиняные и медные дощечки). Дороговизна материалов не позволяла такой роскоши, как распространение литературных произведений, но закрепление деловых отношений было вызвано необходимостью передачи на письме от одного поколения к другому сложившихся административных, имущественных, юридических связей.

Учреждений, ведающих деловой письменностью в собственном смысле, пока не было. Правда, у правителей и владельцев имущества были слуги-писцы, которые занимались хранением, ведением письменных дел.

Впервые речь, близкая к устной форме, закреплялась в такой письменной форме[5].

Потребность передавать из поколения в поколение важные для людей имущественные, административные и юридические отношения рождала необходимость в том, чтобы деловые тексты понимались адекватно в течение неограниченно долгого времени. Поэтому при записи деловых текстов из устной речи отбирались такие слова и формы, которые понимались одинаково большинством людей и могли претендовать на то, чтобы удержаться в языке в том же значении неограниченно длительное время. Вот почему деловые тексты отличаются большей понятностью и устойчивостью языковых форм, чем тексты других стилей. Именно формам деловой речи обучается писец. Первоначальная образованность в языке - это образованность в деловых текстах. Образованность в языке деловых текстов, знание этого языка составляет основу литературных текстов, читатель которых осведомлен, прежде всего, в языке деловой письменности. Поэтому Виноградов В.В. в своей работе[6] указывает на то, что создатель литературно-художественных текстов ориентируется на язык читателя, который владеет деловым языком как общей нормой литературно-письменного языка. Отсюда следует, что язык письменности составляет основу, на которой развивался язык литератур.

При формировании литературно-письменного языка на Руси в IX-X вв. дело обстояло иначе. Ведущим компонентом литературно-письменного языка являлся язык литературы, так как он был образован путем переводов священного писания. Язык деловой письменности складывался на фоне языка литературы, поэтому возникла своеобразная «диглоссия», т.е. различие норм языка литературы и письменности.

Возникновение литературно-письменного языка связано с превращением в IX-X вв. Древней Руси в раннефеодальное государство. Торговые, дипломатические и культурные отношения с Болгарией и Византией подготовили почву для принятия на Руси христианства. Это вызвало необходимость в переводах и переписке богослужебных текстов, содержащих основы христианского мировоззрения и морали. переписываются различные церковные жанры (евангелия, апостольские послания, практические и исторические сочинения).

Параллельно с церковно-книжным типом языка появились тексты, закрепляющие личное, имущественное право, внешние сношения (договорные грамоты) и юридические нормы (судебники). Так, до

нас дошли, например, законодательные тексты «Русской правды», грамоты, оформлявшие различные частные сделки, грамоты русских князей и грамоты отдельных лиц как акты частной переписки.

Уже в «Русской правде» наблюдается почти полное отсутствие церковнославянизмов. Составители этих текстов – грамотные люди, в то время еще не успели выработать строго стилизованного языка деловой письменности, отличного от языка церковной литературы, и поэтому письменная передача лишь закрепляла готовый обработанный устный текст соглашений или описаний судебных прецедентов [7].

Но при этом язык грамот, испытывая влияние литературы, всегда отражал достаточно точно живую речь.

Среди ранних деловых памятников особое место занимает «Русская правда».

«Русская правда» - это оригинальный юридический памятник, свод русских законов, составленный Ярославом Мудрым и его сыновьями. Он был открыт В.Н. Татищевым в 1738 г. в одном из списков Новгородской летописи XIII в. Это была краткая редакция памятника, в дальнейшем нашли списки пространной и сокращенной редакции.

Это оригинальное произведение древнерусской деловой письменности. Язык «Русской правды» - сокровищница речевой культуры XI в.; в нем нашла выражение живая речь восточных славян, а также письменная речь княжеских канцелярий.

Язык одного из списков «Русской правды» (Синодальный список 1282 г.) всесторонне изучен. Он получил широкое освещение в работе С. Г. Обнорского «Русская правда» как памятник русского литературного языка».

Язык «Русской правды» насыщен общественно-политическими, юридическими, производственно-бытовыми терминами, сложившимися в результате обработки разговорной речи восточных славян. Они широко употреблялись наряду с соответствующими терминами старославянского языка.

Общественно - политическая терминология дает четкое представление о социальных слоях феодального общества: боярин - хозяин вотчины; огнищанин - управитель вотчины; мытник - должностное лицо по сбору пошлин; закуп - наемный крестьянин или поселянин; людин - рядовой член общества; наймит - наемный рабочий; смерд - крестьянин; холоп - раб, несвободный, челядин - слуга.

Юридическая терминология свидетельствует о четкости и разветвленности понятий, связанных с судопроизводством: видок - свидетель, очевидец; послух - свидетель; добыток - имущество; головник - душегуб; задъница - наследство. Юридические термины четко определяют выражаемое понятие, они отличаются конкретностью и точностью.

Как отмечает Виноградов В.В., «язык деловой письменности играл заметную роль в X-XI вв. в восточнославянском общественно-бытовом обиходе.

В грамотах ХП-ХШ вв. используется социально-экономическая и общественно-политическая, бытовая лексика, характеризующая быт и нравы Древней Руси. Например, в грамоте князя Мстислава и его сына Всеволода 1230 г.: вира, продажа (виды штрафа за преступления); вено вотское (выкуп за невесту); осеннее полюдие (осенняя дань). В грамоте смоленского князя Мстислава 1229 г.: голова (убитый), гривна, дружина, купецъ, послухъ, холопъ; в грамоте Александра Невского 1262 г.: посадникъ, тысяцкие, куна.

В XIV-XV вв. начинают складываться предпосылки централизации государства на Руси. Несмотря на быстрый рост влияния государственного языка Москвы, невозможно было пока создать общегосударственный литературно-письменный язык, т.к. были еще сильны диалектные различия устного русского языка, которые расценивались как равноправные (например, язык Новгорода).

До XV в. составлением деловых грамот при князьях занимались дьяки, а при наместниках - писцы и подьячие. Начиная с XV в., складывается деловой язык Московских приказов, который развивается в течение XVI и XVII вв. Система приказов - это центральные государственные учреждения, которые подчинялись царю и Боярской думе. Приказов насчитывалось около 800, в каждом из них было от 3 до 400 «приказных людей». Во главе приказа стоял судья, дьяки из простых писцов становились начальниками приказных канцелярий, руководили всеми текущими делами и делопроизводством.

Люди, занимавшиеся составлением документов по тому или иному делу, как правило, хорошо знали сами дела; дьяки, подьячие бывали членами дипломатических миссий, выполняли важные дела внутриполитического, управленческого, финансового и судебного характера. Свои канцелярии функционировали при каждом государственном, духовном или общественном учреждении. Документы в них составлялись и оформлялись профессионалами по некоторым общим правилам, не изложенным в специальных инструкциях, а передаваемым по традиции. Итак, уже в период XV-XVII вв. сложился штат людей, непосредственно занимавшихся составлением документов или причастных к этому.

В составлении деловой бумаги участвовали минимум два лица: один сочинял текст, был ответственным за его содержание, другой являлся непосредственным исполнителем.

Развитие приказного языка демонстрирует единство норм, единство документальных жанров. Приказной язык, являясь языком деловой письменности, по сути дела становится единым письменным языком, характеризующим развитие московской государственности. Виноградов В. В. замечает, что к началу XVI в. из феодального союза областей образуется Московское государство, которое «насаждало в присоединенных областях свой общегосударственный язык, язык правительственных учреждений, язык московской администрации, бытового общения и официальных сношений»[8].

Таким образом, большое значение в выработке общегосударственного литературно-письменного языка имела деятельность специальных учреждений-приказов по руководству судебными, финансовыми, военными и прочими делами.

На основе этих изменений развивается единый общегосударственный язык Московского государства, с которым никакие областные разветвления уже не могли выдержать конкуренции. Письменно-деловая речь сближалась с литературным языком.

На использовании памятников делового письма в значительной степени было основано и официальное летописание, например, «Повесть о двух посольствах», в основу литературной формы которой легли образцы канцелярских документов - челобитной, войсковой отписки. При этом форма делового документа сохраняет значение только как литературный прием.

С развитием знаний, ремесел, техники и культуры все более расширяются функции деловой речи.

С XVII в. «все более усиливаются процессы литературно-языковой обработки различных форм приказно-деловой речи, и деловая речь, по крайней мере, в известной части своих жанров, уже выступает как один из важных и активных стилей народно-литературного типа языка»[9]. В приказном языке, с целью усиления действенности документа, появляются элементы художественно-публицистической выразительности, что могло придать документам ту или иную степень литературной техники (55;5).

«Со второй половины XVII в. эволюция русского литературного языка решительно вступает на путь сближения с московским приказным языком и с разговорной речью образованных слоев русского общества, сокращая систему славянского языка в области новых жанров литературной речи»[10].

Период от середины XVII в. и до середины XVIII в. считается периодом становления русского национального литературного языка и рассматривается в связи с реформаторской деятельностью Петра I, затронувшей морское, военное дело, быт, производство, а также область делопроизводства.

Приспособление русского языка к западноевропейским языкам, смешение его с элементами этих языков, предполагаемый переводом кодекс соответствий между смысловой системой русского языка и семантическими формами западноевропейских языков - все это легче всего могло развиваться и выработаться в официально-письменных, публицистических, общественно-деловых, светско-бытовых стилях литературной речи.

В Петровскую эпоху были заложены основы русского делопроизводства. Вместо «делового языка приказов» Московской Руси появляется и начинает свое развитие официально-деловой стиль Российской Империи.

С созданием в 1720 г. Петром I «Генерального регламента», который стал основой организации делопроизводства в XVIII в. в государственных учреждениях, в законодательном порядке была оформлена новая система документирования.

Наиболее важные документы составлялись секретарями, а остальные по указанию секретаря – канцеляристами. Часть документов составлялась по «генеральным формулярам», т.е. появились обязательные формы документов. Кстати, обязательность составления документов по формулярам предусматривалась многими законоположениями Петра I.

После Петровской эпохи к сороковым годам XVIII в. образовался язык деловых бумаг, на котором лежал отпечаток латинского, украинско-польского и отчасти немецкого влияния. С другой стороны, в середине-конце XVIII в. деловой стиль сохранял и черты церковно-славянского языка.

В законченной форме вопросы документирования деятельности местных учреждений нашли отражение в «Учреждениях для управления губерний» от 7 ноября 1775 г. Согласно этому документу переписка между учреждениями превращалась в своеобразный ритуал, который нужно было хорошо знать, чтобы занимать место в бюрократической системе.

Служащие посольского приказа собирали различные сведения о происшествиях, политических событиях, быте и нравах народов других стран и рассказы об этом вносили в «статейные списки». При этом изложение, основанное на разговорной речи, было самое деловое. Так выработывался своеобразный повествовательный стиль.

Важным событием начала XVIII в. было создание при Посольском приказе первой русской газеты «Ведомости о военных и иных делах, достойных знания и памяти, случившихся в Москве и во иных окрестных странах». Появление газеты знаменует собой начало целой эпохи одного из характерных стилей литературного языка – общественно-публицистического.

История языка показывает, что газетно-публицистический, а отчасти и научный стили литературной речи находились во взаимодействии с официальным языком.

В текстах указанных стилей содержания старого делового языка перерождались, подвергались стилистической перегруппировке или изживались, если они слишком тесно ассоциировались с канцелярскими бумагами... Так, канцеляризмы теряли свое значение для литературного языка в целом, но получали более высокую значимость для стиля, в котором они использовались, специфику которого они создавали.

Таким образом, из приказного языка постепенно вырастают научно-технический, публицистические стили, стиль повествовательной литературы. В этих областях литературы не применяется церковно-книжный язык. Историческим центром системы формирующегося национального литературного языка становится приказной язык.

Канцелярский стиль XVIII в. характеризуется специфическими языковыми особенностями. С одной стороны, текстам деловых документов присуща определенная пестрота в употреблении языковых средств. Приказной язык отражает строительство новой культуры. В нем проявляется множество новых слов, заимствованных из западноевропейских языков.

С другой стороны, в собственно деловых текстах XVIII в. возрастает употребление церковно-книжных элементов.

Это можно объяснить усложнением смыслов деловой речи, увеличением в ней абстрактных суждений, связанных с развитием права, науки и техники документа.

С другой стороны, деловая речь XVIII в. характеризуется традиционностью, устойчивостью языковых средств, заимствованных из XVII в., они представляют собой нечто единое, являются звеньями одной и той же цепи. По суждению ряда специалистов, деловой язык данной эпохи перестает быть разновидностью письменного языка и становится функциональным стилем русского языка.

Обращаясь к дальнейшей судьбе стилей, следует иметь в виду, что «средний стиль», – как указывает В.В. Виноградов, – постепенно становится ядром системы формирующегося русского

национального языка, а его изменения делаются движущим началом ее развития»[\[11\]](#). Отсюда очевидна ведущая роль делового языка в процессе выработки норм русского литературного языка и его значение в понимании и выделении других стилей языка, для которых он являлся основанием.

В этот же период появляются отдельные руководства по составлению деловых бумаг, затрагивающие также и теоретические вопросы русского делового письма.

В конце XVIII-начале XIX в. происходят коренные изменения речевых формул и этикетных норм в русской официально-деловой письменной речи.

Это продуктивное развитие отглагольных номинативных и именных конструкций, «обусловивших статичность стиля изложения, передачи фактов». Эти языковые тенденции и сформировали традиции изменений в стиле русской официально-деловой переписки, что нашло яркое отражение в письмовниках 2-ой половины XIX - н. XX вв.

В XIX и начале XX вв. письмовники и пособия по письмоводству были очень популярны. Эти пособия содержали общие сведения юридического характера, советы и рекомендации, а также тексты писем и других документов на все случаи жизни. Хотя эти издания и назывались в основном «письмовниками», они содержали образцы всех видов документов (распоряжений, решений, рапортов, реляций и др.).

С начала XIX в. появились попытки упрощения делопроизводства. Кроме того, реформа литературного языка, проводимая Карамзиным, коснулась и делового стиля, хотя и не отразилась сколько-нибудь существенно на усовершенствовании письменной деловой речи. Мир канцелярий был замкнут и глух к литературно-языковым новшествам, и стиль деловой, сыгравший в свое время большую роль в формировании русского литературного языка, сохраняет в XIX в. окаменелые, устарелые и архаические формы, в то время как другие функционально-стилистические разновидности русского литературного языка стали быстро развиваться.

Литературно-национальный язык, как мы видим, образовался на основе деловой письменности и при этом в соответствии с теорией трёх стилей Ломоносова М.В. Такая роль деловой письменности может быть объяснена двумя причинами.

1. Первая причина заключается в том, что, как писал Виноградов В.В., язык письменности является реализуемым массовым языком всего состава грамотного населения.

2. Вторая черта этого языка состоит в том, что в отличие от литературных текстов язык документов закрепляет правоотношения, административные, имущественные, семейные и другие подобные отношения людей. Эти отношения люди стремятся сохранить на длительный срок. Поэтому документы составляются так, чтобы быть понятными и будущим поколениям. Выбор слов и форм отражает историческую стабильность языка. Широта употребления и историческая стабильность делают деловой язык основой письменно-литературного языка.

Ответьте на вопросы.

1. Почему на современном этапе так выросли значение и роль языка делового общения?
2. Чем объясняется возросший за последнее время интерес к деловому языку?
3. Почему иностранцу-филологу (магистру) так важно овладеть языком делового общения?
4. Основные лексические черты современного ОДС.
5. Основные морфолого-синтаксические черты ОДС.
6. Как складывался язык делового общения в XI – XV вв.?
7. С чем связано возникновение литературно-письменного языка в X – XI вв.?
8. Чем характеризуется язык грамот (XII-XIII вв.)?
9. Как складывались предпосылки централизации государства в XIV – XV вв.?

10. Что собой представлял приказный язык?
11. К какому времени относится становление русского национального литературного языка?
12. Расскажите о взаимодействии газетно-публицистического, научного и делового языков?
13. Каким образом менялся литературный язык в XVIII в.?
14. Коренные изменения в истории литературного языка XVIII-XIX
15. В чем основные особенности официально-делового стиля, как он образовался?

Литература.

1. Виноградов В.В. Современный русский язык. – М.: Наука, 1970.
2. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. – М.: «Высшая школа», 1981.
3. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М.: АН СССР, 1963.
4. Винокур Т.Г. «Правильность речи. Стилистический отбор» - М.: 1963.
5. Винокур Г.О. Русский язык. Исторический очерк. Избранные работы. – М.: 1960.
6. Веселов П.В. Аксиомы делового письма: Культура делового общения и официальной переписки. -, 1993.
7. Голуб И.Б. Стилистика современного русского языка. – М., 2002.
8. Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. – М., 2001.
9. Иссерлин Е.М. Официально-деловой стиль. Учебное пособие по курсу «Стили русского языка» - М., 1970.
10. Маерова К.В. Практикум по русской устной и письменной речи. Официально-деловая речь. – М.: РУДН, 1977.
11. Маерова К.В. Преподавание курса «Язык русского делового общения», «Бизнес русского студентам – филологам, будущим преподавателям РКИ. Международная научная конференция». «Итоги и перспективы развития методики». – М., 1995.
12. Маерова К.В. Обучение студентов-иностранцев официально-деловой речи – М.: РУДН, 1983.
13. Рахманин А.В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов. – М., 1988.

[1] Виноградов В. В. Проблемы русской стилистики. – М.: Высшая школа, 1981, с.27

[2] Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М. изд. АН СССР, 1963,

с.160

[3] Щерба В.А. Современный русский язык. – М., 1957, с. 19

[4] Винокур Т.Г. Правильность речи и стилистический отбор. – М., 1963, с. 16

[5] Виноградов В.В. Современный русский язык. – М.: Наука, 1970, с. 81.

[6] Виноградов. В.В. указ. работа, с.45

[7] Виноградов В.В. указ. работа, с.21

[8] Виноградов В.В. указ. работа, с.28

[9] Там же, с.95

[10] Там же, с.30

[11] Там же, с.19

ТЕМА 2. ПОДСТИЛИ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ

1. Общая характеристика подстилей официально-делового стиля.
2. Административно-канцелярский подстиль.
3. Законодательно-юридический подстиль.
4. Дипломатический подстиль.
5. Коммерческий подстиль.
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература.

1. Общая характеристика подстилей официально-делового стиля.

Функциональные стили называют языком для специальных целей. Названия стилей обозначают эти специальные цели. Официально-деловой стиль отличается от всех других стилей тем, что требует четких, полных (не оставляющих места для неясностей) формулировок. Не должно быть двусмысленностей, не должно быть подтекста. Информацию несет не только сам текст, но и его расположение.

Часто официально-деловые тексты (анализ и работа над ними будут даны в практической части учебника) производят впечатление тяжеловестности, перегруженности. При написании документов, бумаг, деловых писем все время хочется сказать проще, но проще не скажешь. Это официально-деловой стиль, со своими особенностями и требованиями к стилистическим, лексико-фразеологическим особенностям устных и письменных текстов.

Специфика всех структурных частей официально-деловых текстов: обилие штампов, клише, специфических синтаксических конструкций не позволяют даже представить себе «вольную» форму подавляющего числа документов: заявление, расписка, доверенность и т.д. пишутся только по установленной форме, по установленной форме оформляются паспорта, дипломы, удостоверения и другие документы. Деловые письма разных жанров имеют свои реквизиты (кому, от кого, по какому поводу, когда и т.п. адресован документ).

Служебные документы (от лат. documentum – доказательство, свидетельство)– название для ряда жанров письменной деловой речи, которые характеризуются стандартной формой и строгой обусловленностью обязательных элементов – они не просто присутствуют, но их набор и расположение строго обусловлены, их лексика, фразеология, морфолого-синтаксические черты часто клишированы. Документы составляются в соответствии с типовым формуляром, их реквизиты связаны с характером документов, эти реквизиты идут в документах в определенной последовательности. В число реквизитов, например, правильно составленного заявления входят «адресат», «адресант», «наименование жанра», «основной текст», «дата», «подпись адресанта». Отсутствие какого-нибудь реквизита или его неправильное размещение делают документ недействительным.

Реквизит «текст документа» может составляться в виде линейной записи, анкеты, таблицы, трафарета, схемы. Эти различные формы передачи текста могут соединяться. Если документ оформляется в форме таблицы, то должен быть выполнен ряд требований: таблица должна иметь нумерационный заголовок, каждая графа или строка таблицы должна идти под своими заголовком, продолжение таблицы на другой странице должно идти со специальным указанием, в таблице не должно быть пустых граф, каждая строка оформляется с большой буквы, примечания оформляют в специальную графу и т.д.

Б.С. Шварцкопф говорит о двух типах норм в сфере письменной деловой речи: текстовых нормах и языковых нормах. [1] Документ должен содержать достоверную информацию, изложенную кратко, ясно, логично и в соответствующей форме.

В документе не употребляется просторечная, диалектная, жаргонная, разговорная лексика и т.п., то есть документ составляется в нейтральном тоне изложения с соблюдением требований к ОДС.

Документов в ОДС очень много, они различны по разным параметрам.

Закрепленная за каждым функциональным стилем (макростилем) сфера общения, или социальная сфера, – это лишь условное ограничение языковой специализации, которое свидетельствует о том, что экстралингвистические факторы определяют формирование стиля не в прямом виде.

ОДС объединяет несколько сфер общения: законодательную, дипломатическую, административно-хозяйственную, производственно-экономическую, торговую. Соответственно неоднороден и сам стиль. Он может быть представлен как сумма подстилей.

Двигаясь по пути внутренней систематизации функционального стиля «сверху вниз», можно выделить уровень макростиля, уровень подстилей, уровень жанров и жанровых разновидностей. Чем ниже уровень стилистической абстракции, тем большую значимость приобретает содержательно-композиционный фактор функционально-стилистической системы [2].

Термин «подстиль» указывает на более высокий уровень абстракции, нежели жанр. Подстиль реализуется в виде набора жанров.

Можно достаточно уверенно сказать, что чем разнообразнее стиль по содержанию, тем более необходимо выделение в нем подстилей как крупных содержательных разновидностей макростиля. Взглянув же на проблему со стороны практической педагогики, целесообразно отметить, что функциональный макростиль представляет собой абстракцию слишком высокого порядка для целей обучения. Будучи конкретизирован через содержательную сферу использования, стиль в виде подстиля равнозначен языку определенной специальности, рода занятий, что, как правило, и хочет освоить человек, изучающий другой язык в интересах своего дела. Это особенно важно и сложно освоить иностранцам, изучающим русский язык делового общения. Трудно бывает почувствовать все стилистические нюансы делового общения. Практика современной жизни показывает, что правовые отношения не охватывают всей полноты содержания делового стиля речи. Его содержание призвано регулировать как правовые отношения между различными административными субъектами и единицами, так и экономические отношения между различными заинтересованными субъектами общества. Для последних принципиально важным критерием является дух взаимовыгоды, равноправия и сотрудничества. Поэтому формы текстов, определяющих такие отношения между конкретными людьми в их деятельности, в гораздо большей степени пропитаны духом человечности по сравнению с сухой официальностью. В основе деловых отношений лежит, прежде всего, право человека, выражение такого права в форме совместного взаимодействия разных социальных групп и отдельных лиц. Само значение слова «деловая речь» тоже расширилось за счет перемены экономического строя общества (сравним словосочетания: деловой человек, деловой круг, деловая переписка, деловая беседа и т.д.), что тем или иным образом связано с лексическими единицами: коммерция, бизнес, которые приобрели большую употребляемость как отражение фактов современной экономической жизни России.

В современной функциональной стилистике русского языка официально-деловой стиль дифференцируется уже по четырем подстилям: законодательный, дипломатический, административно-канцелярский, коммерческий. Официально-деловые произведения четко делятся в соответствии с подразделениями внутри данной сферы деятельности и общения на четыре разновидности: административно-канцелярскую, законодательно-юридическую, дипломатическую и коммерческую.

Сегодняшняя жизнь России в частности экономическая, подвергается большим переменам, законно оказывающим сильное влияние на собственно языковые факты. В связи со значительным изменением условий и содержания современной деловой практики рассматриваются четыре подстиля официально-деловой речи: дипломатический, законодательный, административно-канцелярский и коммерческий.

Развитие рыночных отношений, расширение международной торговли, учреждение и развитие международных проектов, планов, предприятий с расчетом на взаимную материальную выгоду, приведшее

к огромному количеству новых контекстов и текстов, позволяют говорить об еще одном подстиле официально-делового стиля – коммерческом.

2. Административно- канцелярский подстиль.

Административно-канцелярский подстиль официально-делового стиля обслуживает сферу регулирования отношений между гражданами и учреждениями или организациями, между учреждениями (эта разновидность существует только в письменной форме). Этот подстиль реализуется в текстах распоряжений, административных актов, инструкций, протоколов и т.д.

Язык административно-канцелярского подстиля заслуживает особого внимания, так как знание его важно для каждого гражданина, поскольку такие деловые бумаги, как заявление, расписка, объяснительная записка и многие другие, постоянно сопровождают человека в работе и в быту. Умение написать нужную «бумагу» является неотъемлемой чертой грамотности, культуры речи человека. Однако назначение административно-канцелярского подстиля шире, чем составление обиходно-деловой документации. Сфера функционирования канцелярского подстиля – это административно-ведомственные отношения, с которыми связаны различного рода канцелярии, ведающие служебной перепиской, оформлением документации, о квартирах, пенсии, прописке и т.д. У административно-канцелярского подстиля две функции: информационно-содержательная (повестка, объявление) и организационно-регулирующая (распоряжение, приказ, деловая переписка). Административно-канцелярский подстиль включает в себя много жанров. К ним относятся так называемые подзаконные (то есть издаваемые на основании и во исполнение законов) документы, выпускаемые исполнительно-распорядительными органами (административные акты, циркуляры, приказы, распоряжения), и договорные документы, а также различная канцелярская документация: заявление, характеристика, автобиография, резюме, доверенность, расписка и т.п.

Административно-канцелярские документы выделяются на фоне других деловых текстов некоторыми особенностями в использовании языковых средств.

Лексика этой документации включает различную терминологию (профессионально-техническую, бухгалтерскую, торговую и т.п.), обращение к которой обусловлено ситуацией. Используются номенклатурные обозначения различных предприятий, учреждений (Центральный банк России, Государственная налоговая инспекция, Открытое акционерное общество (ОАО), Московская товарная биржа и др.); наименования должностей, ученых званий, степеней; специальная терминология, связанная с оформлением деловых бумаг (входящий, исходящий (документ), документооборот (движение документов в учреждении), индекс (условные обозначения, присваиваемые документам в процессе их учета (регистрации) и исполнения), гриф (пометка, указывающая на особый характер документа – «секретно», «срочно», «лично»), реестр (перечень, список чего-либо, применяемый в делопроизводстве), реквизиты (обязательные элементы служебного документа), формуляр документа (совокупность расположенных в установленной последовательности реквизитов документа) и т.д.

Устойчивый характер получили многие обороты речи, постоянно используемые в деловой переписке. Арсенал этих языковых заготовок достаточно обширен, например:

- Настоящим отвечаю на Ваше письмо от...
- В соответствии с протоколом о взаимных поставках прошу Вас...
- Фирма «Салют» заявляет о...
- Надеюсь на дальнейшее плодотворное сотрудничество...
- Будем рады скорейшему ответу на наше письмо...
- К сему прилагается...

Обращение к ним составителя письма упрощает задачу: он выбирает готовую формулировку, вставляя ее в соответствующую часть текста.

Стандартизация делового письма привела к созданию готовых текстов (типовые тексты, трафаретные письма), в которые следует лишь вписать конкретную информацию. Появление таких образцов для деловых писем связано с необходимостью решения однотипных проблемных вопросов в типичных ситуациях.

Такие письма имеют преимущества благодаря гораздо меньшим затратам рабочего времени на их составление (в трафаретных письмах достаточно заполнить пробелы) и обработку:

Типовой текст строится на основе не только клишированных фраз, но и клишированных предложений:

- В ответ на Вашу просьбу высылаем Вам интересующую Вас информацию.
- Настоящим подтверждаем свое участие в выставке.
- Считаю необходимым, выразить себе несогласие с Вашими замечаниями по качеству выполнения работ.

Однако трафаретных текстов сегодня становится все меньше, потому что увеличивается количество нестандартных ситуаций, отражающихся в деловой переписке. Отсутствие типовых текстов затрудняет делопроизводство.

С особенными трудностями встречаются иностранцы. Как преодолеть эти трудности? Тем, кто связан с деловой перепиской, можно порекомендовать освоить набор закрепившихся в этой сфере речевых стандартов, принятых в международных, особенно компьютерных системах.

Приведем примеры фраз-клише, используемых в регламентированных текстах.

1. В письмах, содержащих мотивацию тех или иных действий, пишут:

В соответствии с - протоколом о взаимных действиях,

- предварительной договоренностью об аренде,
- решением о переводе на другую работу.

На основании – протокола об аренде,

– преискуранта,

В связи с – открытием новой линии,

При этом обычно используют устойчивую речевую формулу ввода информации:

- Ставлю Вас в известность...;
- Просим принять меры к...;
- Сообщаем Вам...;
- Информлируем Вас о...;

Мотивация должна быть выражена в убедительной и вежливой форме (Мы будем рады получить от Вас ответ не позднее... Просим незамедлительно погасить задолженность...).

Выработаны разнообразные языковые формулы, которые удобно использовать при объяснении причин, мотивов, цели написания делового письма. Ряд стандартных выражений указывает на причину составления текста:

- Из-за задержки оплаты...
- Из-за неполучения счета-фактуры...
- Из-за несоответствия Ваших действий ранее принятым договоренностям...
- Учитывая социальную значимость объекта...

При ссылке на известные документы приняты такие формулы:

- Ссылаясь на Ваше письмо от...
- В ответ на Ваш запрос от...

- В ответ на Ваше письмо (запрос)...
- В соответствии с нашей договоренностью...
- На основании нашего телефонного разговора...
- На основании устной договоренности...
- По постановлению правительства...
- По Вашей просьбе...

При указании на цель отправления письма употребляются такие обороты:

- С целью скорейшего решения вопроса...
- С целью выполнения распоряжения...
- Для согласования спорных вопросов...
- Для решения спорных вопросов...
- В ответ на Ваш запрос...
- Во избежание конфликтных ситуаций...
- С целью ознакомления с... высылаем Вам...

Все перечисленные выражения используются с учетом контекста и речевой ситуации. Например, если нужно сослаться на какой-либо документ, лучше всего использовать выражения, начинающиеся со слов «В соответствии...», «Согласно...».

В письмах, содержащих ответ на запрос, просьбу, приняты такие формулировки:

- В ответ на Ваше письмо от... направляем (Вам)...
- В ответ на Ваш запрос (на Вашу просьбу)... высылаем...
- По Вашей просьбе...
- По нашей договоренности...

Иные речевые стандарты закреплены за информационными письмами. Так, в письмах-сообщениях пишут:

- Сообщаем, что...
- Извещаем Вас о том, что...
- Ставим Вас в известность, что...
- Считаем необходимым поставить Вас в известность о...
- Доводим до Вашего сведения, что...
- Нам приятно сообщить (Вам), что...
- Имеем честь, сообщить (Вам), что...
- С радостью сообщаем (Вам) о...

Есть множество и других стандартных выражений, используемых в различных видах деловой переписки, их лексика определяется содержанием писем (письмо-приглашение, письмо-благодарность, письмо-напоминание, предложение (оферта), рекламация и др.).

Для морфологии административно-канцелярского подстиля характерно употребление личных форм глагола и личных местоимений, что объясняется конкретизацией речевых средств в деловых документах рассматриваемой группы. Правда, здесь чаще представлены формы множественного числа, поскольку адресат и автор деловой переписки выступают от имени коллектива. И только в заявлении,

объяснительной записке, расписке, автобиографии личные формы глаголов и местоимений употребляются в единственном числе (Прошу предоставить мне очередной отпуск...).

Административно-канцелярской речи чужда экспрессия, но в особых случаях (праздничный приказ по учреждению, вручение почетной грамоты, адреса юбиляру) возможно использование степеней сравнения прилагательных, образных выражений.

Синтаксис канцелярских документов отличается сложностью: употребительны сложноподчиненные предложения, длинный перечень однородных членов, причастные и деепричастные обороты. В приказах и распоряжениях преобладают побудительные предложения с инфинитивом, выступающим в значении повелительного наклонения (зачислить, назначить, представить развернутый план работы, контроль за исполнением приказа возложить на ...). В других видах административно-канцелярских документов побудительные предложения используются редко. Это объясняется тем, что по сравнению с законодательным в канцелярском подстиле смягчена модальность долженствования (она характерна лишь для приказов и распоряжений), поэтому способ изложения в канцелярских текстах в основном описательный (в отчете, акте, характеристике) и повествовательный (например, в автобиографии), менее распространено рассуждение, оно употребляется главным образом в служебном письме, где нужно что-либо обосновать, доказать. В канцелярских документах повествование, описание и рассуждение очень часто сочетаются между собой. Директивный стиль изложения в этих документах встречается редко (в основном в приказах, распоряжениях).

Большую роль в канцелярском подстиле играет графика, написание и расположение реквизитов.

Рассмотрим в качестве примера внутреннее заявление.

Ректору Московского государственного университета печати профессору Маслову А.С. от студента II курса факультета книжной торговли Александрова Т.Я.

Заявление.

Прошу разрешить мне сдать досрочно экзамены, так как во время экзаменационной сессии я буду работать на Московской международной книжной ярмарке.

(подпись)

Александров Т.Я.

12 мая 2008 г.

3. Законодательно-юридический подстиль.

Законодательно-юридический подстиль официально-делового стиля обуславливает сферу устанавливаемых государством правовых норм.

Главной функцией этого подстиля являются предписывающе-регулирующая (в законах) и нормативно-организационная (в уставах). Этот подстиль является наиболее определенным в выборе языковых средств выражения по сравнению с дипломатическим. Характеризуя эту особенность Л.В. Щерба писал: «Язык законов требует прежде всего точности и невозможности каких-либо кривотолков». Таким образом, языку законов свойственны в основном специфические единицы официально-делового стиля, он обладает большой стилистической однородностью, что обусловлено характером внутригосударственных документов, их адресованностью к большому кругу субъектов данных правоотношений, сохранностью своего действия после каждого применения.

Язык законов отличается иным стилистическим оформлением: он всегда должен быть прост и краток, главное в нем – точность выражения мысли. Четкость и точность формулировок здесь абсолютно необходимы, так как законы рассчитаны на однозначность восприятия, они не должны быть истолкованы по-разному. Приведем для примера классические формулировки прав человека из Всеобщей декларации, принятой Генеральной Ассамблеей ООН более полувека тому назад.

Статья 1. Все люди рождаются свободными и равными в своем достоинстве и правах. Они наделены разумом и совестью и должны поступать в отношении друг друга в духе братства.

Статья 3. Каждый человек имеет право на жизнь, на свободу и на личную неприкосновенность.

Статья 4. Никто не должен содержаться в рабстве или в подневольном состоянии; рабство и работорговля запрещаются во всех их видах.

Статья 5. Никто не должен подвергаться пыткам или жестоким, бесчеловечным или унижающим его достоинство обращению и наказанию.

Лексика таких важных документов не лишена некоторой высокопарности, что определяется содержанием текста. Возвышенное звучание речи вполне закономерно в подобных случаях. Так пишутся ноты правительств, международные договоры и т.д. Однако в ряду законодательных документов немало и таких, которые отличаются сухим, даже скучным языком. Такую репутацию ему создает употребление специальных слов и выражений, так называемых канцеляризмов (жилплощадь, проживает, зачислить на работу, предоставить отгул (отпуск), завизировать, заслушать, надлежащий, по истечении срока, в установленном порядке, вступить в законную силу и т.д.). Этот стиль изобилует стандартными формулировками, множеством повторов, что также функционально обусловлено. Приведем для примера отрывки из «Закона о пенсиях РФ»:

II. Пенсия по старости

Статья 10. Общие основания, определяющие право на пенсию.

Пенсия на общих основаниях устанавливается:

- мужчинам — по достижении 60 лет и при общем трудовом стаже не менее 25 лет;
- женщинам — по достижении 55 лет и при общем трудовом стаже не менее 20 лет.

Статья 12. Пенсия в связи с особыми условиями труда. Пенсия в связи с особыми условиями труда устанавливается:

а) мужчинам — по достижении 50 лет и женщинам — по достижении 45 лет, если они соответственно трудились не менее 10 лет и 7 лет 6 месяцев на подземных работах, на работах с вредными условиями труда и в горячих цехах и их общий трудовой стаж не менее 20 и 15 лет...

Повторяемость ситуаций, рассматриваемых в законодательных документах, ведет к стандартизации способов выражения, это накладывает печать и на морфологию этого подстиля. Для него характерно частое использование отыменных предлогов (в целях, за счет, в деле, в области), которые, как правило, «тянут» за собой отглагольные существительные (достижение, урегулирование, взыскание, установление, обжалование, дознание и др.). Кроме отглагольных существительных, здесь частотны и личные, то есть существительные, обозначающие названия людей по их действиям, социальным ролям, иным признакам: усыновитель, свидетель, задержанный, отдыхающий, клиент, абитуриент, покупатель, посетитель, зритель, пассажир и т.д. Все эти и подобные слова получают негативную оценку за пределами официально-деловой речи как типичные канцеляризмы, здесь же употребление их оправдано, они выполняют стилеобразующую функцию.

Для языка законов свойственна безличная форма изложения, поскольку в законодательстве отражается воля не отдельного лица, а государства (Пенсия назначается; По окончании расследования составляется обвинительное заключение). Это объясняет обилие глаголов страдательного залога (ср.: *Дом строится акционерным обществом; Стадион построен и оборудован спонсорами школы-интерната*). Из других глагольных форм здесь особенно употребительны инфинитивы: они нужны для императивных

конструкций, выражающих предписание, приказ (*обеспечить своевременную выплату зарплаты; восстановить в должности; отчитаться, отказать*).

Для синтаксиса законодательных документов характерно преобладание сложных предложений. В сложноподчиненных обычны придаточные условные. Здесь много условно-инфинитивных конструкций, что определяется целевым заданием — оговорить обусловленность правовой нормы, а также тем, что законы не имеют обратной силы.

В законодательном языке выработался тип предложения, связанный с особой композицией текста законов. В таких случаях важную роль играет рубрикация, отражающая композиционную структуру текста. Простейшей рубрикой является абзац, который служит показателем перехода от одной мысли (темы) к другой. Абзац всегда внутренне замкнутая смысловая единица.

Характерной чертой законодательного подстиля является употребление специальных сочинительных союзов: а равно, равно как, а также, как... так и. Здесь отмечается преимущественное использование косвенной речи (прямая речь возможна только тогда, когда дословно цитируются законодательные акты, а также в устной судебной речи адвокатов, прокуроров и других членов суда).

Способ изложения в законодательном подстиле — директивный.

Этот стиль называют еще административным. Другое его название—деловая речь.

4. Дипломатический подстиль.

Дипломатический подстиль обслуживает межгосударственные (политические, правовые, экономические) отношения. В документах этого подстиля находит свое отражение дипломатический этикет, обладающий своими правилами. Среди дипломатических документов выделяются:

- документы договорного плана (договоры, пакеты, соглашения, конвенции);
- документы информативного плана (коммюнике, декларация);
- документы дипломатической переписки (ноты, меморандумы и т.д.)

Язык дипломатических документов весьма своеобразен: у него есть своя терминология (атташе, коммюнике, демарш, саммит, пакт, конвенция). Некоторые термины дипломатического языка исконно русские (посол, посланник, поверенный в делах). Иногда слова в дипломатии получают особое, специальное значение. Например, слово протокол, известное нам в его общеупотребительном значении (протокол собрания — документ с записью всего происходившего на собрании, ср.: протокол допроса — точное отражение вопросов и ответов), в речи дипломатов получает иной смысл: «совокупность общепринятых обязательных правил, традиционно соблюдаемых в международном общении».

Правила дипломатической вежливости требуют обращения к высокопоставленным особам с указанием их титулов и форм титулования (принц, королева, Его Высочество, Его Превосходительство и т.п.).

Выработаны строгие формы начала и окончания различных документов. Например, личная нота должна быть написана от первого лица (от имени того, кто ее подписывает), обращение требует добавления слова уважаемый, а в конце, перед подписью, обязательна формула вежливости («комплимент»): Прошу Вас, господин Посол, принять уверения в моем весьма высоком уважении.

Синтаксис дипломатических документов отличается сложностью, в нем преобладают длинные предложения, осложненные причастными оборотами, придаточными (преимущественно определительными и изъяснительными), пространством перечнем однородных членов, нередко подчеркнутым графически при помощи абзацного членения конструкции. Например, вводная часть (преамбула) Устава Организации Объединенных Наций выглядят так: **МЫ, НАРОДЫ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ, ПРЕИСПОЛНЕННЫ РЕШИМОСТИ**

избавить грядущие поколения от бедствий войны, дважды в нашей жизни принесшей человечеству невыразимое горе, и

вновь утвердить веру в основные права человека, в достоинство и ценность человеческой личности, в равноправие мужчин и женщин и в равенство прав больших и малых наций, и
создать условия, при которых могут соблюдаться справедливость и уважение к обязательствам, вытекающим из договоров и других источников международного права, и

содействовать социальному прогрессу и улучшению условий жизни при большей свободе,
И В ЭТИХ ЦЕЛЯХ

проявлять терпимость и жить вместе, в мире друг с другом, как добрые соседи, и объединить наши силы для поддержания международного мира и безопасности, и

обеспечить принятием принципов и установлением методов, чтобы вооруженные силы применялись не иначе, как в общих интересах, и

использовать международный аппарат для содействия экономическому и социальному прогрессу всех народов

РЕШИЛИ ОБЪЕДИНИТЬ НАШИ УСИЛИЯ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ НАШИХ ЦЕЛЕЙ.

Этот длинный фрагмент текста — одно предложение, в котором абзацами, абзацными отступами подчеркнуты инфинитивные обороты и шрифтом — значащие части (субъект договора, цели и т.д.).

5. Коммерческий подстиль.

С опорой на понятие «сфера общения» в официально-деловом стиле проводится дальнейшая дифференциация официально-делового стиля. В соответствии с этим выделяется не только законодательный, дипломатический, административно-канцелярский, но и коммерческий подстиль, выделение которого производится на основе принципа единого содержания.

Коммерческий подстиль официально-делового стиля отражает рыночную социальную ситуацию и объединяет контексты текстов коммерческого содержания. Прежде всего коммерческий подстиль рассматривается как набор жанровых типов (договорные документы, деловая переписка, стандартные документы, административно-канцелярские документы).

В лексике коммерческого подстиля выделяются функционально-тематические группы:

а) общее обозначение видов коммерческой деятельности:

- продать (поставить) — купить (принять),
- сдать – снять (арендовать) и т. д.

б) обозначение лиц – деловых людей:

- продавец — покупатель,
- экспортер — импортер,
- менеджер,
- маклер,
- акционер,
- аудитор.

в) Обозначение номенклатуры учреждений, осуществляющих коммерческую деятельность: биржа, супермаркет, инвестиционная корпорация, картель.

г) Кроме полных номинаций часто используются их аббревиатуры, например АО, ООО, и другие.

д) Терминология деловых операций:

- бартер (товарная форма),
- депонирование (формы банковских операций),
- девальвация (валютная операция),
- ликвидность (состояние расчета),
- смета (бухгалтерские операции),
- арбитраж, форс-мажор (связанные с правами и обязанности партнеров),
- конъюнктура (состояние рынка),

Коммерческий подстиль характеризуется своей определенной терминологической системой. Она интенсивно формировалась в последние десятилетия, составляя лексический актив данной функциональной разновидности.

Терминология деловой речи менее искусственна и не представляет собой такую замкнутую, понятную и известную только узкому кругу специалистов терминологическую систему, как терминология некоторых наук. Следует также отметить, что терминология деловой речи менее точна и более изменчива, так как деловая лексика больше связана с повседневно-бытовой тематикой, и поэтому больше подвержена изменениям под влиянием социально-исторических факторов.

Являясь наиболее подвижной частью языка, общественно-экономическая лексика и специальная терминология коммерческого подстиля непрерывно пополняются новыми словами, они открыты для иноязычного влияния, результатом которого являются заимствования, что в коммерческом подстиле носит особенно распространенный характер. В последние годы идет интенсивный процесс пополнения экономической терминологии новыми иноязычными словами.

Среди новых терминов иностранного происхождения можно выделить: банковские термины (депонирование); финансовые термины (баланс); номинации документов (аккредитив).

Причины чрезмерной активности заимствований в официально-деловом стиле определяются ведущими тенденциями общественного развития.

Следует отметить, что в коммерческих текстах употребляется все больше простых предложений, для которых характерны такие общестилевые черты, как: а) обязательная распространенность простых предложений независимо от жанрового вида; б) прямой порядок слов (исключительно редки случаи инверсии); в) наличие усложненных синтаксических построений однородных членов, обособленных групп, вводных и вставных конструкций, увеличивающих размер предложений; г) широкое употребление неполных, безличных и инфинитивных предложений со значением необходимости, императивности.

В целом синтаксис данного подстиля можно охарактеризовать как клишированный и специфичный.

Выводы.

Таким образом, на современном этапе в составе официально-делового стиля выделяются четыре подстиля: административно-канцелярский, законодательно-юридический, дипломатический и коммерческий. Термин «подстиль» указывает на более высокий уровень абстракции, нежели жанр. Подстиль реализуется в виде набора жанров. Данное разнообразие иллюстрирует следующая таблица.

| Подстиль | Жанр | Характер текста |
|-----------------|---|--------------------------|
| Коммерческий | устав предприятия; договор; контракт; | констатация (в основном) |

| | | |
|------------------------------|--|--------------------------------|
| | соглашение; протокол намерений; приказ; предложение и другие. | |
| Законодательный | постановление; кодекс; указ; обращение и другие. | констатация (в основном) |
| Административно-канцелярский | справка; доверенность; приказ о зачислении; заявление о приеме на работу; расписка; инструкция; доверенность и другие. | Императивность и директивность |
| Дипломатический | коммюнике; меморандум; декларация; нота; международный договор; соглашение, конвенция и др. | Констатация, директивность |

То есть каждый подстиль определяется как конкретный стиль, который представляет собой более высокий уровень абстракции, чем жанр, и реализуется в виде ряда жанров.

Ответьте на вопросы.

1. Чем отличается стиль от подстиля?
2. Каковы характерные особенности официально-делового стиля (ОДС)?
3. Что такое служебный документ?
4. Что собой представляют реквизиты отдельных служебных документов?
5. Каковы два типа норм в письменной деловой речи?
6. Какие сферы общения обслуживает официально-деловой стиль?
7. Охарактеризуйте административно-канцелярский подстиль ОДС.
8. Охарактеризуйте законодательно-юридический подстиль ОДС.
9. Охарактеризуйте дипломатический подстиль ОДС.
10. Охарактеризуйте коммерческий подстиль ОДС.
11. В чем проявляется специфика терминологии деловой речи?
12. Назовите основные жанры каждого подстиля ОДС.

Литература.

1. Демидова К.А., Смирнов А.Е. Русская коммерческая корреспонденция.
2. Маерова К.В. Обучение навыкам делового общения в школе и ВУЗе. Материалы конференции «Теория и практика преподавания русского языка и литературы в школьном и довузовском образовании». – М., 1998.
3. Маерова К.В. Учет психолого-лингвистических и лингво-культурологических особенностей адресата при обучении языку делового общения. «Теория практики преподавания русского языка иностранным учащимся в ВУЗе». – М., 1999.
4. Милославский И. Русский язык для бизнесменов. – М., 1990.
5. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М., 1996.
6. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – СПб., 2001.

[1] Культура русской речи – М., 1998, с.221

[2] Словообразование современного русского языка. Русский язык и советское общество. – М.: Наука, 1968, с. 208.

Тема 3. Риторика и современное деловое общение.

1. Возникновение риторики как науки.
2. Предмет изучения современной риторики.
3. Виды красноречия.
4. Деловая риторика.
5. Этапы подготовки к риторическому выступлению.
6. Основные логические законы.
7. Доказательство и основные требования к нему.
8. Значение жестикуляции и мимики в деловой риторике.
9. Выводы.
10. Ответьте на вопросы.
11. Литература.

Живое словесное общение – это наука и искусство. Они представляют собой сложное взаимодействие. И только в этом взаимодействии, соединении науки и искусства возможно процветание той части нашей культуры, которая называется *риторикой*.

Риторика происходит от греческого слова «rhetorike», что в переводе означает «ораторское искусство», т.е. искусство говорить красиво.

С древнейших времен риторика считалась искусством публичного общения. Родиной риторики называют Древнюю Грецию, потому что именно здесь искусство речи было очень тесно связано с общественной жизнью. В больших городах-государствах, которые именовались полисами, важные государственные и политические вопросы решались публично, мнением большинства. Так же совершался суд над человеком. Обвиняемому приходилось защищаться самому, убеждая людей в своей правоте и невинности. Очевидно, что в таких условиях выигрывал тот, кто обладал даром убеждения и воздействия словом.

Убеждающая и воздействующая речь, которая произносится человеком, имеет своей целью изменить поведение аудитории, ее взгляды, настроения и др. В современной действительности стремление говорящего изменить поведение слушающего касается различных сторон его жизни: убедить голосовать за нужного депутата, склонить к принятию нужного решения в коммерческой деятельности, побудить его купить определенные товары, заключить сделку, принять на рассмотрение письма, проекты и т.д. И таких определенных целей существует бесчисленное множество. Возрастание роли воздействующей речи в жизни современного общества привело к возникновению повышенного интереса к риторике. В русской традиции в качестве синонимов к термину «риторика» употреблялись также слова «оратория» и «красноречие» (от древнерусского *красная речь*, что означает *красивая речь*).

Риторика – это не только искусство речи, риторика – это еще и наука о формах и методах речевого воздействия, это наука о системе логических доказательств. Поэтому, по мнению современных ученых, риторика представляет собой «и теорию, и практику совершенной речи: убедительной, уместной, эффективной, целесообразной и т.д.» [1]

Долгое время риторика считалась наукой о публичной *устной речи*. Авторами античной риторики (Аристотелем, Цицероном, Квинтилианом) были сформулированы законы и правила отбора, систематизации и употребления в речи аргументов, композиция выступлений, использование приемов воздействия на аудиторию. Задачей античной риторики было переубедить публику, завоевать ее внимание.

В IX веке точка зрения на предмет риторики изменилась. В 1748 году М.В. Ломоносов в своей известной книге «Краткое руководство к красноречию» определил риторику как науку не только об устной, но и *письменной речи*. Объектом изучения курса риторики становится и теория языковых стилей, и выразительные средства языка, и уместность их использования в разных сферах общения.

Таким образом, в настоящее время *риторика* понимается как наука, учение о правилах построения общественной (устной и письменной) речи, а *красноречие* как искусство, умение построить эту общественную речь.

Различают общую и частную риторику. Подобное деление существует в русской традиции с конца XVII века. Уже тогда в латинских риториках Киевской духовной академии XVII века было записано, что существуют как общие правила построения речи (общая риторика), так и рекомендации к ведению речи в отдельных родах, видах и жанрах (частная риторика).

Постепенно проблемы, рассматриваемые общей риторикой, становятся предметом изучения таких самостоятельных наук, как стилистика, поэтика, теория литературы, теория коммуникации, культура речи, психология общения, теория и практика этикета и др.

А выделение различных видов частной риторики (красноречия) было обусловлено спецификой функционирования языка в разных сферах общественной жизни. Это:

- дипломатическое красноречие;
- академическое красноречие;
- политическое красноречие;
- судебное красноречие;
- духовное красноречие;
- военное красноречие;
- торговое (деловое) красноречие.

Нет такой профессии, где бы не пригодилось искусство владения словом. В деловом общении владение искусством речи является обязательным, так как деловому человеку постоянно приходится общаться с людьми, вести деловую переписку, проводить деловые совещания, участвовать в деловых переговорах, дискуссиях и находиться в постоянном контакте с подчиненными. Умение вести деловое общение является одним из важных условий коммерческого успеха.

На общение расходуется около 80 % рабочего времени руководителей всех уровней. «Умение общаться с людьми – такой же покупаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов платить за это умение больше, чем за какой-либо другой товар в этом мире», - писал Дж. Рокфеллер[2].

Для того чтобы деловое общение было эффективным, нужно научиться пользоваться своей речью так, чтобы уметь повлиять на своего собеседника, успешно сотрудничать и с теми, кто с вами, и с теми, кто против вас, участвовать в деловых переговорах, дискуссиях и т.д. Американские предприниматели считают: «Бизнес – это умение разговаривать с людьми»[3]. Не только разговаривать, но и воздействовать. А способность воздействовать является главным свойством риторического текста.

Деловая риторика – это область человеческой культуры, включающая в себя науку, искусство и живую человеческую практику убедительной и эффективной речи в различных жанрах делового общения[4]. Предметом деловой риторики являются правила и приемы эффективного делового общения.

Основной тезис современной деловой риторики состоит не в том, что аудиторию надо *побеждать*, а в том, что с аудиторией надо *сотрудничать*.

Для этого деловому человеку надо знать ЧТО сказать и КАК сказать. Сказать красиво и убедительно – значит овладеть правилами и приемами риторики.

Подготовка к риторическому выступлению осуществляется по отдельным видам деятельности (этапам или фазам). Их всего пять.

Первый этап – это *инвенция*. Он предполагает подбор материала для содержания выступления.

Второй этап – это *диспозиция*. Он требует построения опорных схем и планов, отражающих логику содержания.

Третий – это *элокуция*. Предполагает отбор языковых средств, которые могут быть использованы в процессе выступления. Они должны быть тщательно отобраны по образности, выразительным возможностям, стилю и точности.

Четвертый этап – *мемория*. Чтобы весь текст выступления сохранился в памяти говорящего, следует использовать опорные схемы с указанными на них фактами, цифрами, примерами.

Пятый этап – *акция*. Она требует продумывания и тренировки техники речи, выразительности речи, а также соотношения речевого поведения и жестикюляции.

Риторика предполагает учет следующих факторов, влияющих на эффективность и действенность делового общения:

1. *Состав аудитории*, ее культурно-образовательные, национальные, возрастные и профессиональные особенности, ее эмоциональный настрой и компетентность;

2. *Содержание и стиль* самого выступления.

Выделяют 4 стиля общения: *менторский* – поучительно-назидательный; *одухотворяющий* – вселяющий в людей веру в свои силы и личностные качества; *конфронтационный* – вызывающий желание возражать, не соглашаться; *информационный* – ориентированный на передачу слушателям определенных сведений. В деловом общении надо избегать менторского тона. Нельзя проявлять интеллектуального превосходства над людьми. Чаще всего деловые люди используют одухотворяющий и конфронтационный стили общения.

3. *Объективная самооценка* личностно-деловых качеств, компетенции в тех вопросах, с которыми оратор выступает перед людьми. Важно не переоценивать и не занижать свою подготовленность[5].

В риторике используются следующие психолого-дидактические принципы речевого поведения:

Принцип доступности. Следуя этому принципу, деловому человеку необходимо учитывать культурный, жизненный и образовательный опыт аудитории.

Принцип ассоциативности. Он связан с эмоциональным воздействием на слушателей, вызовом сопереживания и размышления у слушателей. Для этого используются особые речевые средства – приемы

«образной речи». Это лексические средства выразительности речи (*тропы*): гипербола, эпитет, сравнения, метафоры. К ним же относятся и фразеологизмы – устойчивые выражения с самостоятельным значением, близким к идиоматическому. К фразеологизмам примыкают также пословицы, поговорки и крылатые слова. К синтаксическим средствам выразительности речи (*фигурам*) принято относить риторический вопрос, риторическое восклицание, повторы и др..

Принцип экспрессивности. Он выражается в эмоционально напряженной речи выступающего, в его жестах, позе, мимике. Само главное здесь – неподдельная искренность в словах, эмоциях и жестах.

Принцип интенсивности. Данный принцип характеризуется темпом подачи информации. При этом следует учитывать настроение аудитории, ее темперамент, ее подготовленность к восприятию конкретного вида информации.

В деловой коммуникации постоянно приходится что-то утверждать, доказывать или опровергать, убеждать других собеседников. Поэтому деловому человеку особенно необходимо опираться на логику, т.е. соблюдать *основные логические законы*, впервые сформулированные Аристотелем. Выделяют четыре закона логики:

1. *Закон тождества*, согласно которому предмет мысли в пределах одного суждения должен оставаться неизменным: *А есть А*, где А – это любая мысль. Этот закон требует, чтобы все понятия и суждения носили однозначный характер, исключая двусмысленность и неопределенность. Однако это не так просто, так как в языке существуют такие явления, как омонимия, синонимия и полисемия (многозначность). Например, в высказывании «Все члены делегации были переизбраны» непонятно, что значит *были переизбраны: назначили новых или оставили предыдущих*. Поэтому, приступая к обсуждению какого-либо вопроса, нужно быть уверенным в том, что обе стороны вкладывают в слова одинаковый смысл. Это значит, что в выступлении мысль о каком-либо предмете должна иметь определенное устойчивое содержание, сколько бы раз к ней ни обращались.

В письменной деловой речи во избежание двусмысленности приводятся четкие определения используемых в документах терминов..

2. *Закон противоречия.* По этому закону два высказывания, одно из которых что-либо утверждает, а другое что-либо отрицает о *том же предмете в то же самое время*, не могут быть одновременно истинными. «Неверно, что А и не А одновременно истинны». Прежде всего речь должна идти об одном и том же предмете, относиться к одному и тому же времени и рассматриваться в одном и том же отношении. «Я не могу сказать, что наша фирма не достигла хороших результатов в работе за прошлый год, но я и не могу сказать, что наша фирма достигла чего-то определенного». Эти два высказывания противоречат друг другу и не являются одновременно истинными. А вот другой пример: вам надо готовиться к выступлению, а ваши друзья собрались на прогулку. На улице пошел дождь. Вам погода покажется хорошей, а друзьям нехорошей. В данном случае, оба суждения истинны, так как вы рассматриваете их в разных отношениях.

Закон противоречия имеет большое значение для делового общения. Он помогает устранять противоречия в высказываниях, вырабатывать критическое отношение к неточностям в них, шире использовать их в переговорах.

3. *Закон исключенного третьего.* Он утверждает, что из двух противоречащих друг другу суждений одно ложно, а другое истинно, и выражается формулой: «А есть В, либо не В». Важность этого закона в деловом общении состоит в том, что он требует соблюдения последовательности в изложении фактов, ясных и определенных ответов, не допускает противоречий в высказываниях. Либо отрицание, либо утверждение. Третьего не дано.

4. *Закон достаточного основания* формулируется следующим образом: «*Всякая истинная мысль имеет достаточное основание*». Оснований существует бесконечное множество, однако не все они достаточны. Основание является достаточным тогда, когда доказывает истинность данного утверждения. В деловом общении этот закон требует, чтобы любое суждение было обосновано. И только потом оно может быть принято за истину.

На закон достаточного основания опирается *доказательство* – одно из важнейших логических приемов обоснования истинности какого-либо суждения с помощью других положений. В доказательстве всегда можно выделить *тезис* (положение, которое надо доказать, обосновать) и *аргументы* (суждения, которые должны подтвердить выдвигаемое положение).

Основными требованиями к доказательствам являются:

- тезис и аргументы должны быть сформулированы ясно и точно. Здесь нельзя допускать двусмысленности;
- тезис и аргументы не должны быть суждениями, внутренне противоречивыми.
- тезис в ходе всего доказательства должен оставаться неизменным. От его первоначальной формулировки не следует отступать.
- в качестве аргументов могут выступать только такие положения, истинность которых ни у кого не вызывает сомнения.
- аргументы должны быть достаточны
- аргументы должны быть доказаны независимо от тезиса, т.е. должно соблюдаться правило их автономного обоснования.

Нередко при построении тезиса, приведении аргументации встречаются ошибки, связанные с потерей тезиса, с его подменой, с недостаточностью аргументов и несоответствием между аргументами и тезисом.

Для делового выступления большое значение имеют жестикация и мимика. Это и положения рук, ног, тип рукопожатия, позы, взгляд, сигналы, посылаемые глазами и губами. Жесты, сопровождающие речь, помогают усилить ее воздействие и убедить слушателей. Однако не стоит забывать, что жесты должны быть естественными и адекватными содержанию выступления. А их количество должно соответствовать характеру сказанного. Жестами надо учиться управлять, контролировать их. Содержание фраз люди, как правило, могут тщательно продумать, а жесты не подвергаются анализу и остаются постоянными в течение всей жизни. Психологи считают, что «легче изменить свое мировоззрение, чем свой индивидуальный способ подносить ложку ко рту. Ведь действительно, внутренний мир человека гораздо «правдивее» проявляется через жесты, мимику, звучание голоса, чем через сказанные им слова»[\[6\]](#)

Участникам делового общения крайне важно обладать способностью оценивать большинство жестов, прежде чем на них ответить. Ведь умение прогнозировать поведение человека в различных деловых ситуациях по языку тела поможет выстроить наиболее эффективную стратегию общения и поведения. Собеседники смогут не только лучше понимать друг друга, но и пользоваться своими жестами таким образом, чтобы вызвать у партнера желаемую реакцию.

Таким образом, деловой риторический текст предполагает личностное воздействие на собеседника. Поэтому здесь важно все: и содержательность выступления, и образность речи, и логика, и поведение выступающего, и техника речи, и жесты, и мимика, и сила голоса, и его заинтересованность в решении данной проблемы, и, самое главное, неподдельная искренность в выступлении.

Выводы:

Деловая риторика – это теория и практика убедительной и эффективной речи в различных жанрах делового общения. Основными практическими целями в деловой риторике являются:

- договориться по интересующему деловому вопросу;
- а для этого нужно убедить партнера в правильности и взаимовыгодности предлагаемого решения. При этом надо ставить задачи воздействия на ум, чувства, действия людей. Эти задачи убеждающей речи берут свое начало от традиций Древней Греции, где риторика складывалась и развивалась, прежде всего, как искусство говорить, ораторское искусство.

Предметом деловой риторики являются правила и приемы эффективного делового общения.

Для того чтобы деловое общение было эффективным, надо говорить:

- правильно,
- убедительно,
- красиво.

К правильной деловой речи предъявляются следующие основные требования: точность, краткость, доступность речи, а также соблюдение правил служебного речевого этикета.

Убедительной деловая речь может быть только в случае соблюдения четкости и определенности речи, т.е. ее логичности, которая отражается в 4 логических законах: тождества, противоречия, исключенного третьего и достаточного основания.

Способом красивой подачи информации, а также сводом конкретных законов и правил, обеспечивающих воздействие, эмоциональность, образность деловой речи, является деловая риторика.

Ответьте на вопросы:

1. Почему риторику называют наукой и искусством?
2. Назовите основные виды риторики ?
3. Назовите этапы подготовки к риторическому выступлению?
4. Что является предметом деловой риторики?
5. В чем заключаются принципы речевого поведения, и как они реализуются в деловой риторике?
6. Какие риторические факторы влияют на эффективность делового общения?
7. Охарактеризуйте основные логические законы. В чем их значимость для делового общения?
8. Что такое доказательство?
9. Какие требования предъявляются к доказательствам?

Литература:

1. Андреев В.П. Деловая риторика. – Казань. Изд-во Казанского ун-та, 1998.
2. Аннушкин В.И. Риторика. Вводный курс: учебное пособие. – М.: Флинта: Наука, 2007.
3. Введенская Л. А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2002.
4. Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. – М: Смысл; Эрудит-К, 2002.
5. Колтунова М.В. Деловое общение: нормы, риторика, этикет: Учебное пособие. – М.: Логос, 2005.
6. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. – М.: Ось-89, 2000.
7. Русский язык и культура речи: Учебник / Под ред. проф. В.И. Максимова. – М.: Гардарики, 2001.
8. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. – М.: Инфра-М, 1995

- [1] Аннушкин В.И. Риторика. Вводный курс: учебное пособие. – М: Флинта: Наука, 2007, с.43
[2] Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. – Ростов н/Д., 2002, с.37
[3] Колтунова М.В. Деловое общение: нормы, риторика, этикет. – М., 2005, с.25
[4] Андреев В.П. Деловая риторика. – Казань, 1998, с.7
[5] Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие. – М., 2000, с.24

[6] Дерябо С.В., Ясвин В.А. Гроссмейстер общения. – М., 2002, с.90.

Тема 4. Учет национально-коммуникативного поведения в деловом общении

1. Национально-коммуникативное поведение в деловом общении.
2. Основные черты русского коммуникативного поведения.
3. Значение общения в жизни русских людей.
4. Специфика восприятия времени.
5. Отношение к труду.
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература.

Иностранным бизнесменам, начинающим работать в России, необходимо четко представлять не только экономические проблемы, но и проблемы, связанные со стереотипами национально-коммуникативного поведения.

Национально-коммуникативное поведение – это поведение личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума[1].

При изучении национально-коммуникативного поведения разных народов определяются различия в нормах общения народов, традициях, менталитете, что влияет на их деловые отношения. Например, в практике одной из западноевропейских фармацевтических компаний был такой случай. Она решила поставить партию нового болеутоляющего препарата в арабские страны. Препарат хорошо раскупался на европейском континенте, что позволяло компании рассчитывать на успех. Для рекламы в Европе компания использовала три картинки: на первой была изображена женщина, кричащая от боли, на второй – женщина принимала лекарство, на третьей – после приема препарата боль прошла, и женщина изображалась в расслабленном, спокойном состоянии. Рекламу, которая не требовала пояснений, решили оставить. Через некоторое время обнаружили, что препарат вообще не покупается в арабских странах. О том, что там читают справа налево, конечно, знали, но о том, что это относится и к картинкам, просто не подумали. И без учета национально-культурной специфики смысл рекламы оказался противоположным: женщина принимает предлагаемое лекарство, после чего кричит от боли[2].

Человеку, не понимающему или неправильно воспринимающему стереотипы коммуникативного поведения чуждой ему культуры, очень сложно, даже невозможно работать с иностранными партнерами.

Национальные и культурные особенности весьма значимы в деловых контактах. Ведь знание их может быть ориентиром возможного поведения партнера. Предугадать это поведение – значит эффективно организовать стратегию делового общения.

Основными отличительными чертами русского коммуникативного поведения в деловом общении являются:

- высокая степень общительности;
- высокая степень эмоциональности;
- неформальность социальных отношений;
- терпеливость;
- неритмичность в труде;
- циклическое восприятие времени;
- неумение детально планировать.

Русские люди очень общительны. Они вступают в контакт легко, без предисловий или долгих извинений. В русском этикете нет жесткой церемонии знакомства. Можно даже знакомиться самому: «Можно с Вами познакомиться?»

Общение для русских является важной составляющей жизни, важным способом проведения времени с другими людьми. Русские встречаются друг с другом прежде всего для общения. Оно обычно проходит эмоционально, потому что русские не скрывают своего настроения. Они открыто радуются или печалются. А неэмоциональность в общении означает равнодушие и обижает собеседника.

В русском деловом общении после знакомства стараются установить неофициальные, межличностные отношения, т.е. «хотят дружить». Русский человек старается избежать официального общения, так как оно в русской культуре рассматривается как менее искреннее, менее эмоциональное. Кроме того, оно рассматривается как церемонное, не ведущее к реальному установлению контакта с собеседником, и в силу этого оценивается русским коммуникативным сознанием негативно. Неофициальное общение с людьми, в том числе с партнерами по бизнесу, считается более желанным и более эффективным. Даже уволить сотрудника с работы русские не могут без колебаний. Это воспринимается ими как недружественный акт по отношению к человеку.

Русские все больше привыкают к правилу, что только после установления хороших межличностных отношений можно выходить на переговоры и заключать сделки.

Для русских характерен повышенный объем общения. Это значит, что в официальной обстановке русский человек может говорить много и долго, не замечая времени, что в корне отличает стиль русского общения от западного. Русские монологи могут быть длинными, серьезными и эмоциональными. В диалоге русские обычно сохраняют дисциплину и не перебивают партнера. Люди могут неожиданно громко перебивать друг друга, но потом продолжать диалог и не обижаться.

Для русского общения возможны: разговоры о домашних делах на работе, решение личных вопросов на работе, вопросы о зарплате, о семейном положении, вопросы, касающиеся религии и национальной принадлежности человека. Однако это не говорит о националистической настроенности русских людей. Это исключительная заинтересованность русских людей в установлении душевных межличностных отношений. Это называется – «поговорить по душам».

В межнациональных отношениях русские люди исторически проявляли терпимость к чужим нравам и обычаям. Чужое было для них всегда притягательным и интересным. И русский народ легко перенимал у иностранцев новое. Для него характерна открытость внешнему миру и переимчивость привлекательных черт других культур. Академик Д.С. Лихачев подчеркивал: «Русская культура уже по одному тому, что она включает в свой состав культуры десятков других народов и издавна была связана с соседними культурами Скандинавии, Византии, южных и западных славян, Германии, Италии, народов Востока и Кавказа, - культура универсальная и терпимая к культурам других народов»^[3]

Для русского человека время циклично. Он всегда оглядывается на прошлое, анализирует допущенные ошибки лучше, чем организуют свое будущее. Российские бизнесмены осторожно идут на установление новых деловых контактов и стремятся укрепить старые деловые связи.

У западных людей время линейно. Они решают проблему постепенно, поэтапно двигаясь к будущей цели. Для них не очень важно, что было в прошлом. Они полностью направлены в будущее.

Подобное несовпадение в восприятии времени может вносить в деловые отношения между русскими и иностранными партнерами неудобства, вызывать разногласия у иностранных бизнесменов.

Кроме того, распределение времени у русских подчинено эмоциям, настроению. Русские могут изменить время встречи, опоздать на нее или перенести ее. А иностранцы, наоборот, относятся ко времени рационально, логически и прагматично. Для них «Время – деньги». Поэтому они могут прервать встречу, ссылаясь на то, что у них другая встреча, и они боятся на нее опоздать. Тем самым они задевают русского партнера, так как для русского человека важнейшим условием является желание достойно закончить процесс общения.

У русских людей выработалась привычка смешивать профессиональное, личное и общественное. На работе русский человек не только работает, он там еще и эмоционально живет, устанавливая с каждым членом коллектива свои отношения, чаще всего положительные. К национальным особенностям русских специалисты относят коллективизм. Это выражается в желании русского человека быть в согласии со всеми в трудовом коллективе, выступать и действовать в группе, т.е. коллективно. Русские люди неконфликтны, терпеливы, лишь бы сохранить атмосферу дружественного коллектива. Даже успех фирмы ими воспринимается не как заслуга одного человека, а как совместный успех, коллективный.

Русский человек может пренебрежительно относиться к распорядку рабочего дня: опоздать на работу, уйти раньше установленного в конце рабочего дня времени, болтать по телефону, сидеть в интернете. Он не способен работать в каком-то одном ритме, долго концентрироваться на чем-то одном, не способен работать ровно, спокойно и монотонно. Но если ему работа доставляет удовольствие и он увлечен ею, то он будет «гореть» на работе, не замечая времени, будет брать ее домой на выходные и праздники. Русские работают неравномерно: интенсивный труд сменяется паузой для релаксации. Равномерный и неторопливый труд им скучен.

У русского человека не сформирована также привычка к подробному и детальному планированию. Российские бизнесмены предпочитают обсуждать проблемы и договариваться в общем, обращают внимание в основном на общие цели и мало уделяют внимания тому, каким образом их можно достичь. А как получится в реальности, это уже, по мнению русских, предусмотреть невозможно.

Это русское, с точки зрения иностранцев, легкомыслие можно регулировать с помощью строгого внешнего контроля. Русским присуща боязнь контроля извне. При этом в русском сознании ослаблена внутренняя ответственность, в результате чего трудовой коллектив при ослаблении надзора со стороны руководства начинает работать расслабленно. Русские люди привыкли к постоянному, сильному внешнему контролю и неукоснительно подчиняются ему. Сравни выражения: «боятся – значит, уважают» (это о начальнике) или «суров, но справедлив» (хороший руководитель).

Конечно, многих иностранных предпринимателей перечисленные качества русского коммуникативного поведения могут не только удивлять, но и вызывать у них возмущение. И до тех пор, пока одна сторона не приспособится к другой, непонимания и конфликты неизбежны. Но если умело использовать индивидуальные качества деловых партнеров, т.е. воспринимать спокойно и постоянно учитывать их, то можно найти золотую середину и эффективно развивать деловые отношения.

Тем более что помимо отмеченных достаточно скромных деловых качеств, у русского человека имеется также масса достоинств. Это гостеприимство, открытость и искренность, способность выживать в самых тяжелых условиях, приветливость, душевность, изобретательность, стремление к справедливости, взаимопомощь, способность смириться с трудными обстоятельствами без гнева. Такие особенности русского характера создают благоприятную ситуацию для делового сотрудничества иностранных предпринимателей с русскими.

Советы Р.Д. Льюиса, британского лингвиста, занимающегося проблемой деловых культур в международном бизнесе:

- Если у вас на руках «сильные карты», не злоупотребляйте ими. Россияне – гордые люди, их нельзя унижать.
- Они больше ориентированы на людей, чем на дело. Постарайтесь им понравиться.
- Показывайте свою симпатию к человеческим аспектам переговоров.
- Они действуют в основном коллективно, поэтому не выделяйте кого-либо особо.
- Они уважают стариков и презирают отношение американцев к пожилым людям.
- Во время делового общения они отдают приоритет в таком порядке: личные взаимоотношения, форма, внешние проявления, возможность для заработка.
- Они часто выглядят возбужденными, но хорошо владеют собой.

- Русские по своей сути консервативны и нелегко принимают новые идеи. Представляйте их не спеша, не нажимайте на них поначалу.
- Не старайтесь отделить россиянина от группы, какой бы она ни была.
- Они любят поговорить. НЕ задумывайтесь, раскройте перед ними свою душу. Они, как и немцы, обожают говорить по душам.

Выводы:

Чтобы найти путь в взаимовыгодному деловому сотрудничеству, необходимо иметь представление о национально-коммуникативном поведении своего партнера.

Национально-коммуникативное поведение представляет собой совокупность норм и традиций общения одного народа, объединенного общей культурой и языком. А количество норм и традиций в разных коммуникативных культурах может сильно отличаться.

К наиболее ярким чертам русского коммуникативного поведения в деловом общении можно отнести такие, как:

- высокая степень общительности;
- высокая степень эмоциональности;
- неформальность социальных отношений;
- терпеливость;
- циклическое восприятие времени;
- неритмичность в труде;
- неумение детально планировать и др.

Надо отметить, что у русских людей стереотипы делового общения еще не выработаны, они только устанавливаются. Поэтому на данном этапе деловые качества русских людей оцениваются как очень скромные. Об этом свидетельствуют: неумение долго концентрироваться на чем-то одном, слишком эмоциональное отношение ко всему в жизни, неритмичность в труде, неумение автоматически выполнять свои профессиональные обязанности. Эти качества, безусловно, усложняют отношения русских с другими людьми и плохо отражаются на их деловой репутации.

Однако если русский человек увлечен делом, перспективами его развития и если между ним и иностранными партнерами установились межличностные хорошие отношения, то он станет надежным партнером в бизнесе.

Ответьте на вопросы:

1. Каково значение национально-коммуникативного поведения в деловом общении?
2. Что Вы думаете о стиле русского делового общения?
3. Как относятся российские деловые люди ко времени? Всегда ли они его хорошо организуют?
4. На какие отрицательные черты русского делового стиля общения указывают иностранные предприниматели?
5. Какие позитивные черты отмечаются ими у русских?
6. Как вы понимаете выражения: *Не дал слово – крепись, а дал слово – держись; Что посеешь, то и пожнешь; Старый друг лучше новых двух; Любишь кататься – люби и саночки возить.*

Литература:

1. Введенская Л. А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. Ростов-на-Дону, 2002.
2. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность / А. В. Сергеева. М., 2006.
3. Русские: коммуникативное поведение / Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. М., 2007.
4. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М., 1995.

[1] Стернин И.А., Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение. М., 2007, с.42.

[2] Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М., 1995, с. 80.

[3] Холопова Т.И., Лебедева М.М. Указ. соч., с.96..

ТЕМА 5. ДУХОВНАЯ КУЛЬТУРА, ЭТИКА И ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

1. Духовная культура делового общения и этика делового общения.
2. Этикет делового общения.
3. Национальные формы этикета делового общения (порядок представлений и знакомств).
4. Роль делового этикета в деловом общении.
5. Важность обучения деловому этикету филологов – иностранцев, будущих преподавателей русского языка.
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература.

1. ДУХОВНАЯ КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ И ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.

Деликатность составляет одно из высших достоинств человека. В ней соединяются и честность, и справедливость, и деятельное участие в судьбе ближнего.
Н.А.Добролюбов

И главное: воспитать в народе новый русский духовный характер...
...Вся духовная культура, во всех своих священных основах требует от нас исследования и новых национально-русских ответов.
И.А.Ильин

«Аристос» значит по-гречески «лучший». Не «самый богатый», не «самый родовитый», не «самый влиятельный», не «самый ловкий и пронырливый», не привилегированный, не старший возрастом. Но именно «лучший»: искренний патриот, государственно мыслящий, политически опытный, человек чести и ответственности, жертвенный, умный, волевой, организационно-даровитый, дальновзоркий и образованный...
И.А.Ильин

Созидается государство началами нравственными.
Ф.М.Достоевский

Формирование духовного мира человека – тема, которая в настоящее время волнует человечество. Вопрос о духовности человека – это вопрос о его способности, готовности усваивать духовные богатства народа, его достижения в духовной жизни общества, реализоваться, усваивая достижения как своей национальной культуры, так и культуры других народов. Этот процесс особенно активизируется при изучении языка и культуры.

Культура не только совокупность традиций, обычаев того или иного народа, но и система образцов парадигм *деятельности*, накопленных народом.

Возникает проблема проникновения в дух определенной культуры с помощью глубокого изучения этой культуры. Особое внимание при этом обращается на коммуникативный аспект культуры, на способы передачи культуры, внутрикультурные контакты (Э.Сепир, К.Леви-Стросс).

В переломные периоды общественного развития, в периоды «культурных перемен» («...во дни, сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах ... родины» (Тургенев) коммуникативная функция культуры осуществляется в более сложной форме.

В современном обществе четкие разграничения типизации культуры и состояния культурной трансформации, высокой и низкой, элитарной и массовой культуры размываются.

Процесс культурной коммуникации индивидуализируется.

К основным элементам духовной культуры можно отнести нравственность, образ жизни, общение, политическую, правовую культуру, воспитание человека, науку, просвещение, образование, художественную литературу, язык и речь[1].

Духовное содержание каждого человека формируется и живет в нем, проявляясь через его жизненные правила, поведение, отношение к людям, к труду, во внешнем облике, а больше и яснее всего в его общении.

Чем гармоничнее человек, чем целостнее его внутренний мир, чем глубже его связь с культурой своего народа, тем больше он открыт для общения, тем выше его готовность к действию словом, к социальному взаимодействию.

Если мы обратимся к подавляющему большинству современных телепередач, к дискуссиям по радио, к сути выступлений наших политиков, писателей, художников, философов, то вопрос упирается прежде всего в общее состояние культуры, в состояние духовной культуры, в содержание и формы общения, а потом в их составляющие. А среди этих составляющих – общение и деятельность, поступки и поведение отдельных людей.

Деловое общение (а современный человек значительную часть своего времени, своей жизни находится в этом общении) играет огромную роль в его жизни, в формировании его взглядов, в достижении гармоничного взаимодействия с окружающим миром.

Человек формируется и формирует свою духовность через свой жизненный опыт, в процессе овладения достижениями культуры (труд, общение, образование, книги и т.д.).

Духовная структура личности включает его идеалы, чувства, мысли, поведение, отношение к людям.

Духовность, прежде всего, основывается на нравственности. По отношению к деловому общению это означает, что *нравственное деловое общение* является и может являться высшей формой делового общения.

Нравственность – понятие сложное и многогранное. Но ясно, что нравственность человека, его нравственную культуру можно определить как гармоничное взаимодействие его личной жизни с интересами общества.

В деловом взаимодействии людей в настоящее время как никогда важна составляющая разума и нравственности. По большому счету профессионалом можно называть не только того, кто хорошо знает свое дело, но и того, кто хорошо взаимодействует с другими людьми, то есть, прежде всего, хорошо общается, а хорошо общаться – значит, прежде всего, хорошо относиться к людям.

В курсе преподавания русского языка делового общения магистрам-филологам, будущим преподавателям русского языка, а также всем тем, кто интересуется межкультурными связями и деловым взаимодействием очень важны все вопросы, связанные с нравственной стороной делового взаимодействия.

Сложившиеся нормы нравственности являются результатом длительного по времени процесса становления взаимоотношений между людьми как в общественной, так и в семейной жизни. Без соблюдения этих норм невозможны политические, экономические, культурные и семейные отношения, ибо мы не можем сосуществовать, не налагая на себя определенных ограничений. И здесь очень важная роль принадлежит этикету.

2. ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Этикет — слово французского происхождения, означающее манеру поведения. К нему относятся правила учтивости и вежливости, принятые в обществе[2].

Современный этикет наследует обычаи и традиции практически всех народов от древности до наших дней. Эти правила поведения являются всеобщими, поскольку они соблюдаются представителями не только какого-то данного общества, но и представителями самых различных социально-политических систем, существующих в современном мире. Народы каждой страны вносят в этикет свои поправки и дополнения, обусловленные общественным строем страны, спецификой ее исторического развития, национальными традициями и обычаями. Так, из Древнего Рима к нам пришел обычай гостеприимства и хлебосольства. Скандинавы ввели в этикет правило предоставлять самые почетные места за столом наиболее уважаемым гостям. Народы Кавказа издревле уважительно относятся к старшим по возрасту и к женщине, при появлении пожилого человека все встают.

Различают несколько видов этикета, основными из которых являются:

- придворный этикет – строго регламентируемый порядок и формы обхождения, установленные при дворах монархов;
- дипломатический этикет – правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на различных дипломатических приемах, визитах, переговорах;
- воинский этикет — свод общепринятых в армии поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;
- общегражданский этикет — совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых гражданами при общении друг с другом.

Большинство правил дипломатического, воинского и общегражданского этикета в той или иной мере совпадают. Различие между ними состоит в том, что соблюдению правил этикета дипломатами придается большее значение, поскольку отступление от них или нарушение этих правил может причинить ущерб престижу страны или ее официальным представителям и привести к осложнениям во взаимоотношениях государств.

По мере изменений условий жизни человечества, роста образования и культуры одни правила поведения сменяются другими. То, что раньше считалось неприличным, зачастую становится нормой поведения или исчезает из жизни.

Вместе с тем требования этикета не являются абсолютными: соблюдение их зависит от места, времени и обстоятельств. Поведение, недопустимое в одном месте и при одних обстоятельствах, может быть уместным в другом месте и при других обстоятельствах. Так, например, в гостях и тем более на официальных приемах не принято есть рыбу с помощью ножа или брать мясо руками, а на пикнике это вполне допустимо.

Нормы этикета, в отличие от норм морали, являются условными: они носят как бы характер неписаного соглашения о том, что в поведении людей считать общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил взаимоотношений. Манеры во многом отражают внутреннюю культуру

человека, его нравственные и интеллектуальные качества. Умение правильно вести себя в обществе имеет очень большое значение: оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие, устойчивые взаимоотношения.

Следует отметить, что тактичный и воспитанный человек ведет себя в соответствии с нормами этикета не только на официальных церемониях, но и дома. Подлинная вежливость, в основе которой лежит доброжелательность, обуславливается тактом, чувством меры, подсказывающим, что можно, а чего нельзя делать при тех или иных обстоятельствах. Такой человек никогда не нарушит общественный порядок, ни словом, ни поступком не обидит другого, не оскорбит его достоинства.

К сожалению, встречаются люди с двойным стандартом поведения: один – на людях, другой – дома. На работе, со знакомыми и друзьями они вежливы, предупредительны, дома же с близкими не церемонятся, грубы и нетактичны. Это говорит о невысокой культуре и плохом воспитании.

Нередко мы видим людей, которые громко разговаривают или смеются во время спектакля в театре, кино и других общественных местах, мешая окружающим; не снимают головного убора при входе в квартиру или учреждение; на улице бросают на тротуар окурки, бумагу; ходят в мятом костюме, грязной обуви; не вынимают сигарету изо рта или руки из карманов при разговоре с другим человеком; проявляют излишнее любопытство и назойливость при общении со знакомыми или малознакомыми людьми; допускают грубость и бестактность по отношению к окружающим; не уступают общественном транспорте пожилым людям, женщинам, детям, инвалидам; невежливо отвечают на вопросы; толкаются и не считают нужным извиниться. Многие просто не усвоили элементарные правила обращения к другому человеку.

Нередко приходится наблюдать и такую картину, когда в ресторанах, кафе, на банкетах, в гостях внешне подтянутые, вежливые, хорошо одетые люди не знают элементарных правил поведения за столом, не умеют обращаться с вилок и ножом, с бокалом и рюмкой.

В университетский лифт входят, например, трое студентов. Возвращаясь из столовой, они оставляют за дверями девушек и преподавателей. Или, набившись в лифт, где уже и шевельнуться нельзя, одна из студенток вдруг решает причесаться и начинает посыпать всех волосами, а другая громко говорит по мобильному телефону. Каждый день вы видите у дверей основного корпуса студентов, которые вышли покурить. Часто в центре такой компании – одна-две девушки, вокруг которых собираются молодые люди. После того, как они войдут в здание, на плитках у входа остается круг «плевков» – просто молодые люди стояли, разговаривали с девушками, курили и плевали – вот и образовался этот круг «плевков» (Можете его каждый день увидеть, но лучше не смотреть...).

Современный этикет регламентирует поведение людей в быту и на службе, в общественных местах и на улице, в гостях и на различного рода официальных мероприятиях – приемах, церемониях, переговорах.

Ниже мы рассмотрим основные вопросы этикета и начнем с того, как *не следует поступать*.

Уже сегодня большинство решений достигается путем переговоров, на которые возлагают определенные надежды, справедливо полагая, что они должны:

- привести к разумному соглашению, если таковое возможно;
- улучшить или по крайней мере не испортить отношения. Современные средства связи позволяют решать многие деловые вопросы, не встречаясь со своими партнерами. Но они эффективны только тогда, когда уже достигнуто взаимопонимание и согласованы основные условия сотрудничества.

В решении принципиальных вопросов главную роль играют личные контакты. Они могут осуществляться в разнообразных формах: от неофициальных встреч до официальных переговоров с заранее подготовленной повесткой дня. Успех личных контактов зависит от того, удалось ли достигнуть взаимопонимания, а это требует тщательной подготовки любой встречи, даже если она носит неофициальный характер[3].

Переговоры, как и медаль, имеют две стороны: внешнюю (протокольную) и внутреннюю (содержательную). Что касается первой, то на протяжении многолетней практики выработаны

определенные правила ведения переговоров, пренебрегать которыми ни в деловом мире, ни в дипломатии не принято.

О дне и часе переговоров договариваются [4] заранее. Получив согласие, следует прибыть в назначенное время, не заставляя другую сторону ждать. Нарушение этого правила рассматривается как неуважение к принимающему Вас лицу, что может повлиять на ход переговоров. В случае непредвиденной и незначительной по времени задержки следует принести свои извинения. Это важно еще и потому, что принимающий имеет полное право, прождав гостя положенное по этикету время, заняться другим важным для себя делом, перепоручив переговоры своим помощникам, или вообще в этот день отказаться от встречи.

Рассаживаются за столом переговоров только после того, как свое место займет хозяин дома. Он может посадить главного гостя по правую руку от себя или напротив себя. Второй вариант встречается наиболее часто, так как в переговорах принимают участие помощники и другие члены делегации.

Инициатива ведения беседы всегда принадлежит главе принимающей стороны. Это принято по законам гостеприимства. Он же следит за тем, чтобы в разговоре не возникало длинных пауз, иначе наступившее молчание гостями может быть воспринято как намек на окончание визита.

Инициатива окончания любой беседы всегда остается за гостем. Расставаясь, обе стороны должны помнить о взятых на себя обязательствах.

По возвращении с переговоров не следует забывать коротко поблагодарить принимавшую сторону за гостеприимство, даже в том случае, если переговоры были не совсем плодотворными. Этого требуют правила этикета.

Подготовка к переговорам предполагает всестороннее знание проблемы, которую следует обсудить. Практика показывает, что на решение вопроса при личной встрече уходит гораздо больше времени, чем на написание письма и получение ответа на него [5].

Но личный контакт предпочтительнее по многим психологическим и тактическим причинам, среди которых немаловажной является выигрыш темпа.

Переговоры по принципиальным вопросам взаимоотношений, условий договоров или контрактов должны проводиться только с авторитетными представителями другой стороны. Уровень переговоривающихся сторон пока все еще является существенным фактором, ускоряющим или тормозящим принятие ожидаемого решения.

Знание существующих в организации-партнере правил, обычаев и, особенно, внутренних взаимоотношений («кто есть кто») позволит избежать просчетов, которые могут затормозить принятие ожидаемого решения. Примером такого просчета может служить ссылка на мнение человека, которого собеседник не признает в качестве авторитета по рассматриваемым проблемам или просто недолгоблюдет.

3. НАЦИОНАЛЬНЫЕ ФОРМЫ ЭТИКЕТА

Церемониал – это фимиам дружбы.
Китайская пословица

Трудности на переговорах зачастую обуславливаются различиями национальных культур. Принято различать культуры, в которых произнесенные слова воспринимаются практически без учета возможного скрытого смысла. Это так называемые культуры с низким уровнем контекста. К ним относятся, например, американская и немецкая. В других культурах, в частности персидской, французской, японской значение контекста очень велико. Порой скрытый в словах смысл способен менять сказанное на прямо противоположное.

Довольно распространенным является мнение, что легче вести переговоры представителям одной расы и тем более одной национальности. Между тем это не всегда так. Ученые пришли к выводу, что чем ближе народы друг к другу этнически, тем более существенными представляются им различия во

взглядах на ту или иную проблему (обратите внимание, как трудно проходят российско-украинские переговоры). Зато чем больше разнятся народы в этническом плане, тем более значимыми для их представителей будут совпадения во мнениях. При этом следует отметить, что при совпадении интересов сторон национальные различия не замечаются, но стоит возникнуть конфликту, как они начинают играть важную роль[6].

Надо учитывать, где участник переговоров родился, получил образование, живет и работает в настоящее время. Так японец, проживающий в США и ведущий переговоры от имени американской компании, в определенной мере может сохранить черты, присущие японскому национальному характеру, и это будет влиять на его поведение на переговорах. Однако в целом его стиль ведения переговоров будет скорее американским, поскольку на формирование его личности большое влияние оказала та среда, в которой он был воспитан.

Все выше- и нижесказанное может помочь предугадать поведение Вашего делового партнера[7].

Американцы при решении проблемы стремятся обсудить не только общие подходы, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. Они ценят в людях открытость и честность, быстро переходят к сути дела, не тратя времени на формальности. Нередко проявляют эгоцентризм, полагая, что партнер по переговорам непременно должен руководствоваться теми же правилами, что и они сами. Не любят перерывов в беседе, ценят в людях пунктуальность, всегда вовремя приходят на назначенную встречу и считают, что опоздания недопустимы и не могут быть ничем оправданы. Обычная для них продолжительность переговоров - от получаса до часа и предпочтительно один на один.

Американцы умеют и любят торговаться, уделяя немалое внимание увязке разнообразных вопросов – так называемым «пакетным» решениям. Часто сами предлагают «пакеты» к рассмотрению на деловых переговорах. Их не пугает риск, их пугает некомпетентность партнера[8].

Англичане не уделяют особого внимания тщательной подготовке переговорного процесса. Подходят к любой проблеме с изрядной долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера непосредственно в ходе переговоров можно будет найти оптимальное решение. При этом они достаточно благосклонно встречают инициативу другой стороны. Абсолютно непоколебимы во всем, что касается соблюдения принятых правил, а тем более законов. У них высоко развито чувство справедливости, поэтому при ведении дел они исповедуют веру в честную игру. Укоренившееся у европейцев мнение о коварстве англичан («коварный Альбион») так же мало соответствует действительности, как и знаменитые «лондонские туманы».

По традиции англичанин сдержан в суждениях, избегает категорических утверждений, старательно обходит в разговоре любые личностные моменты, то есть все то, что может быть расценено как вторжение в чужую частную жизнь.

Присущее британцам умение терпеливо выслушать партнера, не возражая ему, далеко не всегда означает согласие. Просто они считают самообладание главнейшим достоинством человеческого характера.

В ходе переговоров неизбежно возникают паузы, которые американцы, например, не любят и стремятся их заполнить любыми разговорами, хотя бы о погоде. Но с английскими партнерами никогда не нужно бояться молчать. Скорее наоборот, многословием, лишними разговорами можно только повредить делу.

Пунктуальность в Великобритании – жесткое правило. Обмен рукопожатиями принят только на первой встрече.[9]

Немцы предпочитают начинать переговоры, если они твердо уверены в том, что придут к какому-то соглашению с партнером. Очень ценят пунктуальность, известны своим педантизмом, поэтому, ведя с ними переговоры, необходимо строго придерживаться протокола. Свою позицию они прорабатывают весьма тщательно, предпочитая обсуждать вопросы последовательно: не закончив с одним, едва ли согласятся перейти к следующему.

Немцы ценят честность и прямоту. Очень любят приводить факты и примеры. Неравнодушны к цифрам, к схемам, к диаграммам. Во время переговоров с ними, надо быть логичным в аргументации и точным в изложении фактов.

При заключении сделок они будут настаивать на жестком выполнении принятых обязательств, а также на уплате высоких штрафов в случае их невыполнения.

Желательно учитывать приверженность немцев к титулам. Для этого нужно еще до начала переговоров уточнить все титулы деловых партнеров.

Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве.

Французы, в отличие от американцев, стараются избегать официальных обсуждений любых вопросов один на один. Любят досконально изучать все аспекты и последствия поступающих предложений, поэтому переговоры с ними проходят в значительно более медленном темпе. Любые попытки ускорить переговоры могут лишь навредить делу. Французские партнеры могут перебивать собеседника, чтобы высказать критические замечания или контраргументы, но они не склонны к торгу. Не любят сталкиваться в ходе переговоров с неожиданными изменениями в позициях партнеров, поэтому большое значение придают достижению предварительных договоренностей. Долгое время французский язык был языком дипломатического общения, поэтому во время деловых встреч с ними предпочтительно использовать французский (им это очень импонирует), учитывая при этом, что они крайне чувствительны к ошибкам иностранцев в произношении.

Деловые переговоры французы любят начинать в 11.00 часов утра, но не отличаются точностью и не всегда пунктуальны. Подписанные контракты предельно корректны и не допускают разночтений. Французы негативно относятся к компромиссам.

Поддерживать деловые отношения с французами далеко не просто.

Однако многие важные решения принимаются именно на деловых приемах (завтраках, обедах, коктейлях, фуршетах, ужинах). О делах с французами принято говорить только после того, как подадут кофе. Они не любят с ходу обсуждать вопрос, который их интересует больше всего. К нему подходят постепенно, после долгого разговора на нейтральные темы и как бы вскользь.^[10]

Начиная переговоры с любыми представителями Запада или Востока и пытаясь изменить в свою пользу их ход, никогда не следует прибегать к уловке, которую иногда позволяют себе россияне: они говорят, что кое-кто предлагает им более выгодные условия сделки. Среди солидных людей это считается шантажом и бестактностью. Там принято считать, что каждый волен выбирать себе самого выгодного партнера, но должен делать это достойно, не оскорбляя других.

Иностранная делегация, прибывшая в Россию, рассчитывает, что приглашающая сторона возьмет максимум расходов на себя. Как правило, транспортные расходы на международных линиях до места назначения и обратно, а также расходы по медицинскому страхованию членов делегации несет непосредственно сама иностранная фирма. Все другие расходы по приему на месте несет принимающая сторона в разумных пределах.

В этикете нет мелочей, поэтому всегда надо стремиться к проявлению максимальной вежливости. Для того чтобы познакомиться с кем-либо или познакомить кого-то, необходимо представиться (представить), то есть назвать свою фамилию, имя, отчество. Итак, первый шаг к установлению знакомств — это представление.

Если человек по служебным или личным делам посещает учреждение или должностное лицо, он, прежде чем начать деловой разговор, обязан представиться. Представление необходимо и в том случае, если приходится обращаться к незнакомому человеку по какому-либо вопросу. Не следует представляться, если один человек обращается к другому с вопросом, как пройти куда-либо в незнакомом городе или уступает место женщине, пожилому человеку или инвалиду в метро, троллейбусе, автобусе или трамвае.

Существует ряд общепринятых правил этикета, которые необходимо соблюдать при представлениях и знакомствах. Так, мужчина, независимо от возраста и положения, всегда представляется женщине первым. Младших по возрасту или служебному положению мужчин и женщин следует представлять более старшим, а не наоборот. При равном положении (ранге) более молодой представляется более пожилому, подчиненный начальнику, один человек представляется паре, группе, обществу, даже женщина представляется супружеской паре первой.

Когда в обществе (гостях) представляют одного человека сразу несколькими, обычно громко называют его фамилию, имя. Представляемый отвешивает легкий поклон всему обществу. Кланяться каждому отдельно не принято.

Если кто-то знакомит двух людей, он должен сам назвать представляемых. Нельзя подвести их друг к другу и сказать: «Познакомьтесь», обязывая их самим назвать себя. Это невежливо.

Если надо познакомить женщину с мужчиной, следует сказать, обращаясь к женщине, например: «Нина Ивановна, разрешите представить Вам Филиппа Константиновича», или «Разрешите Вас познакомить: это - Филипп Константинович».

При представлении военнослужащих указывается их воинское звание, например: «Товарищ (господин) генерал, разрешите представить Вам полковника Кузнецова».

В том случае, если представляющий знакомит людей одного возраста и пола, он должен представить менее знакомого человека более знакомому.

Членов своей семьи представляют, как правило, не называя их фамилий, например: «Федор Степанович, позвольте представить Вам моего сына Константина».

В гостях, на вечерах, ужинах и других подобных мероприятиях для представления лучше прибегать к помощи посредника из числа знакомых гостей или членов семьи хозяина. Однако, если нет человека, который мог бы Вас представить, можно представиться самому. Если кто-нибудь представляется Вам, в ответ следует назвать свою фамилию.

После представления новые знакомые обмениваются приветствиями и в большинстве случаев рукопожатиями. Первым руку подает тот, кому представляется новый знакомый. Подавать руку следует в последний момент, идти с протянутой рукой или обмениваться рукопожатием через стол не принято.

Если женщина или старший по положению, возрасту не предлагает руки, следует слегка поклониться. Протягивать вместо руки несколько пальцев или кончики пальцев нетактично. Как правило, следует протягивать для рукопожатия правую руку. Если она по какой-то причине занята или повреждена (в повязке), можно протянуть левую руку, но предварительно извинившись.

Рукопожатие не должно быть слишком сильным или, наоборот, чрезмерно слабым. Трясти руку неприлично, не рекомендуется и пожимать ее двумя руками.

Если мужчина в момент представления сидит, он обязан встать. Женщина может не вставать, за исключением тех случаев, когда ее представляют даме, которая значительно старше ее по возрасту или положению.

Любое представление сопровождается легким поклоном. Следует избегать глубоких поклонов, резких движений и щелканья каблуками.

После представления человек, которому представляют нового знакомого, называет свою фамилию и добавляет: «Очень приятно», «Рад с Вами познакомиться» или что-либо подобное. Тот, кого представляют, говорить этого в момент представления не должен. Новые знакомые, как правило, обмениваются несколькими словами, вступают в непродолжительную беседу. Инициатором такой беседы является человек старший по рангу и положению или женщина.

В общении людей большое значение имеют приветствия как внешние знаки уважения. Здраваться при встречах принято не только со знакомыми людьми, но и с незнакомыми, если к ним нужно обратиться с каким-либо вопросом или просьбой. При этом рукопожатиями не обмениваются.

Существуют определенные правила этикета в отношении не только форм приветствий, но и условий, в которых наиболее целесообразно применять ту или иную форму. Молодые обязаны приветствовать старших первыми, так же как мужчина — женщину, лица младшего ранга (служебного положения) — старших, запаздывающий — ожидающего, входящий — присутствующих и т.д. Женщина, входя в комнату, где уже собрались гости, должна первой приветствовать всех присутствующих, не ожидая, когда с приветствиями к ней обратятся мужчины. Мужчины же, в свою очередь, не должны ждать, когда женщина подойдет к ним и поздоровается. Лучше, если мужчины поднимутся и пойдут ей навстречу. Уходя, женщина должна также первой прощаться. Лицам равного ранга, возраста, положения можно порекомендовать следовать совету, высказанному графом А.А. Игнатьевым, автором известной книги «50 лет в строю»: «Из двух офицеров, имеющих одинаковое звание, первым здоровается тот, кто более вежлив и воспитан». Кстати, это положение содержится во французском военном уставе прошлых времен.

При обращении к официальным лицам, имеющим государственный статус или воинское, дипломатическое, религиозное звание, как правило, обходятся без упоминания имени. Говорят: «Господин президент», «Господин премьер-министр», «Господин генерал» (не называя полного чина, скажем «генерал-майор», «генерал-лейтенант» и т.д.).

Если перед вами ученый, то уместно сказать просто: «Профессор Капица», «Доктор Уоррен».

Этикет предусматривает и такую примечательную деталь: обращаясь к официальному лицу, обычно его повышают в должности. Так, подполковника именуют «Господин полковник», посланника — «Господин посол», заместителя министра — «Господин министр».

Входя в помещение, в котором находятся приглашенные хозяином гости, человек должен поздороваться с каждым присутствующим отдельно или со всеми сразу. Подходя к столу, за которым уже сидят гости, опоздавший также должен поприветствовать всех присутствующих и, занимая свое место, еще раз поздороваться с соседями по столу. При этом руку подавать в обоих случаях необязательно.

На официальных приемах в первую очередь приветствуют хозяйку и хозяина, после них дам, сначала — более пожилых, затем — молодых, после этого — более пожилых и старших по положению мужчин, а затем остальных гостей.

Хозяйка дома не должна забыть пожать руку всем гостям, приглашенным в свой дом.

К женщине предпочтительно обращаться по фамилии мужа. В труднопроизносимых и сложных именах можно обойтись и без этого, употребив международную форму «мадам».

Принятое у нас и на Западе рукопожатие при встрече или при представлении мужчины и женщины в мусульманских странах совершенно неуместно. Ислам не приемлет даже простое соприкосновение лиц разного пола, если они не связаны кровными узами.

Не принято обмениваться рукопожатием у народов Юго-Восточной Азии.

Даме из Великобритании, Германии, Скандинавии руку не целуют: там это не принято. Достаточно простого рукопожатия.

Большое значение при приветствиях имеет манера держаться. На человека, с которым здороваясь, следует смотреть прямо, с улыбкой. Неблагоприятное впечатление производит человек, который, протягивая правую руку для приветствия, левую руку держит в кармане, смотрит в сторону, вниз или продолжает разговаривать с другим человеком. Такая невежливость не располагает к продолжению знакомства.

Сидящий мужчина, приветствуя даму или старшего по возрасту или положению человека, должен обязательно встать. Если он приветствует лиц, проходящих мимо, не вступая с ними в разговор, он может не вставать, а лишь приподняться.

Приветствуя знакомую женщину на улице, мужчина должен поднять шляпу или кепи (но не берет или зимнюю шапку). Если приветствие сопровождается рукопожатием, мужчина должен снять перчатку, а женщина может ее не снимать, поскольку перчатки (шелковые, матерчатые, лайковые), сумка,

шарф, головной убор являются частью дамского туалета. Однако варежки и теплые кожаные перчатки рекомендуется снимать и женщине.

Женщине в знак приветствия никогда не целуют руку на улице, делают это только в помещении.

На улице первым кланяется проходящий мужчина стоящему.

Первой здоровается женщина, идущая в обществе мужчины с женщиной, идущей или стоящей в одиночестве.

Женщина первой приветствует мужчину, если она его обгоняет. В лифте в присутствии дамы мужчины снимают шляпу. В лифте не представляются.

Слова, с которыми люди при встрече обращаются друг к другу в знак приветствия, всегда должны быть дружелюбными и доброжелательными. Но сегодня в наше смутное время не только приветствия, но и форма обращения людей друг к другу оставляет желать лучшего. Уходят из нашего лексикона (не будем останавливаться па причинах) такие слова, как «гражданин», «товарищ». В очередях, на улице, в транспорте появилось новое обращение — «мужчина», «женщина». Не от хорошей жизни и не от высокой личной культуры люди стали обращаться друг к другу по признаку пола. Надуманным, на мой взгляд, является звучащее ныне из уст некоторых ораторов на митингах, с экрана телевизора, по радио и такое для нас новое обращение как «господа».

И последнее: при обращении к незнакомому человеку всегда следует говорить «Вы». На «ты» можно обращаться лишь к близким людям, родным, родственникам (если они моложе или ваши ровесники), детям и друзьям. В ряде иностранных языков, в частности, в английском вообще нет обращения на «ты».

Требования этикета необходимо соблюдать и тогда, когда они не соответствуют желанию человека, независимо от его настроения и психологического состояния в тот или иной момент времени. Так, например, встретив знакомого, надо с ним поздороваться, независимо от того, как Вы к нему относитесь, в гостях в первую очередь надо приветствовать хозяйку даже в том случае, если у Вас с ней натянутые отношения.

4. ДЕЛОВОЙ РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ

Естественно, что этикет и речь связаны теснейше. Манера речи, стиль, разрешение или запрет говорить одно и не говорить другое, выбор тех или иных языковых средств - все это заметно в нашей повседневной речи.

Есть ли точное определение речевого этикета? Л.А. Введенская в своей книге «Русский язык и культура речи» даёт такое определение речевого этикета: «Под речевым этикетом понимаются разработанные правила речевого поведения, система речевых формул общения», Н.И. Формановская дает такое определение: «Под речевым этикетом понимаются регулирующие правила речевого поведения, система национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности». Степень владения речевым этикетом определяет степень профессиональной пригодности человека. Это, прежде всего, относится к государственным служащим, политикам, педагогам, юристам, журналистам и пр. Владение речевым этикетом способствует приобретению авторитета, порождает доверие и уважение.

Соблюдение речевого этикета людьми так называемых лингвоинтенсивных профессий имеет, кроме того, воспитательное значение, способствует повышению как речевой, так и общей культуры общества. Следование правилам речевого этикета членами коллектива того или иного учреждения, предприятия создаёт благоприятное впечатление, поддерживая положительную репутацию всей организации.

Какие же факторы определяют формирование речевого этикета и его использование? Л.А. Введенская так определяет эти факторы:

Речевой этикет строится с учётом особенностей партнёров, вступающих в деловые отношения, ведущих деловой разговор: социального статуса субъекта и адресата общения, их места в служебной иерархии, их профессии, национальности, вероисповедания, возраста, пола, характера.

Речевой этикет определяется ситуацией, в которой происходит общение. Это могут быть презентация, конференция, симпозиум, совещание, консультация, юбилей или другой праздник.

Основу речевого этикета составляют речевые формулы, характер которых зависит от особенностей общения. Любой акт общения имеет начало, основную часть и заключительную часть. В связи с этим формулы речевого этикета разделяются на 3 основные группы: 1) речевые формулы для начала общения, 2) речевые формулы, применяемые в процессе общения, 3) речевые формулы для окончания общения.

Кроме того, речевой этикет имеет национальную специфику. Каждый народ создал свою систему правил речевого поведения. Например, особенностью русского языка является наличие в нём двух местоимений - "ты" и "вы", которые могут восприниматься как формы второго единственного числа. Выбор той или иной формы зависит от социального положения собеседников, характера их отношений, официальной/неофициальной обстановки. Обращаться на "ты" не принято к незнакомым людям; в официальной обстановке; к старшим по возрасту, чину, иногда должности. В то же время на "вы" не стоит обращаться к друзьям и родственникам, одноклассникам или коллегам.

Итак, учёт факторов, которые формируют и определяют речевой этикет, знание и соблюдение норм речевого этикета, создает благоприятный климат для взаимоотношений, способствует эффективности, результативности деловых отношений.

2. Правила и нормы речевого этикета в начале общения.

Приветствие. Если адресат незнаком субъекту речи, то общение начинается со знакомства. Это может происходить непосредственно и опосредованно. По правилам хорошего тона не принято вступать в разговор с незнакомым человеком и самому представляться. Однако бывают случаи, когда это сделать необходимо. Этикет предписывает следующие формулы:

Разрешите с Вами познакомиться. Я хотел бы с Вами познакомиться. Давайте познакомимся.

При посещении учреждения, офиса, конторы, когда предстоит разговор с чиновником и необходимо ему представиться, используются формулы:

Позвольте (разрешите) представиться Моя фамилия Колесников. Анастасия Игоревна.

Официальные и неофициальные встречи знакомых, а иногда и незнакомых людей начинаются с приветствия. В русском языке основное приветствие – здравствуйте. Оно восходит к старославянскому глаголу *здравствовать*, что означает «*быть здоровым*», т.е. здоровым. Наряду с этой формой распространено приветствие, указывающее на время встречи: *Доброе утро! Добрый день! добрый вечер!* Помимо общеупотребительных приветствий существуют приветствия, которые подчёркивают радость от встречи, уважительное отношение, желание общения: *Очень рад Вас видеть! Добро пожаловать! Мое почтение!*

Обращение – один из важнейших и необходимых компонентов речевого этикета. Обращение используется на любом этапе общения, на всём его протяжении, служит его неотъемлемой частью. В то же время норма употребления обращения и его форма окончательно не установлены, вызывают разногласия, являются большим местом русского речевого этикета.

3. Правила и нормы речевого этикета в процессе общения.

После приветствия обычно завязывается деловой разговор. Речевой этикет предусматривает несколько зачинов, которые обусловлены ситуацией. Наиболее типичны три ситуации: торжественная, рабочая, скорбная. К первой относятся государственные праздники, юбилеи предприятия и сотрудников, получение наград, дни рождения, именины, знаменательные даты семьи или ее членов, презентация, заключение договора, создание новой организации.

По любому торжественному поводу, знаменательному событию следуют приглашения и поздравления. В зависимости от обстановки (официальной, полуофициальной, неофициальной) пригласительные и поздравительные клише меняются.

Приглашение: *Позвольте (разрешите) пригласить Вас, Приходите на праздник (юбилей, встречу), будем рады Вас видеть.*

Поздравление: *Примите мои (самые) сердечные (тёплые, горячие, искренние) поздравления...; От имени (по поручению) поздравляем...; сердечно (горячо) поздравляю...*

Как и во всех других ситуациях межличностного общения, поздравления должны быть предельно корректными, уместными и искренними.

В повседневной деловой обстановке (деловая, рабочая ситуация) также используются формулы речевого этикета. Например, при подведении итогов работы, при определении результатов распродажи товаров возникает необходимость кого-то поблагодарить или, наоборот, вынести порицание, сделать замечание. На любой работе, в любой организации у кого-то может появиться необходимость дать совет, высказать предложение, обратиться с просьбой, выразить согласие, разрешить, запретить, отказать кому-то.

Приведем речевые клише, которые используются в данных ситуациях.

Благодарность: *Позвольте (разрешите) выразить (большую, огромную) благодарность Николаю Петровичу Быстрову за отлично (прекрасно) организованную выставку; фирма (дирекция, ректорат) выражает благодарность всем сотрудникам за...*

Кроме официальных благодарностей существуют ещё и обыденные, неофициальные благодарности. Это обыкновенное «спасибо», «вы очень любезны», «не стоит благодарностей» и т.д. Существует даже такое понятие как «поглаживание», которое призвано с помощью речевого этикета сделать комплимент человеку, создать о себе положительное мнение, передать собеседнику хорошее настроение. Психиатры и психологи неоднократно наблюдали случаи, когда отсутствие ласки со стороны взрослых вызывало у грудных детей сильное отставание в развитии и даже тяжелое заболевание. Поэтому то, что интуитивно делает мать – разговаривает с грудничком, улыбается ему, берет на руки, гладит и т.д., – совершенно необходимо для ребенка.

Но ведь и для взрослого тоже! Вот жена, в который уже раз спрашивает мужа: «Скажи, ты меня любишь?» Мужчины над этим смеются, а порой и сердятся, но ведь женщины (наиболее эмоциональная часть человечества) стремятся удовлетворить свою жажду «поглаживаний». А как расцветают мужчины от похвалы, одобрения (хотя нередко и пытаются это скрыть)!

Над всем этим задумались лингвисты и обнаружили, что язык откликнулся на такую потребность, создал систему словесных «поглаживаний». Важное место принадлежит здесь речевому этикету. Ведь у всех приветствий, осведомлений о жизни нет другого назначения, кроме как служить «поглаживаниями».

– Привет, как дела?

– Все в порядке! А у тебя?

– Тоже ничего. Ну, всего!

– Пока!

Вот и обменялись поглаживаниями! Все дело в том, то речевой этикет реализуется в ситуации непосредственного общения, когда «здесь» (в точке встречи) и «сейчас» (в момент встречи) «я» и «ты» открыто обмениваются «поглаживаниями». Именно поэтому выражения речевого этикета задевают нас лично (радует «исполнение» и огорчает «неисполнение» по отношению к нам). «*Благодарю вас!*» - во фразе, в ее структуре, грамматике, семантике отражены «я» и «ты», фраза равна доброму поступку «здесь» и «сейчас». А передаваемая информация носит социальный характер «я тебя замечаю, уважаю, вступаю с тобой в контакт, желаю тебе добра...» Недаром выражения речевого этикета по своему происхождению

означают доброжелательство: *«Здравствуйте»* – *«Будьте здоровы»*, то же и дарю – *благо дарю* (за вашу услугу); *извините* – признаю свою вину и прошу простить; *спасибо* – спаси бог (за добрые дела) и т.д.

Замечания, предупреждение: *Фирма (дирекция, правление, редакция) вынуждена сделать (серьезное) предупреждение (замечание)..., К большому сожалению (огорчению), должен (вынужден) сделать замечание (вынести порицание)...*

Нередко люди, особенно наделенные властью, считают необходимым высказывать свои предложения, советы в категорической форме: *Все (вы) должны (обязаны)..., категорически (настойчиво) советую (предлагаю) сделать...*

Советы, предложения, высказанные в такой форме, похожи на приказание распоряжение и не всегда рождает желание следовать им, особенно если разговор происходит между сослуживцами одного ранга. «Волшебство» речевого этикета и в том, что он действительно открывает двери к нашим человеческим взаимодействиям. Попробуйте-ка сказать, например, в транспорте: *Подвиньтесь!* истолкует это как грубое требование и будет вправе не выполнить действие: с какой стати вы приписываете себе роль требующего «начальника», а ему отводите роль подчиненного?! Ведь требуют-то вышестоящие! А добавьте волшебное *пожалуйста* – и императивная форма уже выражает просьбу, и только просьбу, достаточно уважительную, направленную к равному партнеру. И еще есть много способов обращения в этой ситуации: *Вам не трудно подвинуться?; Если вас не затруднит, подвиньтесь, пожалуйста, и многое другое.*

Вежливость и взаимопонимание.

Будьте взаимно вежливы – призывают нас надписи в магазинах. *Надо быть вежливым* – поучают родители детей. Что это значит – быть вежливым, почему нас к этому приучают с раннего детства, зачем это нужно? Для ответа на эти вопросы, прежде всего, рассмотрим соотношение таких явлений, как этикет и вежливость.

Нарушение норм этикета всегда оборачивается невежливостью, неуважением к партнеру. Ну, а вежливость? Поскольку это одно из понятий нравственности, обратимся к «Словарю по этике», который определяет вежливость так: «...моральное качество, характеризующее человека, для которого уважение к людям стало повседневным способом обращения с окружающими». Значит, вежливость - это проявление уважения. Вежливость – это и готовность оказать услугу тому, кто в ней нуждается, и деликатность, и такт. И, конечно же, своевременное и уместное речевое проявление – речевой этикет – неотъемлемый элемент вежливости. Раз вежливость – форма проявления уважения к другому, то само по себе уважение предполагает признание достоинства личности, а также чуткость, деликатность по отношению к другому. Если с этой точки зрения взглянуть на тот пример, которым мы начали: *«Здорово, парни!»* – по отношению к знакомым подросткам со стороны сверстника, – то можно отметить, что в этом приветствии и обращении нет специального отражения уважительности, есть лишь знак вступлений в речевой контакт «своего», «равного» при отношениях раскованных, фамильярных. Значит, и особой вежливости здесь нет.

Вежливым или невежливым можно быть по-разному. В.Е. Гольдин пишет: «...у вежливости и невежливости есть многочисленные степени и оттенки. В русском обозначаются такими словами, как вежливо, невежливо, корректно, учтиво, галантно, заносчиво, высокомерно, грубо, спесиво, манерно, церемонно и т.д.».

Галантный – это изысканно-вежливый и любезный по отношению к женщине; корректный ведет себя сдержанно, в полном соответствии с правилами, ни на шаг от них не отступая; учтивый всегда почтительно вежлив. Ну, а о проявлениях невежливости упомянем ниже.

Сервантес говорил: «Ничто не обходится нам так дешево и не ценится так дорого, как вежливость». Уважение, доброжелательность, направленные другому, делают лучше и нас самих. И плохо и окружающим, и нам, когда этого нет. Л. Лебединская вот такой образный упрек посылает нам всем: «В Кабардинском народном эпосе о Нартских богатырях есть маленькое, отважное племя «Заячьи наездники», которые бесстрашно вступают в единоборство с великанами-злодеями и побеждают их, совершают множество подвигов. Но в одном они уязвимы – от упреков болеют, а от оскорблений умирают. Народная мудрость из глубины веков словно бы предупреждает нас: «Люди, избегайте психологических стрессов!»»

Мать Тереза, основательница ордена «Миссия милосердия», которую знает весь мир, во время визита в нашу страну сказала корреспонденту газеты: «Если даже нет ничего, чтобы помочь нуждающемуся, всегда можно подарить человеку улыбку или рукопожатие. Часто это даже больше, чем все остальное».

4. Правила и нормы речевого этикета в конце общения.

Конец общения. Когда разговор заканчивается, собеседники используют формулы расставания, прекращения общения. Они выражают пожелание (*Всего доброго (хорошего)! До свидания!*); надежду на новую встречу (*До вечера (завтра, субботы)! Надеюсь, мы расstaёмся ненадолго. Надеюсь на скорую встречу*); сомнение в возможности еще раз встретиться (*Прощайте! Вряд ли ещё увидимся! Не поминайте лихом!*).

Кроме обыкновенных форм прощаний существует давно устоявшийся ритуал комплимента. Тактично и вовремя сказанный комплимент поднимает настроение у адресата, настраивает на положительное отношение к оппоненту. Комплимент говорится в начале разговора, при встрече, знакомстве или во время беседы, при расставании, Комплимент всегда приятен. Опасен только неискренний комплимент.

Комплимент относится к внешнему виду, свидетельствует об отличных профессиональных способностях адресата, его высокой нравственности, даёт общую положительную оценку.

- *Вы хорошо (отлично, прекрасно) выглядите.*
- *Вы (так, очень) обаятельны (умны, находчивы, практичны).*

С Вами приятно (отлично, хорошо) иметь дело (работать, сотрудничать).

Приятно было познакомиться!

Вы очень милый (интересный) человек (собеседник).

Отсутствие прощального ритуала или его невнятность или скомканность никак не говорят о том, что человек ушёл «по-английски», это говорит или о негативном, враждебном или неприязненном отношении человека или о его банальной невоспитанности.

5. ВАЖНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ ДЕЛОВОМУ ЭТИКЕТУ ФИЛОЛОГОВ – ИНОСТРАНЦЕВ, БУДУЩИХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

Деловой этикет богаче по своему содержанию, поскольку относится к данной категории как особенное к общему. Деловой этикет – важнейшая сторона морали профессионального поведения.

Итак, знание делового этикета – основа успеха делового человека.

Правила этикета, облаченные в конкретные формы поведения, указывают на единство двух его сторон: морально-этической и эстетической. Первая сторона — это выражение нравственной нормы: предупредительной заботы, защиты и т.д. Вторая сторона — эстетическая — свидетельствует о красоте, изяществе форм поведения.

Но кроме правил этикета для всех существует также *профессиональный этикет*. В жизни всегда были и останутся отношения, которые обеспечивают наивысшую эффективность в выполнении профессиональных функций. Участники какого-либо взаимодействия всегда стараются сохранить оптимальные формы этого взаимодействия и правила поведения. От новичка они станут требовать неукоснительного соблюдения отработанных и проверенных правил делового общения, так как они облегчают выполнение профессиональных функций, способствуют достижению поставленных целей. В том или ином коллективе, группе работников, сотрудников, деловых людей складываются определенные традиции, которые с течением времени приобретают силу моральных принципов и составляют этикет данной группы, общности.

В практике деловых отношений всегда есть какие-то стандартные ситуации, которых невозможно избежать. Для этих ситуаций и вырабатывают формы и правила поведения. Этот набор правил

составляет *этикет делового общения*. Вот одно из определений этикета деловых отношений – это свод поведения в бизнесе, который представляет внешнюю сторону делового общения.

Деловой этикет – результат длительного отбора правил форм наиболее целесообразного поведения, которое способствовало успеху в деловых отношениях. Не всегда легко давалось освоение этих правил, поэтому предприниматели «от сохи» нередко отзывались о них не очень лестно: "Зачем мне это?" Можно следовать и данному принципу. Однако если вы хотите установить прочные деловые отношения с зарубежными партнерами, то знание делового этикета просто обязательно.

Какие же правила поведения надо знать?

Прежде всего, следует помнить, что деловой этикет включает точное соблюдение правил культуры поведения, которая предполагает в первую очередь глубокое уважение к человеческой индивидуальности. Социальная роль, которую играет тот или иной человек, не должна быть самодовлеющей, не должна она оказывать и гипнотического влияния на делового партнера.

Культура поведения в деловом общении немыслима без соблюдения правил вербального («словесного», речевого) этикета, связанного с формами и манерой речи, словарным запасом, т.е. со всем *стилем речи*, принятым в общении данного круга деловых людей. Существуют исторически наработанные стереотипы речевого общения. Ими пользовались ранее русские купцы, предприниматели, а сейчас их используют культурные российские и зарубежные деловые люди. Это слова: «дамы», «господа», «сударь» и «сударыни».

В речевом этикете деловых людей большое значение имеют комплименты – приятные слова, выражающие одобрение.

С этой точки зрения комплимент — не механизм лести. Лесть, особенно грубая, - это маска, за которой чаще всего скрывается меркантильный интерес.

Во время делового общения всегда есть реальная возможность для комплиментов. Они воодушевляют вашего делового партнера, придают ему уверенность, одобряют. Особенно важно помнить о комплименте, если вы имеете дело с новичком, причем, к примеру, потерпевшим на первых порах неудачу.

По мнению психологов, положительные эмоции тонизируют деятельность головного мозга, способствуют четкому рациональному мышлению.

Отрицательные эмоции приводят к нарушению логических связей в словах, аргументации, создают условия для неверной оценки партнера, его предложений.

ВЫВОДЫ

Деловой этикет — это набор правил и указаний, которые, регламентируя отношения между людьми, призваны помочь вам сделать ваши профессиональные отношения более гармоничными, продуктивными, управляемыми и содержательными. Соблюдая деловой этикет и зная тончайшие нюансы обходительного и уважительного общения с коллегами и деловыми партнерами, вы, без сомнения, сможете устроиться на хорошую работу, сделать великолепную карьеру и успешно решать поставленные перед вами задачи.

Следует помнить и то, что ни одна книга, даже энциклопедического характера, не может предусмотреть все варианты жизненных ситуаций, в которых нужно соблюдать этикет. Отсюда вывод: руководствуйтесь интуицией, в основе которой лежат совесть и нравственность. Для этого нужно уметь

поставить себя на место других людей, помнить и о своих недостатках, хорошо знать свои личностные особенности.

ОТВЕТЬТЕ НА ВОПРОСЫ

1. В чем заключается роль духовной культуры и этики в деловом общении?
2. Какова роль делового этикета в деловом общении?
3. Почему важно обучать деловому этикету филологов, будущих преподавателей русского языка?

ЛИТЕРАТУРА

1. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. – М.: Русский язык, 1990.
2. Байбурин А.К., Топорков А.Л. У истоков этикета. – Л., 1990.
3. Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры. – М.: Экономика, 1993.
4. Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М.: Ось-89, 2001.
5. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. – М.: Инфора, 1995.
6. Лукин Ю.А. Структура культуры и место в ней художественной культуры // Культурология: новые подходы. Альманах-ежегодник. Вып.1. – М., 1995.

[1] Лукин Ю.А. Структура культуры и место в ней художественной культуры // Культурология: Новые подходы. Альманах-ежегодник. Вып. 1. – М., 1995. С.88-89.

[2] На дворцовых приемах у короля-солнца Людовика XIV гостя вручались карточки с написанными на них правилами поведения. От названия карточки — «этикетка» и произошло слово «этикет».

[3] Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М., 2001. С.63.

[4] Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры. - М.: Экономика, 1993. С.43.

[5] Там же, с.63-64

[6] Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М., 2001. С.80.

[7] Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М., 2001. С.81.

[8] Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М., 2001. С.81.

[9] Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М., 2001. С.82.

[10] Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. – М., 2001. С.83.

ТЕМА 6. ТЕЛЕФОННЫЕ РАЗГОВОРЫ И ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ПО ТЕЛЕФОНУ.

1. Роль телефонных переговоров в деловом общении.
2. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звонят вам.
3. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звоните вы.
4. Использование телефонограмм в деловом общении.
5. Культура речи делового телефонного общения.
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература

1. Роль телефонных переговоров в деловом общении.

Телефонный разговор – это форма устного диалога (часто спонтанного), осуществляемого с помощью телефона. Своеобразие телефонного разговора в следующем:

1. Это форма общения с обратной связью. Но телефонный разговор не является средством массовой коммуникации в отличие от радио, телевидения, кино, концерта.

2. Телефонный разговор – это диалог. Здесь не может быть полилога. Иногда в телефонном разговоре появляются части монолога в виде небольших отрезков текста.

3. Чаще всего телефонный разговор (особенно с одной стороны, со стороны того, кому звонят) не подготовлен.

4. Деловой телефонный разговор ограничен во времени. Тот, кто звонит, неожиданно включается в распорядок дня собеседника, что делает необходимым выяснить занятость собеседника, принести извинения и т.п. А тот, кому звонят, может быть занят, может ждать другого звонка и т.д. Время телефонного разговора оплачивается, это тоже в подтексте говорит о необходимости краткости.

5. Телефонный разговор – дистантное и опосредованное средство общения, то есть в нем не участвуют невербальные средства общения (жесты, мимика, поза, опора на пространственное соположение собеседников).

6. Телефонные разговоры во многом определяет целевая установка говорящего. В деловом телефонном разговоре целевая установка играет очень важную роль.

Цели звонков определяют тип разговоров: 1) назначение встречи; 2) передача информации (сообщений, просьб, приглашений); 3) поздравления; 4) поддержание контактов; 5) наведение справок.

Абоненты могут быть в разных отношениях и ситуациях. Это определяет характер телефонных разговоров.

1. Официальные деловые разговоры могут быть между знакомыми, малознакомыми и незнакомыми людьми.

2. Деловые разговоры могут быть между разными по служебному положению, возрасту и другим параметрам людьми, что требует соблюдения субординации (руководитель фирмы – подчиненный, профессор – студент, пожилой человек – молодой сотрудник). (Здесь мы не говорим о дружеских, родственных, неофициальных разговорах людей.)

3. Деловой телефонный разговор членится на смысловые части: 1) установление контакта с абонентом; 2) начало разговора; 3) развитие темы разговора; 4) конец разговора. Каждая смысловая часть разговора имеет свой набор этикетных речевых формул, которыми должен хорошо владеть магистр (высокий уровень владения речевыми навыками), а будущий преподаватель должен хорошо представлять себе правила речевого поведения во время телефонных разговоров, чтобы учить этому своих будущих учеников.

Коротко сформулируем эти правила.

1. Официальные телефонные разговоры нельзя смешивать с неофициальными. Лучше вести деловые разговоры по служебному телефону. В случае домашних звонков по служебным вопросам надо извиниться, постараться покороче провести разговор.

2. Деловые разговоры по телефону до 9 часов утра и после 10 часов вечера – грубое нарушение этикета. В исключительных случаях, когда приходится звонить в неурочное время, необходимо извиниться.

3. Деловой разговор не может быть длительным (не больше 3-5 минут).

4. Звонить домой незнакомым людям по делу не принято. Это требует специальных объяснений.

5. Плохой тон, если сотрудник, секретарь (третье лицо) выясняет личность звонящего, если абонента нет на месте.

В деловых телефонных разговорах надо:

1. Быть кратким.
2. Помнить о цели разговора.
3. Быть вежливым, владеть речевым этикетом телефонных разговоров, а это значит уметь не только начать, но и закончить разговор.

Современные деловые люди тратят на служебные официальные разговоры до 25% рабочего времени, а еще массу времени отнимают телефонные полуофициальные разговоры с коллегами. Существует мнение, что в XXI веке бумаг будет меньше, а телефонных разговоров больше. Благодаря телефону повышается оперативность решения огромного количества вопросов, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или ехать в другое учреждение, на предприятие или фирму. Телефонная связь обеспечивает непрерывный двусторонний обмен информацией на любом расстоянии. По телефону проводятся переговоры, отдаются распоряжения, излагаются просьбы, даются консультации, наводятся справки и часто первым шагом по пути заключения договора является именно телефонный разговор.

Телефон важен, так как встречи могут быть "первичными" и "вторичными". "Первичные" контакты могут проводиться и в форме телефонной беседы, и в виде личной встречи[1]. В деловом общении согласование/назначение встреч очень часто происходит по телефону. Деловому человеку необходимо владеть технологией телефонного контакта. Наиболее эффективно такие контакты устанавливаются с использованием рекомендаций.

Телефонному разговору присуща одна особенность. Если один из собеседников долго говорит по телефону, а другой просто молчит, у говорившего назревает внутреннее беспокойство: а слышат ли его? Поэтому, если в ответ не несутся нейтральные фразы вроде «Да, да», «Ну, конечно», «Еще бы», «Да, это понятно», «Само собой», то по истечении некоторого времени монолог прерывает сам говорящий, беспокойно спрашивая: «Алло, вы слушаете?». Не надо доводить дело до этого. Подтверждайте ваше участие в беседе какими-то краткими нейтральными репликами, которые дадут вашему собеседнику понять, что вы — весь внимание, что вы продолжаете его слушать, хорошо слышите, понимаете его точку зрения, хотя и не обязательно разделяете ее[2].

Приучите себя в любом телефонном разговоре, даже затяжном, говорить прямо в трубку. Иначе ухудшаются и слышимость, и разборчивость вашей речи для собеседника, начинаются переспросы, и разговор еще больше затягивается. Говорить в трубку – это тоже элемент уважения к человеку, с которым вы общаетесь. Темп речи следует соблюдать нормальный. Телефон усугубляет недостатки речи, поэтому и убыстрение произношения слов, и их нарочитое растягивание затрудняют восприятие. Отчетливо старайтесь произносить числа и имена собственные, особенно это важно при телефонном общении с иностранцами.

При эффективном использовании телефон становится важнейшим компонентом создания имиджа фирмы. Именно от приема, который будет оказан потенциальному партнеру на другом конце провода, от того, как сложится предварительный разговор, во многом зависит, не станет ли он последним. От умения сотрудников фирмы вести телефонные переговоры в конечном счете зависит ее репутация (как в мире бизнеса, так и среди широких кругов потребителей), а также размах ее деловых операций.

В то же время все более частое использование телефонной связи ведет к тому, что учащаются ошибки, стоящие для бизнеса довольно дорого. Кроме того, телефон, будучи одним из эффективных средств экономии времени бизнесмена, является одним из самых распространенных «поглотителей» его рабочего времени. Отсюда следует вывод, что знание телефонного этикета и рациональных правил телефонного общения необходимо каждому цивилизованному предпринимателю.

(Существуют неписанные правила делового телефонного разговора. Они обязательны для любого, кто хочет добиться успеха (пусть только в этом телефонном разговоре). К сожалению, даже сравнительно хорошо владеющие русским языком иностранные филологи-магистры очень редко умеют вести телефонные переговоры.

Основными типичными ошибками иностранцев является неумение начать деловой разговор:

1. Его начинают с вопроса: «Это кто?» или «Это кто говорит?»
2. Называя себя, называют только имя: «Это Махмуд», «Это Сяохуэй». Попробуйте при неясном произнесении догадаться, какой Махмуд звонит!
3. Абонента называют по фамилии, спрашивая: «Это Маерова?», «Это Соколова?»
4. Потом переходят к вопросам, к делу не относящимся: «Как дела?», «Что делаете?», «Как здоровье?» и т.д.
5. Если учесть, что это может быть и в десять, и в одиннадцать часов вечера, а также, что это только начало разговора, то можете себе представить эффективность такого делового общения. Дорогие магистры, старайтесь деловые официальные разговоры не начинать с вопроса «Как дела?», особенно если вы говорите с заведующим кафедрой, научным руководителем и другими официальными лицами.

Как обычный телефонный этикет, так и особенности делового администрирования подчиняются правилам делового телефонного разговора. Рассмотрим эти правила в следующей последовательности: сначала, когда звонят вам, а потом, когда звоните вы.

2. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звонят вам

Если раздался телефонный звонок, рационально снимать трубку при любом звонке. Можно, конечно, и не снимать трубку, если вы сохраняете работоспособность под телефонные трели. Но при этом нужно иметь в виду, что с каждым получасом звонки будут раздаваться все чаще: накапливается число не обслуженных вами абонентов, они вынуждены звонить повторно, в третий и четвертый раз. В конце концов, вам придется трудиться под почти непрерывный звон. Кроме того, никогда нельзя знать заранее, какой именно звонок принесет вам выгодный контракт или ценную информацию.

Снимать трубку лучше всего после первого звонка. Если вы сидите в комнате один, у вас достаточно времени, чтобы дописать предложение или дочитать абзац в присланном письме.

Вполне допустимо снять трубку после второго или третьего звонка. Если у вас посетитель, вам хватит времени закончить фразу и, сказав собеседнику «Извините», снять трубку. Итак, во всех случаях, когда звонит телефон, рекомендуется снимать трубку, не выжидая, в течение промежутка времени от окончания первого до начала четвертого звонка.

Связисты не рекомендуют снимать трубку во время звонка по чисто техническим причинам: в некоторых электроцепях возрастает величина тока, что может привести к повреждению.

Иногда в трубке бывает плохая слышимость. Но это не означает, что вам нужно повышать голос. Мнение о том, что если я плохо слышу собеседника, то и он плохо слышит меня и, значит, надо говорить громче, является ошибочным. Поэтому в случае плохой слышимости надо не повышать голос самому, а попросить того, кто вам звонит, говорить громче, и спросить при этом, как он слышит вас.

Самые распространенные варианты первого слова, произносимого в снятую телефонную трубку: «Да», «Алло», «Слушаю». Эти слова по своей информативности совершенно одинаковы и безличны и потому никак не характеризуют того, кто снимает телефонную трубку.

Отзывы «Да», «Алло», «Слушаю», «Говорите» можно назвать нейтральными, поэтому они не должны использоваться в служебной обстановке, поскольку они не несут информации о том, кто именно снял трубку и в какой организации или фирме. Поэтому в деловом общении следует отказаться от

нейтральных отзывов и заменить их информативными. Сняв трубку, нужно сразу же назвать свое учреждение (а по внутреннему телефону структурное подразделение: отдел, редакция, бухгалтерия и т.п.), а также свою фамилию.

Таким образом, отвечая на звонок, нужно всегда представляться. Люди хотят знать, с кем они разговаривают. Это, кроме того, создает обстановку доверительности и помогает лучше понять собеседника. Найдите доброжелательную, нравящуюся вам самим формулу (как бы вы сами хотели, чтобы вам отвечали).

Не давайте выхода вашим отрицательным эмоциям. Вашему собеседнику вряд ли будет интересно, что за пару минут до этого вы имели неприятный разговор с шефом или просто встали не с той ноги.

При частых звонках или при спешке обычно называют фамилию с добавлением слова «Иванов, слушаю» или указывают только название учреждения или его отдела: «Бухгалтерия», «Первый отдел».

Во всех вышеназванных случаях абонент должен знать, с кем он говорит или хотя бы куда он попал. Если произошла ошибка при наборе номера, недоразумение сразу же разъяснится и не повлечет за собой потери времени на его выяснение.

Зазвонил телефон. Вы сняли трубку. Опять — в который раз — просят отсутствующего на месте коллегу. Недовольно поморщившись, вы несколько раз резко отвечаете: «Его нет!» и тут же кладете трубку. Но давайте задумаемся — не сами ли вы своим ответом провоцируете повторные звонки. Где же выход? Выход в вежливом и более подробном ответе на каждый телефонный звонок отсутствующему сотруднику, как бы он вас ни раздражал и оптимальный ответ в данном случае может быть примерно таким: «Его нет, будет тогда-то. Может быть, ему что-то передать?»

Не следует совсем игнорировать телефонные звонки, так как это может привести к их накоплению и впоследствии усложнит работу. Да и невозможно заранее предсказать, информация какой степени важности содержит тот или иной звонок. Специалисты считают, что, даже если во время совещания раздастся звонок, на него следует отреагировать. Окружающим можно адресовать реплику: «Прошу простить меня, я отвечу на звонок». Недопустимо оставлять звонки без внимания и продолжать работать, будто их и не было.

Отвечая на телефонный звонок, нужно поздороваться («Доброе утро», «Добрый день», «Здравствуйте») и обязательно представиться — назвать свое учреждение (по внутреннему телефону — структурное подразделение), а также свою фамилию. Это правило считается одним из важнейших требований служебного этикета. Следует иметь в виду, что фамилию можно не называть, если в данном помещении работают несколько сотрудников, а телефон один на всех (например, общий отдел). Кроме того, есть такие подразделения, где называть свою фамилию просто небезопасно.

Разговаривая по телефону, необходимо вести себя достойно, т. е. обращаться к собеседнику вежливо и корректно, внимательно слушать его, не перебивать, не обрывать на полуслове, не грубить, не давать волю своим эмоциям. Нужно следить за своей речью, тщательно подбирать слова, характеризующие вашу организацию и людей, которые в ней работают. Недопустимо в телефонном диалоге использовать разговорные слова типа *пока*, *привет*, как бы естественно они ни звучали, фамильярные и всякие неформальные обращения (*дорогуша*, *душечка*, *котенок* и т. п.), которые могут обидеть адресата или быть неправильно поняты им.

Когда к телефону просят вашего коллегу, сидящего за соседним столом, вы можете ответить на просьбу: «Сейчас» или «Подождите, минуту», после чего пригласите сослуживца к аппарату, например, «Сейчас... Иван Иванович, вас!»

Сделайте так, чтобы информация, переданная в чье-либо отсутствие, дошла до адресата. Хотя организовать обмен информацией через третьих лиц непросто, это может окупиться сторицей. Для того чтобы выяснить, что вам нужно, задавайте вопросы по анкетному принципу («Откуда вы звоните?», «Ваша фамилия и номер вашего телефона?» и т.п.).

Ниже приводится краткий перечень того, что следует и что не следует делать, когда у вас на работе звонит служебный телефон.

Не следует:

1. Долго не поднимать трубку.
2. Говорить: «Привет», «Да» и «Говорите», когда начинаете разговор.
3. Спрашивать: «Могу ли я вам помочь?»
4. Вести две беседы сразу.
5. Оставлять телефон без присмотра.
6. Использовать для записок клочки бумаги и листки календаря.
7. Передавать трубку помногу раз.
8. Говорить: «Все обедают», «Никого нет», «Пожалуйста, клиенту перезвоните».

Следует:

1. Поднять трубку до четвертого звонка телефона.
2. Сказать: « Доброе утро (день)», представиться и назвать свой отдел.
3. Спросить: «Чем я могу вам помочь?»
4. Концентрировать внимание на одной беседе и внимательно слушать.
5. Предложить перезвонить, если хотя бы ненадолго, это требуется для выяснения деталей.
6. Использовать бланки для записи телефонных разговоров.
7. Записать номер звонящего и перезвонить ему.
8. Записать информацию и пообещать

Этот список можно продолжать бесконечно. Например, нельзя превращать разговор в допрос, задавать вопросы типа: «С кем я разговариваю?» или «Что вам нужно?» Надо следить за своей дикцией (не чмокать и т.п.). Если вы говорите с акцентом, постарайтесь говорить отчетливо. Избегайте привычки зажимать микрофон рукой, чтобы что-то сказать коллегам, так как клиент может услышать.

Если ваш партнер или клиент высказывает по телефону жалобу, не говорите ему: «Это не моя ошибка», «Я этим не занимаюсь», «Наши товары никогда не выходят из строя» и т.д. Если вы так скажете, это может отрицательно сказаться на репутации вашей фирмы и не поможет клиенту в решении его проблем. Поэтому дайте ему выговориться до конца, выразите ему сочувствие, а если виноваты вы, извинитесь, запишите его имя и телефон, номер заказа или другие данные. Если вы обещали ему перезвонить, сделайте это как можно скорее, даже если вам не удалось решить проблему к назначенному сроку.

Запомните: когда проблема окончательно решена, клиент, как правило, чувствует себя вашим должником. А это можно использовать в дальнейшем для деловых контактов и расширения бизнеса.

Существуют выражения, которых следует избегать при телефонных разговорах, чтобы о вашей фирме не сложилось превратного представления. К ним, в частности, относятся [\[3\]](#):

1. «Я не знаю». Никакой другой ответ не может подорвать доверие к вашей фирме столь быстро и основательно. Прежде всего, ваша работа заключается в том, чтобы знать, именно поэтому вы занимаете свое место. Если же вы не в состоянии дать ответ вашему собеседнику, лучше сказать: «Хороший вопрос... Разрешите, я уточню это для вас».

2. «Мы не сможем этого сделать». Если это действительно так, ваш потенциальный клиент обратится к кому-то еще и весьма вероятно, что его новый разговор сложится более удачно. Вместо отказа «с порога» предложите, например, подождать, прежде чем вы поймете, чем можете оказаться полезными, и

попытайтесь найти альтернативное решение. Рекомендуется всегда в первую очередь сосредоточиться на том, что вы можете делать, а не на обратном.

3. «Вы должны...». Серьезная ошибка. Ваш клиент вам ничего не должен. Формулировка должна быть гораздо мягче: «Для вас имеет смысл...» или «Лучше всего было бы...».

4. «Подождите секунду, я скоро вернусь». Задумайтесь, вы хоть раз в жизни успевали управиться со своими делами за «секунду»? Вряд ли. Скажите вашему собеседнику что-то более похожее на правду: «Для того чтобы найти нужную информацию, может потребоваться две-три минуты. Можете подождать?»

5. «Нет», произнесенное в начале предложения невольно приводит к тому, что путь к позитивному решению проблемы усложняется. Универсальных рецептов, чтобы избавиться от «отрицательного уклонения», не существует. Каждую фразу, содержащую несогласие с собеседником, следует тщательно обдумывать. Например, для отказа клиенту, требующему денежного возмещения за некачественный товар, подходит объяснение типа: «Мы не в состоянии выплатить вам компенсацию, но готовы заменить вашу покупку».

6. Как показывает практика, даже при беглом знакомстве с теорией телефонных переговоров значительно улучшается работа служащих и одновременно повышается уровень удовлетворенности собственной работой: с вежливыми людьми приятно разговаривать. Проверить же, как сотрудники вашей фирмы усвоили уроки телефонного этикета, очень просто — достаточно позвонить в офис и представиться клиентом.

7. Очень ценно для фирмы, когда профессиональный опыт работников сочетается с умением устанавливать человеческие контакты. Если отношения с клиентом хорошие и ему желательно иметь дело с вашей фирмой, можно считать, что сделка совершена.

На фирму звонит большое количество потенциальных клиентов или партнеров, и от манеры ведения беседы во многом зависит, будет ли заключена сделка. Если звонивший, не представившись, сразу начинает с объяснений того, что ему нужно, вежливо поинтересуйтесь его именем, названием и телефоном фирмы и лишь затем продолжайте беседу. Постарайтесь не принимать заказов, не сообщать информацию не представившимся собеседникам. Вы можете, например, не понять, что говорите с крупным покупателем, который имеет право на скидку, и предложите ему твердую цену без скидок, потеряв, таким образом, выгодный заказ.

Некоторые абоненты очень точно определяют свои требования: тип, цвет, условия поставки товара и т.д. Другим необходимо помочь выразить их. Очень часто приходится «вытягивать» из клиента дополнительную информацию. Для этого используйте вопросы, начинающиеся со слов «что», «когда», «где», «кто», «как», но избегайте «почему», так как оно содержит оттенок недоверия.

Уяснив требования клиента, вы начинаете убеждать его в преимуществах вашего изделия. Если клиент позвонил специально, чтобы сделать заказ, ваши аргументы должны быть нацелены на увеличение объема закупки, расширение ассортимента товара или сбыта сопутствующих изделий. Если клиент интересуется лишь предварительной информацией, ваша задача — убедить его начать дело с пробной закупки.

Часто при общении с собеседником мы отдаем предпочтение разговору по телефону. Это не вполне логично. Почему тот, кто позвонил вам по телефону, вправе перебить вашу беседу? Ведь он обратился к вам позднее, чем тот, кто рядом с вами и с кем вы вели беседу. Пришедший вынужден сидеть и ждать, слушая телефонный диалог, затем восстанавливать оборванные нити прерванного телефонным звонком разговора, а иногда повторно напоминать, о чем шла речь до этого. Вот почему, если разговор с сидящим у вас человеком заканчивается, нужно попросить телефонного собеседника подождать, не вешая трубку. Если вы чувствуете, что разговор продлится еще 10-15 минут и он достаточно серьезен, нужно попросить еще раз позвонить через четверть часа, когда вы освободитесь.

Когда приходит время заканчивать телефонный разговор и прощаться, следуют правилу: кто первый начал разговор, т.е. кто позвонил, тот и должен его заканчивать.

Как надо прощаться с собеседником? Дадим лишь два совета. Первый совет — поблагодарите еще раз собеседника, если он поздравил вас с чем-то или сообщил приятные сведения. Второй совет — если считаете нужным, заверьте собеседника, что вы всегда рады его звонку и личной встрече, или просто попрощайтесь и пожелайте всего хорошего.

3. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звоните вы

Когда вам пришла в голову мысль позвонить, не хватайтесь сразу за телефонную трубку. Прежде всего, надо уяснить себе, с какой целью собираетесь звонить и какое должно быть содержание разговора.

Перед тем как позвонить в другой город или солидным партнерам, полезно набросать на листке бумаги основные пункты предстоящего разговора, чтобы в волнении или в спешке не упустить отдельные важные моменты.

Если же дело несрочное, возникает альтернатива: либо звонить сразу, либо определить наилучшее время для звонка и отложить телефонный разговор до этого момента.

Оптимальное время для телефонного звонка выбирается по трем признакам, вместе взятым: а) когда, по вашему предположению, ваш звонок будет удобнее для абонента, б) когда к нему проще дозвониться, в) когда вам будет удобнее позвонить. Но при этом полезно иметь в виду, что надо стараться не отвлекать людей звонками в первой половине рабочего дня, когда они, сосредоточившись, могут с наибольшим успехом решать свои задачи. Не следует сбивать их с рабочего ритма. Но звонок предварительный, только для того, чтобы условиться о времени предстоящих переговоров, допустим и в первой половине рабочего дня.

Коэффициент загрузки на линиях телефонной связи в нашей стране выше, чем нам хотелось бы. Поэтому короткие гудки при попытке дозвониться мы слышим едва ли не чаще, чем длинные. У телефонных линий есть свои «часы пик», когда гудки «занято» могут появиться не после, а во время набора номера, после шестой цифры, пятой, четвертой, а иногда и первой. Поэтому умение звонить — это понятие, включающее не только умение набрать номер и вести разговор, но и умение «пробиться» по телефону к нужному абоненту.

Самый простой способ дозвониться — это набирать нужный номер непрерывно раз за разом, по возможности без пауз. Ничего лучше этого способа предложить нельзя, если вы пытаетесь решить по телефону дело, которое является для вас очень важным.

Получила распространение «народная мудрость»: перед набором последней цифры сделайте длительную выдержку. Предполагается, что во время этой выдержки предыдущий разговор завершится, а никто другой пробиться по этому номеру не может, поскольку вы держите телефонную линию занятой (что неверно). Есть даже и такой вариант: не просто делать выдержку перед набором последней цифры, а набрать эту цифру и долго держать диск. Подобные «хитрости» лишены всякого смысла: они не дают ничего, кроме загрузки телефонных сетей.

В тех случаях, когда дело, по которому вы звоните, может некоторое время подождать, целесообразно использовать способ регулярных наборов. В начале рабочего дня вы на листочке бумаги записываете фамилии и номера телефонов всех лиц, с которыми надо сегодня связаться. Затем начинаете звонить по списку. Если очередной номер занят или не отвечает, переходите к набору следующего. «Прозвонив» весь список один раз, вы не возвращаетесь к тем номерам, которые были заняты, а переходите к выполнению другой работы. Гигиена умственного труда требует короткого отдыха после каждого часа работы. Поэтому примерно через час вновь возьмитесь за список и пройдите по нему сверху донизу. В результате еще несколько фамилий окажутся вычеркнутыми. Так, с интервалом в час-полтора вы устраиваете «телефонные» паузы в своей основной работе и, давая голове некоторую разгрузку, одновременно решаете исподволь нелегкую задачу дозвониться.

В ответ на свой звонок вы услышали с другого конца линии «Алло». После этого рекомендуется назвать свою фамилию и поздороваться, прежде чем начать непосредственный разговор, даже если вы рассчитываете, что вас узнают по голосу. Наиболее приемлемым вариантом начала разговора можно считать следующий: «*Это Васильев. Здравствуйте...* (после ответа «Здравствуйте») ... попросите Сабитова».

Если вы спешите, можно отказаться от приветствия, но тогда обязательно добавьте к своей просьбе слово «пожалуйста»: «Мне Сабитова, пожалуйста».

Если взявший трубку не назвал ни себя, ни свое учреждение, тогда начало разговора можно построить по такой схеме: «Это фирма «Кристалл?» (после получения утвердительного ответа)... Это Васильев. Здравствуйте (после ответа «Здравствуйте») ... попросите Сабитова».

Когда вас соединят, надо представиться, сообщить название своей фирмы и область ее деятельности. После этого задавайте вопросы, которые вы заранее подготовили. Если вас спросят, откуда вы, отвечайте четко. На вопрос о предмете вашего разговора постарайтесь только обозначить примерную тему. Избегайте обсуждения своего дела и не заводите разговор по существу, как бы хорошо с вами ни разговаривали, какую бы помощь вам ни обещали. Разговаривайте только с тем, кто принимает решения.

Очень важно начать разговор без напряжения. Для этого необходимо связывать каждый последующий вопрос с предыдущим, как при обычной беседе. Из ответов нужно быстро выделить информацию о потребностях клиента. Даже если он говорит, что уже договорился с другой фирмой, ему все равно требуются какие-то услуги. Если вы можете их предоставить, у вас есть шанс сделать предложение.

Здесь вы должны перейти к следующему этапу беседы — убеждению. Расскажите о своей фирме и ее услугах. Надо убедить клиента в том, что вы выполните услуги в строгом соответствии с требованиями. Расскажите о выгодах работы с вами. Если вы звоните научному руководителю, коротко расскажите о своих проблемах. Если вам необходима какая-либо справка, постарайтесь четко сформулировать свой вопрос.

4. Использование телефонограмм в деловом общении.

В отдельных случаях при телефонном общении используются телефонограммы. Телефонограмма, как правило, содержит информацию, по объему не превышающую 50 слов. Если разговор по телефону — это диалог, не ограниченный по времени, то телефонограмма — это письменная фиксация монолога, регламентированная по времени.

Обязательными реквизитами телефонограмм являются наименование учреждения (фирмы) адресанта и адресата, реквизиты «от кого» и «кому» с указанием должности, фамилии, имени и отчества должностных лиц, номера, даты и времени передачи и приема телефонограммы, фамилии передавшего и принявшего телефонограмму, номеров телефонов, текст и подпись.

Телефонограмма должна иметь заголовок. Он составляется как для служебного письма, т.е. должен начинаться с существительного в предложном падеже с предлогом «о» или «об», например: «Об изменении времени заседания редколлегии», «О прибытии участников семинара».

Телефонограммы пишутся телеграфным стилем, т.е. кратко, ясно, точно, однозначно, простыми предложениями. Допускается двухсоставная композиция телефонограммы: в первой части констатируются факты, побудившие дать телефонограмму, во второй — предпринимаемые действия. Как правило, текст телефонограммы излагается от первого лица (например: «Напоминаем...», «Сообщаем...», «Попрошу выслать...»).

Чтобы упорядочить фиксацию передаваемых и принимаемых телефонограмм и устранить возможную неполноту и неточность их передачи и записи из-за небрежности исполнителей, рекомендуется иметь под рукой специальные блокноты, в которых это фиксируется.

5. Культура речи делового телефонного общения.

Главные требования культуры общения по телефону — краткость (лаконичность), четкость и ясность не только в мыслях, но и в их изложении. Разговор должен проводиться без больших пауз, лишних слов, оборотов и эмоций.

Правильная речь — это сочетание верного тона, артикуляции, произношения, громкости и точного подбора слов. Необходимо всегда помнить, что речевой этикет не допускает нецензурных выражений. Хотя эти выражения можно слышать в рабочей обстановке, но каждый человек должен строго контролировать собственную речь, собственное поведение. Если вы сильно расстроены или сердиты, то и при таких обстоятельствах важно уметь сдерживать себя. Вас могут слышать ваши потенциальные клиенты, ваши покупатели, ваши подчиненные. Помните, что ваша речь отражается и на ваших сотрудниках и на вас самих. Необходимо быть постоянно вежливым, доброжелательным и приветливым. Думайте о других, и успех вашего дела будет обеспечен.

Недопустимо фамильярничание. Отсюда возможны грубость в ответ, выражение обиды, ссора.

Телефон налагает на того, кто им пользуется, и ряд иных требований. Ваш собеседник не может оценить, ни во что вы одеты, ни выражения вашего лица, ни интерьера помещения, где вы находитесь, ни других невербальных аспектов, которые помогают судить о характере общения. Однако есть невербальные стимулы, которыми можно манипулировать в общении по телефону, к ним относятся: момент, выбранный для паузы, и ее продолжительность; молчание; интонация, выражающая энтузиазм и согласие или обратные реакции.

Если там, куда вы звоните, вас не знают, уместно со стороны секретаря попросить вас представиться и кратко изложить причину вашего звонка.

Грубейшее нарушение — не перезвонить, когда вашего звонка ждут. Необходимо перезвонить при первой возможности.

Если вы звоните человеку, который просил вас позвонить, а его не оказалось на месте или он не может подойти, попросите передать, что вы звонили. Потом нужно позвонить еще раз, или сказать, когда и где вас можно будет легко найти.

Когда разговор предстоит длительный, назначьте его на такой час, когда вы уверены, что у вашего собеседника есть время для разговора с Вами.

Никогда не говорите с набитым ртом, не жуйте и не пейте во время разговора.

Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другому аппарату, постарайтесь закончить первый разговор, а уж потом обстоятельно поговорите со вторым собеседником. Если можно, спросите у второго собеседника, по какому номеру перезвонить и кого позвать.

Первым всегда представляется тот, кто звонит. Если на месте нет того абонента, с которым вы хотели связаться, то представляться не обязательно. Достаточно будет поздороваться и попросить пригласить к телефону интересующего вас человека. Если его нет — узнать, когда он будет на месте, или попросить что-либо передать ему и повесить трубку. Не нужно долго держать трубку, если на другом конце никто не отвечает. Не стоит спрашивать, с кем вы говорите, можно лишь уточнить, правильно ли вы набрали номер и дозвонились ли туда, куда хотели.

Позволительно поручить сотруднику или секретарю дозвониться до интересующего вас человека.

Если к телефону просят вашего коллегу, то лучше не выяснять, кто его спрашивает.

Если вы ошиблись номером, то при следующем его наборе сразу уточните, тот ли это номер, что вам нужен.

Заканчивает разговор тот, кто позвонил.

Некоторые ошибочно полагают, что чем чаще человек пользуется телефоном, чем больше телефонов стоит у него на столе, тем важнее и солиднее он выглядит, тем больше информации он получает, тем успешнее идут у него дела. Чрезмерное увлечение телефоном скорее вредит работе.

Очень важно по возможности упорядочить ведение телефонных разговоров в течение дня. Целесообразно установить часы, когда вам можно звонить, это позволит освободить время для основной работы.

Для ведения разговоров по телефону целесообразно использовать специальные телефонные блокноты, в которых записывается содержание разговора, указывается дата и время звонка, а также кто звонил, кому звонил, откуда, что нужно предпринять в ответ на звонок.

На столе у делового человека всегда под рукой должен быть телефонный справочник своей организации для внутреннего пользования и справочник учреждений и предприятий, с которыми постоянно приходится контактировать.

Телефонный разговор, как правило, строится по определенному образцу, имеет свою структуру. Вот основные элементы композиции разговора по телефону: *представления, введение в курс дела, обсуждение проблемы, заключительное слово.*

Как и при непосредственной встрече, в разговоре по телефону очень важно первое впечатление о собеседнике, поэтому далеко не безразлично, какие слова в начале разговора прозвучат в трубке, каким тоном они будут произнесены.

Разговор по телефону должен заканчиваться на положительной оптимистической ноте. И хотя собеседники не могут пожалть друг другу руки, они должны найти подходящие слова, побуждающие к дальнейшей совместной работе.

Не стремитесь изложить по телефону буквально все, так что собеседнику покажется, что при встрече он не узнает ничего нового.

Не делайте упор на то, что нужно Вам (рассказать, встретиться, предложить и т.д.), а не на то, что может заинтересовать клиента (выслушать его мнение, ответить на его вопросы).

Не пренебрегайте элементарной вежливостью, не забывайте «спасибо», «извините за беспокойство» и т.д.

Заранее продумайте и подготовьте текст, не используйте информацию, которая плохо воспринимается на слух, например, обилие цифр, сложные сравнения, отсутствие конкретных примеров, занудность изложения материала или, наоборот, отсутствие серьезной аргументации.

Выясните фамилию и имя отчество клиента, не забывайте называть его по имени отчеству и, вообще, разговаривайте с ним, как с живым конкретным человеком.

Следует помнить, что каждый новый звонок должен быть заряжен только адекватным ситуации настроением и позитивом. Ни при каких обстоятельствах не надо тащить негативный эмоциональный шлейф от одного звонка к другому.

При разговоре по телефону партнер не видит собеседника, но он может оценить, насколько тактично с ним говорят, хотят ли ему помочь или в ответ на вопросы он слышит: "*Вам кого?*", "*Кто звонит?*", "*Никого нет на месте*", "*Что вы хотите?*", "*Как ваша фамилия?*", "*Все обедают*", "*Позвоните завтра*".

Российская практика делового общения показывает, что при разговоре по телефону наиболее отчетливо проявляются плохие манеры и отсутствие культуры деловых телефонных переговоров.

Руководство иностранных фирм строго требует от служащих четкого соблюдения основных правил делового этикета и, в частности, умения разговаривать по телефону. Желательно, чтобы правила ведения деловых переговоров соблюдались российскими деловыми людьми.

Деловая беседа по телефону не может сопровождаться прихлебыванием чая или стуком ложки. Если в процессе беседы вы чихнули, то следует извиниться перед собеседником.

Если звонит телефон в то время, когда вы говорите по другому телефону, то следует снять трубку, сообщить что вы заняты и выяснить у второго собеседника, будет ли он ждать окончания первого разговора или вы перезвоните ему через некоторое время. Сообщение первому клиенту о том, что вам необходимо переговорить с другим человеком, позволит вам закончить первую беседу.

Если разговор с первым собеседником очень ответственен и в порядке исключения вы решили не снимать трубку второго телефона, то разрядить обстановку может ваша фраза: "Это звонит второй телефон, но я не могу прервать разговор с вами. Не беспокойтесь, если нужно, то мне перезвонят позднее".

Если разговор с собеседником затягивается, то полезно периодически спрашивать у собеседника: "Есть ли у вас время для продолжения разговора?"

Очень важно вежливо закончить разговор. Рекомендуем воспользоваться следующими фразами: "Простите, что вас прерываю, но я боюсь опоздать на заседание", "Очень приятно с вами беседовать, но я обязана позвонить в другую организацию. Могу ли я позвонить вам позже?"

Следуя этикету, необходимо сначала извиниться перед посетителем за необходимость прервать беседу, снять телефонную трубку, поздороваться с телефонным абонентом, сообщить название фирмы, свою фамилию, указать, что ведете беседу с посетителем и договориться о переносе разговора.

В результате ваш посетитель увидит, что для беседы с ним вы откладываете другие дела. Этим вы подчеркнете, что относитесь к посетителю с большим уважением.

Рассмотрим обратную ситуацию, когда вы выступаете в качестве клиента.

Вы звоните в удобное для вас время и не надо обижаться, если после обычных приветствий вы услышите: "Я сейчас крайне занят и прошу перезвонить через определенный промежуток времени".

Если вы звоните человеку, режим работы которого вам не известен, то полезно вежливо узнать, может ли он выделить время для разговора с вами.

Вы позвонили лицу, которое вас об этом попросило, а его не оказалось на месте или он не может подойти к телефону. Необходимо попросить передать собеседнику, что вы звонили и указать, по какому телефону и в какое время вас можно легко найти.

Если предстоят длительные телефонные переговоры, то желательно назначать их на такое время, которое будет удобно для вашего собеседника.

Если вы договорились о звонке партнеру, то это обещание надо обязательно выполнить. Желательно позвонить при первой возможности и не позднее, чем в течение суток.

Этикет не допускает "повисших звонков". Они оставляют неприятный осадок и создают вам репутацию человека, который не заинтересован в контактах. Если обстоятельства изменились и вы уже не заинтересованы в контактах с данным собеседником, то и в этом случае телефонный этикет обязывает вас позвонить, извиниться за причиненное беспокойство и сообщить, что вопрос уже решен.

Если для подготовки ответа вам надо на некоторое время отойти от телефона, следует обязательно справиться у собеседника, может ли он подождать или нет.

Заканчивает разговор тот, кто звонил, — таково требование этикета. Поэтому, завершая разговор, надо дождаться, когда собеседник попрощается с вами и вы услышите гудки отбоя.

Если по какой-либо причине разговор прервался, перезванивает тот, кто звонил первым.

Выводы.

Умение использовать важнейшие правила культуры делового общения по телефону важно не меньше, чем умение вести устные деловые разговоры и переговоры, чем владеть правилами деловой переписки.

В последние годы в российских деловых кругах, в учреждениях и учебных заведениях выросли требования к умению вести деловые переговоры по телефону.

Иностранцам филологам-магистрам необходимо овладеть всеми реквизитами делового телефонного общения, а также методикой их преподавания при преподавании русского языка как иностранного, что выдвигает перед филологами-магистрами как языковые, так и лингвокультурологические задачи.

Ответьте на вопросы.

1. Какова роль телефонных разговоров в деловом общении?
2. Каковы основные черты деловых телефонных разговоров?
3. В чем сложности ведения телефонных разговоров?
4. Охарактеризуйте правила ведения телефонных разговоров, когда звонят вам.
5. Охарактеризуйте правила ведения телефонных разговоров, когда звоните вы.
6. Составьте телефонограмму делового содержания.
7. Каковы приемы рационализации телефонного делового общения?

Литература.

1. Акишина А.А., Акишина Т.Е. Этикет русского телефонного разговора. – М., 1990.
2. Веселов П.В. Служебный телефонный разговор. // Русская речь. – М., 1990, №5.
3. Волгин Б.Н., Полянская Е.Е. Деловой телефон. – М., 1987.
4. Кузин Ф. Культура делового общения: Практическое пособие. – М., 2000.
5. Рыбкин И.В. Эффективный телефонный контакт – М., Издательство «Институт общегуманитарных исследований» (серия «Мастер продаж»), 2005.

[1] Рыбкин И.В. Эффективный телефонный контакт — М.: Издательство "Институт общегуманитарных исследований" (серия "Мастер продаж"), 2005, С. 144.

[2] Волгин Б. Н., Полянская Е. Е. Деловой телефон.— М.: Радио и связь, 1987, С.81.

[3] Можжевельников Б. В вашей фирме звонит телефон // Коммерческий вестник. – 1992.

Тема 7. Современные коммуникативные технологии и деловое общение.

1. Общая характеристика деловой коммуникации.
2. Особенности технологий делового стиля общения.
3. Книга Д.Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» как одна из технологий преодоления сложностей общения.
4. «Анти-Карнеги, или человек-манипулятор» Эверетта Шострома как предложение движения от общения-манипуляции к общению- актуализации.
5. Новые коммуникативные профессии, воздействующие на индивидуальное и массовое сознание (спичрайтер, менеджер паблик-релейшнз, имиджмейкер, пресс-секретарь, переговорщик и другие).
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература.

1. Общая характеристика деловой коммуникации.

Коммуникация произошло от лат. Communicatio – делаю общим, связываю, общаюсь. А общение – это передача информации от человека к человеку – взаимодействие людей в процессе их познавательно-трудовой деятельности, осуществляющееся, главным образом, при помощи языка (реже при помощи других знаковых систем). А коммуникабельность – это способность к общению, общительность.

В жизни любого человека, в любой стране общение, интерес к нему, желание общаться занимают одно из самых важных мест.

С рождения (и даже раньше – еще в пренатальном состоянии) и до последнего вздоха человек испытывает желание и потребность общаться. Самое суровое наказание (тюрьма) – лишение общения. В старости лишённые общения люди испытывают то болезненное состояние, которое называется «коммуникативным голодом». Избыточное общение может утомлять, вызывать желание уединиться.

Потребность в общении испытывают все люди на земле, но не все владеют им в равной степени, хотя каждому хочется уметь общаться.

Общение выполняет функции коммуникативные (передать информацию), мыслительные (обдумать, что говорить), интерактивные (воздействовать), перцептивные (понимать друг друга в процессе общения), эстетические (не просто сказать, а сказать хорошо, красиво).

Коммуникация – связь, общение. Значит, есть коммуниканты, общающиеся. Их может быть двое, много, а может быть так, что человек общается с собой, использует «внутреннюю речь». Может быть так, что человек «в многолюдстве потерян», он на многолюдной улице, в кинотеатре, но он одинок.

Любое общение может использовать вербальные (языковые) и невербальные средства общения. Для того чтобы хорошо, т.е. результативно, успешно, общаться, надо овладевать коммуникативными технологиями. То есть всевозможными приемами, средствами, способами коммуникации. Некоторые овладевают этими способами и приемами общаться с детства, постепенно становясь людьми, про которых говорят «общительный», «коммуникабельный», «разговорный» (в диалекте). Ничего не скажешь – счастливые люди.

Общение, умение общаться, действовать словом (говорить, читать, писать, слышать) позволяет человеку добиваться успеха и даже счастья в жизни. Но этому умению можно научиться, и не только научиться самому, но и учить этому своих учеников и детей, что и является профессиональной задачей магистра-филолога, будущего преподавателя русского языка как иностранного.

Что включает в себя умение общаться? Очень многое, почти все, с чем мы сталкиваемся в жизни, хотя не всегда обращаем на это внимание.

Но мы сейчас говорим о деловом общении, а не просто об общении.

Деловое общение на русском языке возникло очень давно (см. лекцию 1 этого курса). Для того чтобы успешно общаться на русском языке в деловых ситуациях, надо не просто знать русский язык, а знать «русский язык делового общения, владеть официально-деловым стилем и многообразием его жанровых разновидностей, то есть знать лексико-фразеологические, морфолого-синтаксические и стилистические особенности официально-делового стиля и его подстилей во всем их жанровом многообразии (см. лекцию 2 этого курса). А так как язык делового общения является языком и устного, и письменного общения, то необходимо овладеть как можно лучше большим количеством форм, способов и технологий устного и письменного делового общения. Задача иностранца-филолога при этом особенно непростая. До того, как мы сможем говорить об использовании технологий общения в деловой коммуникации, мы должны максимально, насколько это возможно на иностранном языке, хорошо овладеть лингвистическими, стилистическими особенностями русского языка (то есть, говоря простым языком, хорошо говорить и грамотно писать по-русски), а потом надо научиться тому, что называется успешным общением и включает в себя массу всяких «реквизитов», что приносит радость и удовлетворение в общении, а в любой профессии, в любом деле ведет к успеху. Это и умение говорить и выступать публично, это способность четко и аргументированно высказывать и письменно оформлять свои мысли (допустим, в деловой переписке, в договоре и т.п.), научиться не бояться публичных выступлений (докладов, переговоров, бесед, собеседования при устройстве на работу), уметь слушать своего собеседника (говорящего на русском,

иностранном для вас языке), владеть культурной русской речью, а также русской культурой (знать русскую историю, литературу, традиции, быт, этикет и т.п.), владеть деловым этикетом в разных ситуациях общения (во время переговоров, подписания документов, на официальном приеме, при синхронном переводе речей в различных ситуациях делового общения и т.д. и т.п.).

Многообразны аспекты человеческого общения и все они, так или иначе, востребованы в деловом общении. Навыки делового общения необходимы любому человеку, а преподавателю русского языка как иностранного – особенно, если еще учесть, что, скорее всего, ему придется преподавать русский язык деловым людям, участвовать в деловых переговорах в качестве переводчика и помогать в создании и переводе деловых документов.

2. Особенности технологий делового стиля общения.

Если стиль – это единство выразительных средств, которые использует коммуникатор в общении, то источником технологий в деловом общении выступают те или иные однажды найденные достижения и коммуникативные результаты. Так возникают риторические и ораторские приемы в устной и письменной речи, создаются образцы писем, педагогические методики, переговорные процессы в бизнесе и дипломатии (см. 2, 3 лекции курса).

В деловом общении выделяются шесть основных типов общения:

- 1) Стиль свободы и мастерства в общении;
- 2) Лидерский стиль;
- 3) Радикально-партнерский стиль;
- 4) Жестко-консервативный стиль;
- 5) Авторитарно-агрессивный стиль;
- 6) Замкнутый стиль [\[1\]](#).

Изучение стиля общения привело к пониманию его зависимости от темперамента, психофизических особенностей индивида, профессиональной и социально-психологической (ролевой) структуры группы. Холерик обычно общительный, вспыльчивый, сангвиник – гибкий в общении, уступчивый во время конфликтов, флегматик пассивен, миролюбив, а меланхолик замкнут, раздражителен и уходит от конфликтов.

В разных профессиях стиль общения зависит от профессиональных и национальных традиций, уровня профессиональной этики, от престижа профессии, от характера профессионального общения, от использования технических средств общения (см. лекцию 6 и 9 этого курса).

Арсенал средств общения в XXI веке и межкультурный диалог видоизменяют общение, делают его более технологичным и совершенным.

Стремление к стилизации разных форм общения порождает различные формы и средства тиражирования образцов – имиджмейкерство, спиндокторство, спичрайтерство и другие.

В общении встречаются препятствия, снижающие его эффективность, а иногда даже сводящие его к нулю.

Естественные барьеры общения (слепота, глухота и другие травмы) мы не будем здесь рассматривать.

Искусственные барьеры общения (личные, организационные, технические (т.е. из-за плохого владения техникой общения), межкультурные и т.д. и т.п.) должны преодолеваться. Преодолеваются любые барьеры общения (и естественные, и искусственные), если человек не хочет с ними мириться. Искусственные барьеры общения можно классифицировать по разным признакам, связанным с источником, с характером и типом реагирования, с нарушением системных качеств общения, с несогласованностью

ритмов эмоциональной и интеллектуальной активности, с принадлежностью к различным этносам, социальным группам и т.д.

Важнейшее средство преодоления барьеров в общении, нежелание мириться с ними – в умении искать и находить методы восстановления коммуникации.

Чтобы у человека не возникли непреодолимые трудности в общении, мало успешного усвоения той технологии общения, о которой пишет Д. Карнеги. Нужно, чтобы за этим еще стояла гуманная личность, готовая прийти на помощь в общении. Сейчас для преодоления коммуникативной неприспособленности интенсивно создаются семейные консультации, деловые игры, социально-психологические тренинги, видео-тренинги, службы управленческого консультирования, агентства по связям с общественностью.

Во всем мире сейчас наблюдается огромный интерес к овладению коммуникативными технологиями разного уровня сложности, адресованные различным коммуникантам. В деловом общении это особенно актуально в наше время. Деловые люди записываются во всевозможные семинары по деловому общению, посещают консультации, тренинги, службы управленческого консультирования, агентства по связям с общественностью. Следует сказать, что эти формы обучения широко распространены и в России, и в США, и в Китае, и во многих других странах. Люди активно учатся жить среди людей, среди друзей и врагов, среди доброжелательных и не очень коллег, знакомых, родственников [2]. Воспитание в себе и в своих учениках толерантности – одна из основных задач преподавателя русского языка делового общения для иностранцев.

3. Книга Д. Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» как одна из технологий преодоления сложностей общения.

Книга Д. Карнеги – одно из наиболее популярных произведений в области межличностных отношений, в котором он представил правила эффективных коммуникаций.

Изданная в 1936 году, эта книга была бестселлером в Америке, потом в Европе и странах Востока. Она стала основой широкой образовательной программы повышения эффективности делового общения. Основным принципом, выдвинутым Карнеги, было правило: интересуйтесь другим людьми и демонстрируйте им свое расположение. Тем самым создается атмосфера дружелюбия, сотрудничества, уважения. Самым большим препятствием в коммуникативных отношениях является упорство в признании своей неправоты и обвинении партнера, отсутствие вообще какой-либо выясненной позиции, подчинением друга. Карнеги считал, что замечания и критика должны сопровождаться признанием заслуг партнера, друга. Необходимо всегда думать о хорошей репутации партнера, сослуживца и т.п. Карнеги настаивал, что речь идет о создании нового образа жизни. Но в последние годы 20-начала 21 столетия появляются работы, отрицающие этот подход Карнеги.

4.«Анти-Карнеги, или человек-манипулятор» Эверетта Шострома как предложение движения от общения-манипуляции к общению- актуализации.

В своей книге Эверетт Шостром резко критикует Д.Карнеги, считая, что Карнеги, убеждающий нас, что мы должны завоевывать друзей и влиять на людей, отражает болезнь личности современного общества. Основной симптом этой болезни и основной мотив поведения такой личности – манипулирование людьми. Шостром сравнивает два социально-психологических типа: человека-манипулятора и человека-актуализатора.

Он показывает при этом, что манипулятор не только манипулирует нами извне, но и сидит в каждом из нас, манипулируя нашим сознанием и контролируя любую ситуацию. Манипулирование, по мнению Шострома, отражает неудовлетворенность человека отношениями с общественной средой, неуверенность в себе, недовольство обществом, в котором он живет.

Современная общественная жизнь, построенная на различных манипуляциях, конкуренции рынка и философии бизнеса настолько не защищает человека, что он вынужден искать выход в манипулятивном поведении, как в единственно средстве защиты.

Шостром говорит о том, что манипулируя другими, человек попадает в в сети других манипуляторов. Он теряет связь с самим собой, с жизнью, с природой. Манипулирование делает человека больным, слабым, неспособным к самореализации. Социально здоровый индивид – человек-актуализатор. Шостром призывает своих читателей переходить от манипулирования к актуализации, к выздоровлению, к творчеству, к пробуждению в себе личности. Актуализация формируется в межличностных коммуникациях. И тут надо быть осторожным, чтобы не скатиться вновь к манипулированию.

Условием, предпосылкой подлинной коммуникации может быть только честная, правдивая реакция в общении. Необязательно быть во всем согласным с оппонентом, но важна честность, открытость. Актуализатор и манипулятор во всем различны. Манипулятор боится реальности, а актуализатор живет в реальности, в которой есть место и памяти, и мыслям о будущем. Актуализатор свободен, поэтому он доверяет себе, открыт для жизни.

Часто наше современное воспитание, образование еще в детском возрасте подавляют актуализаторские способности, что приводит к манипулятивным склонностям, к неуверенности, подражанию авторитетам, страху перед жизнью, болезням.

Актуализатор не только открыт для жизни, но он рад ей, готов работать и изменяться.

Но в любом человеке есть две личности, манипулятор и актуализатор, которые ярче всего выражены в коммуникации.

Манипулятор несвободен, недоверчив, не слушает возражений, он продумывает, что скажет в ответ, он неспособен к личностным контактам, а актуализатор создает атмосферу творчества, бережного отношения к другим. Ценность актуализатора во взаимодействии, в коммуникации.

5. Новые коммуникативные профессии, воздействующие на индивидуальное и массовое сознание (спичрайтер, менеджер паблик-релейшнз, имиджмейкер, пресс-секретарь, переговорщик и другие).

Конечно, эти профессии в той или иной форме давно существовали в человеческом общении. Иногда их объединял один человек, являясь и спичрайтером, и имиджмейкером, переговорщиком и пресс-секретарем. Сейчас эти профессии часто разделены (когда дело касается особенно значительных государственных деятелей или очень богатых людей).

Специальностью людей этих профессий является воздействие на индивидуальное и массовое сознание.

Спичрайтер.

Мы часто сталкиваемся с негативным отношением к спичрайтеру, когда акцентируется его незначимая роль на фоне написанных им текстов, громко звучащих из уст первых лиц. Но статус профессионалов, участвующих в создании документов для руководителей государств, действительно, достаточно высок.

Статус этих лиц возрастает в кризисные периоды, когда написанные им слова становятся серьезными делами. Так, спичрайтер Дж. Кеннеди в период кубинского кризиса 1962г. изучал сходные выступления Вильсона и Рузвельта.

Менеджер паблик релейшнз

Менеджер ПР действует в рамках следующей триады: целевая аудитория, ключевое сообщение, каналы коммуникации.

Целевая аудитория важна не только в связи с конкретикой поставленной задачи: Нельзя продавать ремни безопасности человеку, у которого нет автомобиля. Целевая аудитория важна коммуникативно. Нельзя обращаться ко всем. Эффективная коммуникация строится на четком знании своей аудитории, на знании ее идеалов, ее возможных аргументов, ее ценностей.

Каждая возрастная или социальная группа обладает подобными наборами своих собственных представлений. Чтобы убедить, надо знать того, с кем общаешься.

Имиджмейкер

Это специалист по созданию или корректировке имиджа публичного человека или общественного деятеля. При этом какие-то черты внешнего облика удаляются, какие-то привносятся. К имиджу относится манера одеваться, говорить, действовать.

Пресс-секретарь

Пресс-секретарь представляет собой один из тех типов коммуникаторов, которых отличает прямое коммуникативное воздействие. Он предлагает информацию в соответствии с запросами журналистов. Одновременно он заинтересован в проведении информационной линии своего ведомства.

Активное порождение информации также является функцией пресс-службы.

Активно работающий лидер хорошо знает значимость для своей эффективной работы профессионального пресс-секретаря.

Спиндоктор

Чаще всего он занят исправлением освещения события в масс-медиа, после того как информационное развитие приняло неблагоприятный оттенок.

Само слово spin означает «верчение, кружение». Т.е. это подача событий в более благоприятном виде. На современном языке мы можем определить эту область как менеджмент новостей. Он особо значим в кризисных ситуациях: то ли это забастовка, то ли неправильно истолкованное выступление первого лица.

Переговорщик

Переговоры – это процесс, растянутый во времени и пространстве. Часто для разрешения конфликта избираются сигналы, а не переговоры, при этом наличие или отсутствие каналов коммуникации между ними не имеет значения. Переговорщик призван:

- а) перейти на язык своего оппонента;
- б) продемонстрировать уважение к его требованиям,
- в) предложить такой вариант решения проблемы, который учитывает интересы оппонента.

Только такой путь может принести успешный результат.

Кризисник

Сложность кризисных ситуаций возникает также по следующей причине. Специалисты оценивают ситуации риска исходя из статистики, отражающей прошлый опыт. В то же время публика оценивает ситуацию эмоционально, а не рационально.

Для кризисных коммуникаций характерным элементом становится не только дефицит информации, но и потеря доверия к ее источникам. Поэтому особую роль начинают играть те, кто выступает перед населением.

Специалист по слухам

Слухи представляют определенный интерес и с чисто теоретической стороны как природой своего самостоятельного распространения, так и тем, что средства массовой коммуникации, являясь более организованными, более мощными, в то же время не в состоянии достаточно оперативно приостанавливать распространение этого вида массовой коммуникации. Соответственно, борьба со слухами входит в арсенал обязательной работы служб публичных отношений.

Выводы:

Коммуникативные технологии достигли особого развития во второй половине XX столетия, что привело к возникновению не только профессий, специализирующихся на воздействии на индивидуальное и массовое сознание, но и к желанию многих деловых людей овладеть составляющими этих профессий. Особую популярность эти профессии получили к началу XXI века. Это привело к особой популярности

различных курсов, семинаров, телевизионных передач, посвященных составляющим коммуникативных технологий. Общество не могло не откликнуться и остаться без выработки наиболее эффективных технологий, обеспечивающих нужный результат за счет меньших интеллектуальных и материальных затрат. Человечество смещается в сторону информационной цивилизации, смещаются его силовые линии в соединении с коммуникативными технологиями и компьютером. Огромную роль начинает играть общественное мнение, которое в настоящее время не может не учитываться в деловых отношениях. Каждый действующий деловой человек (бизнесмен, менеджер и т.д.) тратит на коммуникацию до 50-60 % своего рабочего времени. Успех той или иной политики, эффективность того или иного бизнеса напрямую связаны сегодня с поддержкой обществом, которое в свою очередь во многом зависит от владения коммуникативными технологиями, которые стали такой же приметой нашей цивилизации, как вообще технологии и компьютер. И тут, и там серьезное разнообразие, приспособленное под те или иные потребности, конкуренция и расчет.

В результате нужный эффект достигается за счет минимума интеллектуальных и материальных ресурсов.

Ответьте на вопросы:

1. Что характеризует современное деловое общение?
2. Назовите основные аспекты современного делового общения.
3. Что делает современное деловое общение более технологичным и совершенным?
4. Как вы относитесь к коммуникативным взглядам Д.Карнеги?
5. В чем выражается актуальность и современный характер теории Эверетта Шострома?
6. Охарактеризуйте новые коммуникативные профессии.
7. Какую роль в преподавании русского языка делового общения и в межкультурной коммуникации играет овладение новыми коммуникативными технологиями?

Литература.

1. Куницына В.Н. Стиль общения и его формирование. – Л., 1985.
2. Д.Карнеги. «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей». – М., 1977.
3. Леви В.Л. Искусство быть собой. – М., 1977.
4. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. – Минск, 1992.
5. Маерова К.В. Вопросы межкультурной коммуникации в преподавании русского языка делового общения. Сб. Проблемы межкультурной языковой коммуникации. – М.: РУДН, 1998.
6. Маерова К.В. Общение на занятиях по обучению общению. Материалы международной конференции «Общеобразовательные дисциплины и язык специальности в профессиональной подготовке национальных кадров...» - М.: РУДН, 2000.
7. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. «Рефл-бук», «Ваклер», 2000.
8. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. – М., 1998.
9. Советский энциклопедический словарь. (под ред. А.М. Прохорова). – М.: «Советская энциклопедия», 1990.

[1] Куницына В.Н. Стиль общения и его формулирование. – Л., 1985.

[2] Леви В.Л. Искусство быть собой. – М., 1977.

Тема 8. Роль переговоров в современном деловом общении. Толерантность делового общения.

1. Значение деловых переговоров в современном деловом общении.
2. Роль деловых встреч для результатов деловых переговоров.
3. Подготовка к переговорам.
4. «Путь к согласию или переговоры без поражения». Этика ведения переговоров.
5. Тактические приемы переговоров. Толерантность делового общения.
6. Выводы.
7. Ответьте на вопросы.
8. Литература.

1. Значение деловых переговоров в современном деловом общении.

В деловых отношениях очень многое зависит от характера личных встреч, совещаний, переговоров [1], которые всё шире входят в нашу жизнь. Переговоры приходится вести с работодателем, со страховым агентом, с партнером, с коллегами, с начальником; они стали уже частью общественного процесса.

Переговоры служат разрешению споров и созданию сотрудничества. Они проводятся, чтобы договориться. Для подавляющего числа деловых людей (менеджеров, руководителей фирм, работников разных уровней и профессий) умение вести деловые переговоры – одно из основных в их профессиональной деятельности.

Переговоры – это не просто разговор о том или ином предмете для обсуждения с новыми партнерами и в новых ситуациях, это сложнейшая деятельность, требующая подготовки, глубокого знания предмета переговоров, техники и тактики их проведения.

Для результативности любого дела первостепенное значение имеет безупречное, с точки зрения знания самого дела, этики, языка, культуры речи, проведение деловых переговоров.

Для российских деловых людей умение успешно вести любые деловые переговоры, добиваясь хороших результатов, соблюдая при этом правила делового поведенческого и речевого этикета, этики и культуры речи становится чрезвычайно важной задачей.

Всё большее значение для фирмы, учреждения, предприятия приобретает умение вести переговоры, формировать в их ходе свой имидж, добиваясь результатов и успехов.

Целый ряд проведенных в России и за рубежом исследований показал, что для результативности любого дела первостепенное значение имеют хорошо продуманные и проведенные с точки зрения этики и культуры речи деловые переговоры.

Для российских деловых людей особое значение имеет умение вести деловые переговоры, добиваясь результата, соблюдая при этом не только этические и правовые нормы, но и правила речевого делового общения, языковые нормы и как вербальные, так и невербальные средства общения. При изучении русского языка делового общения иностранцами эти черты делового общения играют не меньшую, а скорее большую роль, производя на партнеров (русских) максимально благоприятное впечатление.

Иностранец, хорошо владеющий русским языком делового общения, не просто производит на участвующих в переговорах русских партнеров хорошее впечатление, не только работает на свой имидж, но и во многом превосходит (конечно, при соблюдении других важных условий переговоров) результаты переговоров. То есть здесь он играет роль и собственного имиджмейкера, и спичрайтера, подготавливая желательный результат.

Деловые люди во всем мире специально обучаются вести деловые переговоры (всевозможные курсы, семинары, тренинги и т.п.). Бум различных форм обучения ведению переговоров и публичной речи охватил Америку, Европу, страны юго-восточной Азии.

Сейчас в России деловые люди хорошо понимают, что рыночные отношения невыносимы без умения вести переговоры. Иностранец, клиент, партнер, владеющий русским языком, вызывает уважение и внимание, а иногда и просто удивление, граничащее с восхищением.

Понятно, что магистр-филолог, будущий преподаватель РКИ, должен не только хорошо знать особенность ведения деловых переговоров, чтобы участвовать в них в случае необходимости или быть переводчиком, главное – он должен быть подготовлен к преподаванию русского языка делового общения.

2. Роль деловых встреч для результатов деловых переговоров.

В деловых отношениях многое зависит от умения вести переговоры во время личных встреч, бесед, обсуждений. Для решения этой проблемы необходимо владеть не только специальными знаниями, но и владеть техникой и языковым материалом ведения переговоров, этикой и этикетом переговоров. Во время переговоров каждый раз обсуждаются новые проблемы, встречаются новые участники, но умение действовать словом, профессионализм всегда являются основой успеха.

Умение вести переговоры важно и в социальной сфере (обсудить с женой какие-либо семейные вопросы, с детьми – вопросы учебы или их интересов, с соседями – какие-то общие вопросы и т.д.). Как многим русским людям не хватает этого умения быть переговорщиком!

А уж как важно иностранцу, изучающему русский как будущую профессию, научиться ведению переговоров! А ведь филолог-магистр через год-два будет учить общению на русском языке, будет учить вести переговоры, вести корректную деловую переписку и т.п.

В современных условиях российские предприниматели сами строят свои отношения с поставщиками и сбытчиками, сами ищут партнеров, ведут переговоры об аренде и строительстве помещений в России и за рубежом. И всё это требует постоянных переговоров (устных и письменных). К кому будут российские деловые люди обращаться? Первым делом, конечно, к тем, кто владеет русским языком, может участвовать в переговорах (как партнёр, переводчик, составитель деловых писем и документов).

Вступающий в деловые переговоры должен специально готовиться как к встрече, так и к переговорам во время встречи, рассчитывая не только на свой опыт и интуицию, но и на знание языка и теории коммуникации.

3. Подготовка к переговорам.

Подготовка к переговорам включает в себя решение организационных вопросов, а главное – определение стратегии и тактики переговоров.

Подготовка к основному процессу переговоров включает: анализ существа проблемы, учет интересов участников переговоров в её разрешении, формирование подходов к переговорам и уточнение собственной позиции на них, оценка возможных вариантов результатов переговоров [2].

Исследование проблемы связано с поиском путей её решения при наименьших затратах. В процессе анализа изучаются возможные альтернативы решения проблемы.

Важно обратить особое внимание на учет интересов сторон, для чего вообще нужны данные переговоры? Обычно главное, что волнует российских участников, – установление долговременных партнёрских отношений.

Организационные аспекты включают составление программы приёма партнёров, формирование группы участников переговоров, определение их места и времени, составление ежедневной повестки дня каждого заседания, согласование с заинтересованными сторонами касающихся их вопросов и т.д.

Программа приема партнеров, особенно иностранных, требует значительных затрат сил и времени. Определяются: порядок встречи коллег, состав встречающих, участие представителей прессы, радио и телевидения, приветственные речи, размещение в гостинице, деловая часть программы (встречи, беседы, переговоры), приемы, завтраки, обеды и др., посещение промышленных и других объектов, культурные мероприятия, поездки по стране, проводы.

И все это связывает деловое общение, умение говорить, слушать, читать, писать (то есть действовать словом), соблюдать речевой и поведенческий этикет (то есть оставаться доброжелательным, вежливым, с достоинством преодолевающим сложности затруднительных ситуаций). Это очень интересно, но и сложно, а главное – требует знаний, лингвистических, культурных, профессиональных и этикетных.

Успех переговоров, их результат зависят от того, насколько они подготовлены, а также от профессионализма переговорщиков. При подготовке к переговорам нужно постараться ответить себе на вопросы:

- § Уверены ли стороны в благополучном исходе переговоров?
- § Что нужно уяснить для себя?
- § Какой исход устроит обе стороны?
- § Какие методы воздействия на собеседников следует использовать?
- § Какие вопросы могут задать собеседники?

Подготовительная работа включает в себя подготовку документов к переговорам. Сюда относятся заявления, проекты соглашений, протоколов, договоров, резолюций, контрактов. Важно уделить особое внимание точности формулировок, хорошей аргументированности предложений, что, безусловно, требует хорошего знания письменного языка делового общения.

В рамках подготовительной работы — составление досье по вопросам, которые намечено затронуть на переговорах. Необходимы сведения и различные документы о партнере, на основе которых готовятся тексты выступлений. Особенно важно в процессе подготовительной работы изучить в деталях объект предстоящего договора, условия его выполнения, цели и средства.

Особое значение имеет подготовка к беседе. Нужно тщательно охарактеризовать все аспекты намечаемой деловой акции. Лучше всего идти на встречу с подготовленным проспектом или папкой со справочными материалами, так как иностранных партнеров обычно интересуют самые разнообразные детали, и к этому нужно быть готовым.

Перед встречей важно собрать информацию о фирме, с которой предстоит иметь дело (в каких странах ведет бизнес, в каких сделках имела успех, данные о финансовом положении, объеме операций и т. д.). Заметим, что личностные моменты играют первостепенную роль в достижении взаимного доверия. Нужно узнать максимум о руководстве фирмы-партнера, о тех, с кем предстоит вести переговоры. Надо раздобыть проспекты компании, получить информационную справку. Когда в беседе с представителем фирмы-партнера проявляется осведомленность о делах этой фирмы, это всегда производит хорошее впечатление.

Еще более эффективно действует на партнеров предварительное изучение особенностей предполагаемого предмета переговоров.

До встречи с партнером необходимо определить тактическую позицию. Для этого применяются различные приемы, которые меняются в процессе переговоров. Так, эффективен прием «ухода» или «уклонения от борьбы». Когда затрагиваются вопросы, нежелательные для обсуждения или для того, чтобы не предоставлять партнеру какую-то информацию, партнера просят перенести рассмотрение вопроса на другое заседание. Это необходимо, когда, например, нужно согласовать вопрос с другими организациями, оценить новые моменты, связанные с предложениями партнера. Используются и другие тактические приемы: «затягивание», «выжидание» и др. (которые идут в ход, когда желательно растянуть процесс переговоров, получить дополнительную информацию от партнера и т. п.).

Интересный тактический прием — «пакетирование», когда к обсуждению предлагается не один вопрос, а сразу несколько. Нередко в один «пакет» складываются привлекательные и не столь интересные для партнера предложения. Партнер, будучи заинтересованным в определенных предложениях, может принять и остальные. Иногда путем уступок во второстепенных предложениях добиваются принятия главных.

Еще один прием — «завышение требований». В состав обсуждаемых проблем включают пункты, которые потом можно снять, объяснив, что это является уступкой, и надеяться на аналогичные шаги со стороны партнера.

Другой эффективный прием — «расстановка ложных акцентов в собственной позиции». Партнеру демонстрируют заинтересованность в решении определенного вопроса, который на деле является второстепенным. Сняв этот вопрос с повестки дня, можно получить положительное решение по другому, имеющему первостепенное значение, вопросу.

Практика показывает, что обычно успех переговоров на той стороне, которая лучше к ним подготовлена. Основная задача переговоров — убедить партнера делать то, что нужно вам. Однако переговоры должны проходить в вежливых тонах, нетактичные и грубые методы должны быть исключены. Но иногда слишком официальная манера проведения переговоров неэффективна. Никогда не стоит стремиться к достижению односторонних выгод. Кто ищет для себя слишком большую выгоду, рискует потерпеть фиаско. Прежде всего, важно заинтересовать партнера. Нужно так повести дело, чтобы партнер сам высказал то, что вы бы хотели услышать от него. Для этого надо взглянуть на вещи под его углом зрения.

Во время переговоров бывает нелегко отстоять свою точку зрения. Надежный помощник в этом - знание языка.

Не следует начинать беседу с вопросов, по которым вы заведомо расходитесь во мнениях. Обычно разговор начинают с общих тем. Это облегчает контакт при переходе к деловой части разговора. Относитесь с пониманием к высказываниям других. Это — важное условие делового сотрудничества в бизнесе. Без глубокого знания языка хорошо подготовиться к переговорам невозможно.

Нельзя обижать партнеров, указывая на ошибки, допущенные ими неточности и т. п. Следует очень осторожно подбирать слова и выражения. Целесообразно говорить неприятные слова только после похвалы. Критика должна быть деловой и обязательно сочетаться с конструктивными предложениями. Критические замечания необходимо формулировать корректно, не оскорбляя достоинство партнера.

Если атмосфера переговоров накалилась, желательно использовать все, чтобы ее разрядить. Шутливое замечание, сказанное вовремя, способно достаточно разрядить обстановку. Можно вызвать смех, но не показаться при этом смешным.

При любых переговорах важно учитывать, что в работе принимают участие разные люди, хотя и представляющие одну сторону. Более того, имея дело всего с одним человеком, не забывайте о многогранности личности, благодаря которой можно договориться с партнером, управляя ходом переговоров.

Правильнее начать переговоры с взаимовыгодных для обеих сторон вопросов, обсудить наиболее простые из них, а затем приступить к более сложным.

Одним из условий успешных переговоров является четкая, конкретная речь участников, уверенный тон.

Чтобы выступление было убедительным, следует использовать следующие рекомендации:

- акцентируйте важные слова;
- меняйте тональность голоса: то повышайте, то понижайте ее. Внезапное повышение или понижение тона голоса выделяет главное на общем фоне;
- меняйте темп речи, что придаст ей большую выразительность;
- делайте паузы до и после высказывания особо важных мыслей;

- дополняйте информацию невербальными средствами общения — выражением лица, походкой, пожатием рук, позами, жестами. Так, уклонение от зрительного контакта, отведенный в сторону взгляд, опущенные глаза показывают, что человек озабочен, недоволен, а одобрительная улыбка, открытый взгляд говорят об обратном;

– используйте невербальные средства общения.

Непременным атрибутом любой деловой встречи является рукопожатие. Оно может быть очень информативным, особенно его интенсивность, длительность. Короткое вялое рукопожатие сухих рук может свидетельствовать о безразличии. Влажные ладони бывают у людей при сильном волнении. Удлиненное рукопожатие, сопровождаемое улыбкой, демонстрирует дружелюбие. Не следует протягивать руку тыльной стороной вниз.

Жест, сопровождающий фразу в нужном месте, делает ее весомей. Не повторяйте один и тот же жест, чтобы он не стал монотонным. Не бойтесь продолжить жест до конца фразы. Жесты, свидетельствующие об уверенной жизненной силе, живости и энтузиазме, привлекают людей.

Обратите внимание и на позу, которая обычно очень красноречива. Так, трудно вести деловой разговор с человеком, у которого насуплены брови, наклонена вперед голова, широко расставлены на столе локти, пальцы сжаты в кулаки или сцеплены в замок.

Внимательно следите за собственными действиями. Вы продемонстрируете нервозность, неуверенность, если будете дергать скатерть, скручивать галстук или поигрывать авторучкой. Темные очки также не способствуют успеху переговоров.

- Нужно вести себя рационально, если другая сторона проявляет эмоции, потому что неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на процессе переговоров;

- старайтесь понять партнера, невнимание к его точке зрения ограничивает возможность выработки взаимоприемлемых решений;

- слушание имеет большое значение для проведения успешных переговоров; необходимо, чтобы обе стороны были хорошими слушателями;

- не давайте ложной информации, даже если это делает противоположная сторона, ведь такое поведение затрудняет взаимодействие;

- избегайте поучительного тона, не старайтесь поучать партнера, будьте открыты для его аргументов, старайтесь убедить его и со своей стороны старайтесь понять другую сторону.

Есть разные возможности проведения переговоров. Просто уступать и проигрывать не только неприятно, но и накладно. Жестко наступать, надеясь на успех, тоже непрестижно, да и репутацию можно потерять. Репутацией же в современных деловых отношениях нужно дорожить больше всего.

Как же быть?

4. «Путь к согласию Или переговоры без поражения» называется книга Роджера Фишера и Уильяма Юри[3], в которой они отвечают на вопрос, которым закончился предыдущий раздел. Об этой книге Джон Кеннет Гэлбрайт сказал, что «до сих пор не читал о переговорах ничего лучшего. Это одинаково подходит просто человеку, желающему сохранить друзей, собственность и доходы, и государственному деятелю, стремящемуся к сохранению мира»[4].

Роджер Фишер и Уильям Юри (США, Гарвардский университет) в своей необычной, популярной, давно ставшей бестселлером книге, которая сначала воспринимается как простенький учебник, разъясняющий банальные истины, говорят о сложнейших законах общественных связей. Это, конечно, кажущаяся простота, за которой стоит огромный опыт научной и практической работы. Такие книги расходятся миллионными тиражами, переводятся на многие языки и долгие годы служат как практике, так и дальнейшему развитию теории.

Авторы книги во всем разные люди. Р.Фишер – гарвардский профессор, юрист по образованию и мышлению.

У. Юри по образованию психолог и антрополог, уделяющий в своих работах основное внимание человеческому фактору, системе взаимодействия личностей разных типов. Авторы удачно дополняют друг друга. Это позволило им создать книгу о переговорах, уникальную по глубине анализа и характеру рекомендаций, интересную для совершенно разных людей (профессиональных дипломатов, деловых людей и просто для каждого, кто общается с людьми и вынужден добиваться совместных решений). Очень убедительно авторы доказывают, что вести переговоры – это наука, умение, которым надо овладеть. Авторы говорят о том, что люди видят лишь две возможности ведения переговоров – быть уступчивым или жестким, а есть еще третий путь ведения переговоров, «предусматривающий позицию, основанную не на слабости или твердости, а... объединяющий и то, и другое»[5]. Авторы предлагают вести переговоры, исходя из сути дела, стремясь найти взаимную выгоду там, где это только возможно. Метод принципиальных переговоров означает жесткий подход к рассмотрению существа дела, но мягкий подход к отношениям между участниками переговоров. Авторы предупреждают от позиционного торга между сторонами, они настаивают на разграничении между участниками переговоров и обсуждаемыми проблемами, они говорят о необходимости изобретать взаимовыгодные варианты и использовать объективные критерии в переговорах. В случае, если одна из сторон значительно сильнее, вторая сторона должна обдумать наилучшую альтернативу обсуждаемому соглашению, а если противоположная сторона отказывается участвовать в игре, то надо применить «переговорную джиу-джитсу». Участники переговоров не должны пользоваться грязными методами. Такой подход авторов к переговорам показывает, что метод принципиальных переговоров дает результаты, которые гораздо лучше тех, которые можно получить, используя «любую другую переговорную стратегию».

Такой подход к переговорам основывается на поиске такого результата решения проблем, который был бы обоснован этическими нормами независимо от воли и желания каждой из сторон, участвующих в переговорах. Такие переговоры показывают, как достичь того, что полагается по праву, оставаясь при этом в рамках приличий[6].

5. Тактические приемы переговоров

При выдвижении партнером искренних возражений, прежде всего, демонстрируется их понимание. Также следует усилить аргументацию своих предложений, прибегнув к новым доказательствам.

Возражения могут быть и надуманными, что свидетельствует или о недостаточной компетентности партнера в вопросах обсуждаемой сделки, или о его стремлении сознательно создать трудности в ведении переговоров. Можно попытаться убедить партнера. Здесь эффективны следующие приемы.

Структура переговоров содержит важные элементы, которые можно представить в качестве организационных условий: люди, интересы, варианты, критерии. **Первое** значит, что в процессе переговоров люди обязаны работать друг с другом, должны быть нацелены на преодоление недостатков позиций друг друга. **Второе:** сосредоточьтесь на интересах, а не на позициях. При обсуждении интересов партнеров появляется возможность изменить позиции. **Третье:** предложите взаимовыгодные варианты. Неуступчивость нельзя считать серьезным аргументом, соглашение должно отражать справедливые критерии (например, рыночные цены, экспертное мнение и т. д.). Важно настаивать на использовании объективных критериев, в качестве которых могут выступать законы, прецеденты и прочее.

У всех деловых партнеров есть эмоции, приверженность к определенным ценностям, различные жизненные основы и взгляды. Человеческий фактор переговоров может быть полезным. Процесс выработки соглашения призван стимулировать решимость получить взаимоприемлемый результат. Отношения доверия, понимания и уважения способны превратить последующие переговоры в более спокойный и эффективный процесс.

Каждый участник преследует две цели: по существу дела и относительно взаимоотношений партнеров. Каждый участник заинтересован в определенных отношениях с другой стороной, стремится, как минимум, поддерживать деловые контакты, благоприятные для приемлемого соглашения с учетом

интересов каждой из сторон. Переговоры, как правило, ведутся с надеждой на продолжение. Каждый раунд переговоров нужно вести так, чтобы отношения развивались. Продолжение отношений важнее, чем результат конкретных переговоров, если речь идет о стабильной клиентуре, партнерах по бизнесу, членах семьи, коллегах-профессионалах.

Люди редко сознают, что толкование события другим человеком столь же законно, как и их собственное. При позиционном торге возникают противоречия между существом проблемы и отношениями участников. Сведение переговоров к борьбе с целью достигнуть победы осложняет все аспекты процесса. Решение вопроса и поддержание хороших отношений не обязательно должны противоречить друг другу. Если ваши ощущения неясны, ищите возможность узнать больше; если страсти накаляются, найдите способ «выпустить пар». Всегда надо постараться наладить деловое общение.

Люди склонны видеть то, что хотят видеть. Из массы информации они выделяют то, что подтверждает их предварительные представления, обычно не обращая внимания на то, что ставит их под сомнение. Способность видеть ситуацию так, как ее видит другая сторона, необходима. Если вы хотите оказать воздействие на другого человека, вам нужно разобраться, насколько оправданна его точка зрения.

Заметим, что легко интерпретировать действия других людей в негативном плане. Но это ведет к отказу от свежих идей, способствующих согласию. Нетрудно возложить ответственность за свои проблемы на других. Это самый легкий метод. Но даже если такие обвинения оправданны, они непродуктивны. Наступление вынуждает другую сторону не соглашаться с тем, что вы хотите сообщить.

Один из способов обнаружить различия в восприятии состоит в том, чтобы уточнить эти различия и обсудить их с другой стороной.

Предложения должны соответствовать возможностям партнеров. Важно примирить позицию участника переговоров с его принципами и поступками. Слушайте своих партнеров и постарайтесь понять, что они чувствуют. Вместо того чтобы прерывать полемические речи, лучше сдержаться и позволить партнерам выплеснуть свои эмоции. Лучшая стратегия — спокойно слушать, пока другая сторона «выпускает пар». Таким образом, вы даете возможность выступающему высказаться, полностью узнаете позицию партнеров.

Не забывайте при этом, что дружеская записка, приглашение на деловой обед, обмен рукопожатиями и т. д. помогают разрядить обстановку.

Главным результатом деловых переговоров должно быть принятие решений. При сложных переговорах бывает несколько вариантов решений. Иногда практикуются компромиссные решения, достигаемые путем поэтапных уступок партнеров друг другу.

Очень важное место занимает *подведение итогов переговоров*. Оценка результатов включает: выявление факторов, способствовавших успеху, анализ поведения партнера, что препятствовало переговорам, каковы основные выводы[7].

Для контроля можно подготовить ответы на следующие вопросы: степень достижения цели; какие выводы надо сделать для переговоров в будущем; эффективна ли была подготовка к переговорам по содержанию, составу участников, стратегии и тактике; подтвердилась ли предварительная оценка партнера, хватило ли полномочий для ведения переговоров; все ли пути для достижения соглашения были пройдены; какие непредвиденные обстоятельства появились в ходе переговоров; сколь серьезны в ходе переговоров были незапланированные уступки и каковы их последствия; что помогло созданию на переговорах деловой обстановки; что надо делать, если поставленные цели достигнуты не были; каковы выводы и предложения для более успешного решения задач в будущем.

Толерантность делового общения

Проблема межличностной толерантности в современном социокультурном контексте приобретает все большую актуальность. Создание оптимальных условий для ее формирования и развития предполагает, наряду с анализом целого ряда проблем, решение вопроса о тех механизмах, которые

отвечают за проявление толерантности или интолерантности в процессе общения людей [8]. Подлинная толерантность - особое взаимодействие базовых механизмов межличностной толерантности в ее специфичности для представителей (или будущих специалистов) помогающих профессий, таких как, пресс-секретари, секретари, помощники, спичрайтеры и др.

Разрабатывая модель усиленной мотивации межличностной толерантности и формулируя операциональную дефиницию данной категории, мы используем публикации отечественных и зарубежных философов, в которых раскрываются такие фундаментальные аспекты понятия *толерантность*, как аксиологический, антропологический, онтологический и праксиологический (Р.Р. Валитова, И.Б. Гасанов, В.М. Золотухин, И. Йовел, С. Капранов, П. Кинг, Н.В. Круглова, В.А. Лекторский, М. Мчедлов, Л.В. Скворцов, О.Хеффе, В.В. Шалин и другие). Мы также основываемся на исследованиях, посвященных разным видам толерантности, ее функциям, феноменологии, формированию и развитию (А.Г. Асмолов, С.К. Бондырева, С.Л. Братченко, Л.М. Дробижева, В.Н. Куницына, Д.А. Леонтьев, Е.Г. Луковицкая, М.С. Мириманова, А.Б. Орлов, А.А. Реан, Г.У. Солдатова, А.И. Хараш, Б.И. Хасан, Л.А. Шайгерова, О.Д. Шарова, И.Б. Шебураков и другие). Кроме того, в предлагаемом подходе учитываются те механизмы толерантности, которые (главным образом в назывном порядке) перечисляются в работах по проблеме толерантности (В.В. Бойко, Н.К. Бахарева, Л.М. Иванова, О.С. Ионина, Е.Ю. Клепцова, О.Б. Скрябина и другие).

Психологическая выдержка детерминирует процессы самоопределения и совладания, обеспечивая вектор движения субъекта профессиональной активности в сторону подлинной толерантности. Многие исследователи рассматривают толерантность как ценностную установку или подчеркивают ее связь с ценностями по отношению к самому себе и другим людям. В основе готовности к межличностной толерантности находится представление о самооценности и ценности другого человека, придание позитивного значения уникальности своей и партнера по общению (Л.И. Анцыферова, А.Г. Асмолов, Е.Г. Виноградова, Д.Н. Клоков, А.А. Погодина, С.Н. Толстикова и другие). Как отмечает К.Роджерс, помогающие отношения не только не свободны от ценностей, но совсем наоборот. Представляется, что наиболее эффективные помогающие отношения в первую очередь отмечены одной ценностью: каждый человек имеет достоинство и ценен именно в силу своей отдельности и уникальности.

В случае доминирования бессознательной или «частичной» мотивации уже при попытке редуцировать эмоционально-когнитивный диссонанс возникают психологические защиты, которые далее трансформируются в процессе социального общения, порождая в результате псевдотолерантность или интолерантность [9].

Каждый механизм функционирует сам по себе, хотя мотивационные составляющие также способны усиливать мотивацию, результатом чего оказывается внутренняя дезинтеграция (например, личностного и профессионального). Рассогласование всех структур приводит к усилению мотивации, актуализирующей механизмы защит на разных уровнях психической реальности: эмоциональном, когнитивном, регуляционно-волевом. В итоге человек использует псевдотолерантное или интолерантное реагирование как один из способов защиты.

Можно сказать, что подлинная толерантность как диалог с человеком, воспринимаемым в его инаковости, предполагает глубинную мотивацию на расширение сознания, на саморазвитие, на изменение себя в самом широком смысле.

Мотивация толерантности в сфере делового общения как профессионально важное качество специалистов помогающих профессии можно определить через его процессуальный аспект следующим образом. Это *сложный системный процесс осознанной интра- и интерпсихической активности, включающий самоопределение и мобилизацию психологических ресурсов (совладание) с целью преодоления эмоционально-когнитивного диссонанса и детерминированный усиленной Мотивацией, направленной на создание диалогических помогающих отношений с клиентом, которые обеспечивают совместные позитивные изменения (саморазвитие) его участников.*

Следовательно, главная функция толерантности может быть понята как развитие потенциально конфликтной или внутренне противоречивой ситуации межличностного взаимодействия в конструктивном направлении.

В этой связи кажутся уместными и наиболее ярко отражающими значение толерантности в процессе общения слова А.А. Ухтомского: «Каждый новый человек — новое открытие. Новое содержание открывающейся истины. Новый кусок живой истины. Чем более он тебе противоречит, тем лучше. Ибо это значит, что он зовет тебя из твоей ограниченной и уравновешенной, устоявшейся абстракции к новому, еще не оцененному»[\[10\]](#).

Выводы

Как известно, существо переговоров заключается не в конфликте позиций, а в конфликте между интересами сторон. Согласование интересов, а не позиций, обеспечивает успех по двум моментам. Как известно, для удовлетворения любого интереса обычно имеется несколько позиций. Примирение интересов вместо достижения компромисса между позициями полезнее, так как за каждой позицией стоит намного больше интересов, чем это кажется на первый взгляд. Здесь следует обратить особое внимание на основополагающие потребности, которые мотивируют поведение людей. Среди них: безопасность, благосостояние, стремление к власти и т. д. Объясняя свои интересы, надо показать их жизненную важность. Чтобы ваши интересы произвели впечатление на партнеров, следует обосновать их законность. Кроме того, чтобы другая сторона уважала ваши интересы, надо начать с демонстрации того, что вы цените ее интересы. Роль переговоров в деловом общении трудно переоценить, а значит, и в преподавании русского языка делового общения важно было рассмотреть современные трактовки переговоров и их место в управленческих действиях.

В целях преподавания русского языка делового общения магистрам-филологам для лучшего понимания места переговоров в деловом общении проанализируем акценты в различных определениях переговоров, чтобы на основе теоретических положений можно было перейти к рассмотрению практических составляющих понятия «переговоры».

Одно из определений дано авторами книги «Управление переговорами», выпущенной в США, где переговоры определяются как процесс, в ходе которого участники конфликта пытаются выйти из него с помощью соглашения, удовлетворяющего основные интересы договаривающихся сторон.

Российский ученый М.М. Лебедева (в книге «Вам предстоят переговоры» - М., 1993) говорит, что переговоры - это, прежде всего, совместная с партнером деятельность, отношения в системе «субъект – субъект» (в отличие от отношений «субъект – объект», характерных для многих видов деятельности).

А российский ученый Чумиков А.Н. (в книге «Ведение переговоров...» - М., 1997) говорит, что переговоры – это взаимодействие социальных субъектов или их представителей в форме диалога, предполагающего согласование для нейтрализации реального конфликта.

Таким образом, обучение основам ведения переговоров филологов-магистров должно быть ориентировано на обучение взаимодействию субъектов в форме диалога, предполагающего согласование интересов или нейтрализацию конфликта. В различных устных и письменных заданиях на практических занятиях студенты обучаются диалогу с согласованием интересов или нейтрализацией конфликтов.

Ответьте на вопросы:

1. Чем отличаются переговоры от обычных бесед, разговоров, которые тоже могут проходить в деловой обстановке?
2. Каково значение деловых переговоров в современном деловом общении?
3. Какова роль деловых встреч для проведения переговоров?
4. Что включает в себя подготовка деловых переговоров?
5. От чего зависит успех переговоров?
6. Какая предварительная работа должна быть проведена при подготовке к переговорам?

7. Что предлагают Р.Фишер и У.Юри для проведения успешных переговоров в своей книге «Путь к согласию Или переговоры без поражения»?
8. Охарактеризуйте важнейшие тактические приемы проведения переговоров.
9. Какую роль играет толерантность в деловом общении (вообще) и в переговорах (в частности)?
10. Как определяют переговоры авторы книги «Управление переговорами» (США) и российские авторы М.М. Лебедева и Чумиков А.Н.?
11. На что должно быть в первую очередь ориентировано обучение умению вести деловые переговоры при преподавании РКИ?

Литература

1. Аасамаа И. Правила хорошего тона. - Таллин, 1996.
2. Бальхина Т.М., Ельникова С.И., Маркина Т.В., Харитоновна О.В. Уроки толерантности. Русский язык и межкультурная коммуникация. – М., 2005.
3. Бушелева С. Этикет от «А» до «Я». - Хабаровск, 1987.
4. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов - М., 1998.
5. Кожухарь Г. С. Модель усиленной мотивации: взаимодействие базовых механизмов межличностной толерантности. //Вопросы психологии, 2007, № 2. С. 15-29.
6. Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры... - М., 1993.
7. Национально-культурная специфика речевого поведения. - М., 1977
8. Уткин Э. А. Этика бизнеса. Учебник для вузов. — М., Издательство «Зерцало», 1998.
9. Роджер Фишер и Уильям Юри. Путь к согласию Или переговоры без поражения. – М.: Наука, 1992.
10. Ухтомский А.А. Избр. соч. – М., 1986.
11. Чумиков А.Н. Ведение переговоров: стратегия, коммуникация, фасилитация, медиация. – М., 1997.

[1] Уткин Э.А. Этика бизнеса. Учебник для вузов М, 1998, с. 84.

[2] Уткин Э.А. Этика бизнеса. Учебник для вузов. – М., 1998. с. 85.

[3] Роджер Фишер и Уильям Юри. Путь к согласию Или переговоры без поражения. – М.: Наука, 1992.

[4] Там же.

[5] Р.Фишер и У.Юри, указ. работа, с. 19.

[6] Более подробно вопросы этики в деловом общении рассмотрены в специальной лекции, посвященной рассмотрению вопросов этики и делового этикета

[7] Бушелева А.С. Этикет от «А» до «Я». – Хабаровск, 1987.

[8] Кожухарь Г.С. Модель усиленной мотивации: взаимодействие базовых механизмов межличностной толерантности. // Вопросы психологии, 2007, №2. С. 15.

[9] Кожухарь Г.С. Модель усиленной мотивации: взаимодействие базовых механизмов межличностной толерантности. // Вопросы психологии, 2007, №2. С. 29.

[10] А.А. Ухтомский. Избр. соч. – М., 1986, с.15.

Тема 9. Технические средства (компьютер, мобильный телефон, SMS, E-mail и другие) в деловом общении.

1. Технические средства информирования.
2. Роль технических средств в современном письменном деловом общении.
3. Электронная почта, E-mail сообщения.
4. Положительные стороны использования электронной почты.
5. Как преодолеть отрицательные результаты электронного общения.
6. Мобильные телефоны в деловом общении.
7. Выводы.
8. Ответьте на вопросы.
9. Литература.

1. Технические средства информирования.

Наиболее распространенными техническими средствами информирования являются радиовещание и телевидение. Деловые люди получают подавляющее количество информации через систему радиовещания и телевидения (курсы валют, курсы ценных бумаг, информацию о новых законах, постановления правительства и т.д.).

Но в деловом общении более важным является не только получение общей, всем доступной информации, но и получение информации, не рассчитанной на широкую аудиторию. А еще больше в деловом общении деловых людей интересует возможность использовать технические средства документальной электронной сети, то есть такие технические средства, которые позволяют не только получать, но и отправлять разного рода сообщения. Эта документальная электронная связь может быть разделена на две группы средств: с факсимильными и кодовыми методами передачи.

Факсимильный метод передачи сообщений предполагает непосредственную передачу изображения документа с помощью телефаксов или факсов.

При передаче кодовым методом сообщения кодируются с помощью символов. Кодовый метод технических средств представляют персональные компьютеры с соответствующим программно-аппаратным обеспечением, часто объединенные в компьютерные сети. Компьютерные сети могут включаться в мировую компьютерную сеть – Интернет (Internet).

Эффективность деловых отношений с использованием технических средств требует не только владения этими техническими средствами, но и владения техноэтикетом^[1]. Теперь без использования этих технических средств (технологий) уже невозможно общение, особенно деловое.

2. Роль технических средств в современном письменном деловом общении.

Технологии в век электроники – важнейшее звено эффективного и быстрого общения.

Телефон открыл дорогу новому общению, основанному на высоких технологиях.

Появление сотовых телефонов, электронной почты, пейджеров, стикеров, факсов, Интернета и других технологических новшеств, к которым очень быстро привыкли и которые особенно интенсивно используются в деловом общении, сокращает непосредственное общение. То есть, с одной стороны, технологии в деловом общении позволяют поддерживать связь независимо от того, где мы находимся и чем занимаемся, независимо от того, какое расстояние нас разделяет, а с другой стороны, эти технологии лишают нас непосредственно общения, изолируют нас друг от друга, уменьшают количество встреч. Технические устройства, число и качество которых растет, позволяют нам в разных формах общения, особенно в деловом общении, в зависимости от задач, целей, характера делового общения использовать новейшие технологии для ведения переговоров, оформления сделок и другой связи с коллегами, партнерами, клиентами.

3. Электронная почта, E-mail сообщения.

Сущность электронной почты (иначе – E-mail) заключается в возможности посылать и принимать сообщения через компьютер. Она стала одним из главных элементов современного бизнеса и быстро входит в наш быт. Электронная почта не замкнута исключительно на Internet, ее возможности распространяются далеко за пределы данной сети.

Электронная почта – один из самых эффективных способов поддерживать постоянную связь с коллегами, клиентами, заказчиками. Для электронной почты нужен только компьютер, подсоединенный к Интернету и соответствующая программа в компьютере.

Электронная почта быстрее и дешевле, чем обычная почта, она не такая утомительная, как телефон, не такая трудная, как факс (для отправителя) и имеющая массу преимуществ для получателя. Ее очень широко используют деловые люди во всем мире.

Электронная почта отличается от рассмотренных нами ранее сетевых программ. Прикладные программы клиент/сервер типа ftp и telnet создают как бы «сквозное» соединение между вами и некоторым ресурсом Internet. Это несколько напоминает использование телефона: если вы хотите поговорить с кем-либо, то вам нужно установить с ним соединение и обратить на себя его внимание. Собеседник слушает вас, пока вы говорите, вы слушаете его, когда говорит он.

С другой стороны, электронная почта является системой «с промежуточным накоплением» и весьма напоминает в работе обычную почту. Электронная почта позволяет людям связываться как бы асинхронно: вы можете посылать почтовые сообщения по мере необходимости, а люди, получающие от вас почту, могут знакомиться с ней по мере своих возможностей. Для общения между собой вам и вашим адресатам не нужно связываться напрямую. Будучи отправленным, ваше послание пересылается от одного компьютера к другому до тех пор, пока оно не достигнет места назначения. Там ваше сообщение поступает в «почтовый ящик» получателя — в файл, содержащий входящую корреспонденцию[2].

Конечно, технология Internet может существенно ускорить доставку электронной почты, чему способствует наличие в составе Internet высокоскоростных сетей. Обмен почтой между пользователями Internet производится в считанные секунды, независимо от расстояния. Наличие службы доменных имен Internet значительно упрощает как адресацию, так и маршрутизацию электронной почты. Раньше, до создания DNS, почта направлялась непосредственно на ту машину, на которой находился «почтовый ящик» получателя. При использовании DNS почту можно отправлять в домен получателя, и отправителю не требуется знать особенности тамошней машины. В каждом домене имеется сервер электронной почты (использующий специальный протокол передачи почты, SMTP), который «разбирает» входящую почту и позволяет пользователям читать свою почту с любого компьютера данного домена. С почтой, которая должна проходить между сетями, пользующимися разными протоколами обработки почты, хлопот будет побольше. Однако прежде чем послать что-нибудь, в любом случае следует соединиться с основным компьютером, обслуживающим ваш поток E-mail. Для получения электронной почты существует масса разных способов.

Самый простой путь — это использовать E-mail на своей работе или в учебном заведении, если, конечно, он там имеется. При этом ни в коем случае не путайте свои личные сообщения, мнения и т.п. с официальной корреспонденцией данной организации или предприятия. Можно также работать с электронной почтой из дома, заключив соответствующий договор с провайдером[3].

Основная масса провайдеров предлагает удаленный терминальный доступ. Для нормальной работы E-mail необходим компьютер (или какой-либо терминал), модем и телефонная линия, при помощи которой вы будете соединяться с машиной провайдера. Строго говоря, наличие электронной почты не обеспечивает доставки вашей корреспонденции на дом: для отправки или получения корреспонденции нужно время от времени подключаться к обслуживающему вас компьютеру провайдера. Договор на предоставление E-mail обычно предусматривает получение[4]:

- информации о том, как и куда нужно звонить:

- своего адреса электронной почты, то есть имени, по которому почта будет вам направляться;
- своего регистрационного имени и пароля, используемых при соединении с удаленным компьютером (скорее всего, ваше регистрационное имя будет являться и частью вашего адреса электронной почты);
- системного «почтового ящика».

За свои услуги провайдеры взимают плату. Некоторые применяют фиксированный тариф, другие – пропорциональный (в зависимости от количества и размера ваших сообщений). Многие провайдеры разрешают хранить на своих компьютерах уже прочитанные вами письма. Имейте в виду, что за использование дискового пространства вам тоже могут выставить счет. Прежде чем заключать договор, удостоверьтесь, что вы ясно понимаете, какие услуги в него входят и сколько это будет стоить.

Провайдеры, предоставляющие доступ к электронной почте, бывают разные. Вообще говоря, все коммерческие провайдеры, предоставляя вам доступ в Internet, включают в стоимость договора и доступ к электронной почте. Основная масса «интерактивных» (online) систем (CompuServe, Delphi, Genie, WELL) и многие BBS позволяют вам работать с электронной почтой и телеконференциями, независимо от того, подключены они к Internet или нет. Разумеется, существуют специализированные телекоммуникационные компании, подобные «MC1» и «Sprint», предлагающие обслуживание исключительно электронной почты.

Секретари руководителей фирм, университетских профессоров, топ-менеджеры используют электронную почту для связи с коллегами и клиентами.

Не вдаваясь более в технические особенности использования электронной почты, обратимся к ее лингвистическим, стилистическим и структурным особенностям.

4. Положительные стороны использования электронной почты.

Электронная почта обладает неоспоримыми достоинствами: почти моментальной доставкой адресату, почти неограниченным количеством информации. Это может быть текст, графика, звук, фотографии и т.п.

Все сообщения по E-mail проходят в реальном времени.

При отсутствии адресата – почта «будет сохранять в «почтовом ящике» всю информацию. Попасть в «почтовый ящик» можно с любого компьютера, соединенного с Internet.

При желании вы можете на своем компьютере поставить напоминание о каком-либо факте в своей жизни или жизни друзей или коллег, и компьютер напомнит вам, что надо отправить, допустим, поздравление или напоминание о чем-либо.

Некоторые деловые люди используют электронную почту для представления друг другу коллег, которые могут быть полезными или нужными друг другу, отправляя обоим письма, кратко характеризуя их и сообщая номер телефона или E-mail, то есть электронная почта используется для установления ценных деловых связей.

Для отправки электронной почты не нужно идти на почту, не нужна курьерская связь.

Часто электронных писем бывает огромное количество. Среднестатистический работник большой фирмы получает около 200 писем в день, и ему нужно потратить несколько часов, чтобы разобрать их.

Современные руководители зачастую запрещают сотрудникам злоупотреблять электронной почтой.

В некоторых учреждениях и компаниях проводится контроль необходимости отправок по электронной почте.

Нет общих правил с указаниями, как часто можно использовать электронную почту, в каком объеме, кому посылать письма.

Частота и объем электронных писем определяются в каждом учреждении, на фирмах в зависимости от конкретных условий. Главное преимущество электронной почты – ее оперативность: как быстрота передачи информации, так и возможность получить доступ к своему «почтовому ящику» с любого компьютера, подключенного к Интернету.

5. Как преодолеть отрицательные стороны использования электронной почты. Этикет в электронном пространстве.

1. Существующие ограничения на объем поступлений по E-mail иногда служат серьезным препятствием. Объем почты по E-mail задает Интернет-провайдер, объявляя пользователю, какой объем «почтового ящика» ему предоставляется.

2. Переполненный «почтовый ящик» препятствует поступлению новых материалов.

3. Отправленное электронное письмо невозможно вернуть.

4. Электронная почта может занести в ваш компьютер вирусы.

5. По электронной почте в силу целого ряда причин не следует отправлять конфиденциальную информацию, а также важную открытую информацию, которая нуждается в подтверждении о получении информации (при назначении встречи, вызове для подписания документов и т.п.).

6. В деловой переписке не допускаются яркие цвета, мигающие значки, не используются без надобности заглавные буквы.

7. Деловое письмо должно быть кратким, но при этом в нем должны соблюдаться все этикетные формулы. Деловое электронное письмо должно быть корректным и вежливым, чтобы в ответ не получить холодный ответ, который может вас обидеть. Электронное письмо не передает интонацию, голос, мимику, жесты, поэтому надо быть очень осторожным, чтобы письмо не произвело впечатление резкого и неуважительного.

В ряде ситуаций не рекомендуется пользоваться электронной почтой (сообщение об увольнении с работы, обсуждение серьезных недочетов в работе, перевод на другую должность и т.п.). Во всех этих ситуациях лучше общаться с глазу на глаз.

8. Не рекомендуется использовать E-mail по этой же причине для поздравлений по поводу торжественных дат (дни рождения, юбилеи, свадьбы, рождение детей и т.п.). В этих случаях гораздо теплее и доброжелательнее выглядят написанные от руки открытки и письма, которые к тому же многие еще и сохраняют.

9. Одно из основных требований к E-mail – они должны быть грамотно написаны, то есть при их написании должны быть соблюдены орфографические, пунктуационные и стилистические правила. При этом надо избегать аббревиатур, сохраняя их лишь тогда, когда есть уверенность, что они понятны адресату. Нельзя полагаться на то, что компьютер исправит все ошибки. Перед отправкой электронного письма (как и всякого другого) прочтите его, чтобы убедиться, что вы все написали так, как хотели.

10. Если вы после отправления E-mail долго не получаете ответа, позвоните адресату и поинтересуйтесь, получил ли он ваше письмо, которое могло просто не попасть к нему, затерявшись в компьютерном мусоре. Если адресат E-mail затрудняется с ответом, то, чтобы не выглядеть назойливым, попросите его ответить через несколько дней.

11. Если вы рассылаете письмо нескольким адресатам и при этом не хотите сообщать им адреса других лиц, используйте возможность отправить слепую копию, в которой будет указан только ваш адрес (отправителя) и его адрес (адресат).

Если же, наоборот, вы получили письмо, адресованное нескольким людям, а хотите ответить лишь некоторым из них или одному, то не нажимайте клавишу «ответить всем».

12. Рассылайте рекламу вашей фирмы и другую информацию только тем коллегам и клиентам, которые в ней заинтересованы и просили вас об этом.

13. Не забывайте при написании E-mail, что главной чертой хорошего делового общения является краткость и ясность, соответствующие ситуации общения и стилю.

14. Используйте разные пометы, которые помогут адресату вас понять и получить максимальную интерпретацию вашего письма.

15. Как и во всяком другом общении, при обращении к E-mail старайтесь не вызывать неудовольствие у вашего корреспондента длинными письмами, указывайте тему письма, не забывайте освобождать свой «почтовый ящик», не посылайте E-mail с компьютера, зараженного вирусами.

16. Очень внимательно относитесь к обращениям, которые вы используете и в E-mail, и в обычных письмах, и в устном общении (нельзя не обратить внимание на то, что у иностранных учащихся это одна из наиболее типичных ошибок, которая влияет на дальнейший ход общения, так как обижает адресата, указывает на невнимательность отправителя, на его неуважение к адресату). Что выбрать при обращении к адресату? Только имя, имя и отчество, фамилию – надо продумать, а главное – знать, как правильно произносить имя и фамилию адресата¹). Когда вы сами будете преподавать русский язык, не забудьте научить ваших учеников правильно употреблять обращения и не злоупотреблять часто повторяемыми «уважаемый», «уважаемая». Один раз употребленные эти слова «действуют» на протяжении всего письма.

17. Письма, на которые вы не можете дать ответ, сохраняйте в тематических папках, а письма, которые предназначены не вам, постарайтесь переадресовать при малейшей возможности.

18. SMS-сообщения (в переводе «служба коротких сообщений») появились вместе с широким распространением мобильных телефонов больше 10 лет назад.

Этими короткими текстами (не больше 160 символов) стали пользоваться для переписки в разных ситуациях, особенно в деловых. SMS распространены в разных странах.

SMS можно посылать с мобильного телефона на мобильный телефон, а также с персонального компьютера.

Время SMS-сообщения обычно не превышает 10 секунд. Это делает их удобными как для коммуникации между абонентами телефонов, так и для уточнения, дополнения, расшифровки сообщений, переданных с помощью других средств делового общения.

19. В SMS-сообщениях не так строго выдерживаются особенности отдельных жанров деловой переписки, их язык требует особого внимания. Так как SMS-сообщения часто выступают в качестве дополнения, разъяснения, уточнения к уже известным фактам, событиям, цифрам и т.п., в них часто используются сокращения для различных общепринятых выражений и словосочетаний (например, TNX – спасибо, TIA – заранее благодарю, WRT – с уважением, NP – без проблем).

20. Нельзя не повторить, что и при использовании SMS-сообщений (как и при использовании других технологий общения) большое значение имеет вежливость, дружелюбие, индивидуальный подход и соблюдение этикета.

6. Мобильные телефоны в деловом общении.

Мобильные телефоны вошли во всем мире не только в бытовое общение, но и в деловое, где они сделали деловых людей не только доступными друг для друга в любое время, но и отдалили друг от друга даже тех, кто находится недалеко. В XXI веке мобильный телефон стал незаменим. Он проник не только в офисы и учреждения, но и в семейное, дружеское общение, им пользуются не только в городах, но и в далеких деревнях. Теперь уже многие фирмы и учреждения пытаются ограничивать использование мобильных телефонов, но это не всегда удается. Например, в университетах нельзя пользоваться мобильным телефоном во время лекций; в театрах, кинотеатрах нельзя использовать мобильную связь, о чем предупреждают таблички «Отключите мобильные телефоны»; в самолетах, поездах тоже есть ограничения по использованию мобильной связи.

В последние годы очень остро встал вопрос о вежливости и речевом этикете при использовании мобильных телефонов. Соблюдение этикета при использовании мобильных телефонов свелось к нескольким важным правилам:

1. Установите перевод звонков на голосовую почту.
2. Не увлекайтесь слишком громкими и веселыми рингтонами.
3. Находясь в учреждении, ресторане, в гостях выключите телефон или установите перевод звонков на голосовую почту, а тогда, когда ждете какой-либо важный звонок, предупредите своих собеседников заранее.
4. Будьте максимально внимательны к тем, кто находится в пределах слышимости разговора по мобильному телефону. Не обсуждайте личные дела или важные деловые темы по мобильному телефону.
5. Не нужно по мобильному телефону говорить громко, особенно в публичных местах.
6. Старайтесь не вслушиваться и не вмешиваться в разговоры других людей по мобильному телефону.
7. За рулем, а также в других местах прежде, чем ответить на звонок, убедитесь, что вам ничего не угрожает.

Выводы

В современном мире быстро развивается сектор беспроводной телекоммуникации: цифровая сотовая связь и цифровое радио.

На базе этих услуг формируются услуги для конечного пользователя.

Поставщики информации поражены новыми возможностями доставки на дом информационных товаров: видео на заказ, персональные электронные газеты, он-лайнный шоппинг («магазин на диване»), телеконференции на дому и многое другое.

Создаются многочисленные альянсы между производителями аппаратно-программных средств, поставщиками глобальных сетей и поставщиками информации, в частности средствами массовой информации (СМИ).

В целом идет слияние телекоммуникаций и индустрии информационного снабжения. Это в корне меняет деловое общение. Электронная почта является одним из самых эффективных способов поддержания деловых контактов. Электронная почта – самый распространенный способ общения деловых людей, так как она дешевле и быстрее писем, не так навязчива, как телефонный звонок, удобнее, чем факс.

Но и у электронной почты есть свои проблемы: она требует строгой конфиденциальности, аккуратного отношения к «почтовому ящику», краткости и этикетности изложения, а также быстрой ответной реакции.

Воспринимайте электронное письмо как деловой документ.

В деловой среде активно используются не только мобильные телефоны, но и SMS (как с мобильного телефона на мобильный телефон, так и с персонального компьютера).

Не забывайте, что по мобильному телефону надо говорить тихим голосом, соблюдая конфиденциальность.

Используйте функцию громкой связи только для звонков во время конференций.

Ответьте на вопросы.

1. Какова роль технических средств в современном письменном деловом общении?
2. Какова роль компьютера в деловом общении?
3. В чем достоинства использования электронной почты в деловом общении?
4. В чем недостатки использования электронной почты в деловом общении?

5. Охарактеризуйте основные особенности речевого этикета электронных средств связи.
6. Что дает использование мобильного телефона в деловом общении?

Литература.

1. Борзенко А., Федоров А. Мультимедиа для всех. М., Компьютер Пресс, 1996
2. Зарницкий К. А надо ли нам больше? // Hard&Soft. 2003, № 9. С.19.
3. Ламекин В.Ф. Окно в мультимедиа и Internet. Курс лекций. Ростов н/Д.; Издательство «Феникс», 1996.—382 с.
4. Скворцов Э.С., Скворцов А.Э. Мой компьютер. – М.: Экслибрис-Пресс, 1996.- 192 с.

[1] Мы уже говорили об этом в лекции об этикете.

[2] Ламекин В.Ф. Окно в мультимедиа и Internet. Курс лекций. Ростов н/Д.; Издательство «Феникс», 1996. С.323.

[3] Ламекин В.Ф. Окно в мультимедиа и Internet. Курс лекций. Ростов н/Д.; Издательство «Феникс», 1996. С.323.

[4] Ламекин В.Ф. Окно в мультимедиа и Internet. Курс лекций. Ростов н/Д.; Издательство «Феникс», 1996. С.323.

1) На практических занятиях на использование обращений будет обращено особое внимание.

ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА И ЛЕКСИЧЕСКАЯ СОЧЕТАЕМОСТЬ В ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОМ СТИЛЕ

Обратите внимание на типичные речевые ошибки, связанные с незнанием значения слова, т.к. смысловая точность – важнейшее требование, предъявляемое к любому деловому тексту.

I. Правильно употребляйте синонимы.

Синонимы – слова, различные по звучанию, но близкие по значению; очень редко они бывают полностью однозначными. В деловых документах необходимо особое внимание к выбору слова, наиболее точно выражающему значение, которое вам необходимо.

Задание 1.

Составьте словосочетания с данными синонимами.

1. поддержать, помочь, подкрепить;
2. зарегистрировать, зафиксировать, изобразить;
3. беспокойство, волнение, тревога;
4. вероятность, возможность, шанс;
5. большой, громадный, гигантский;
6. близкий, ближний, недалекий.

Задание 2.

Составьте словосочетания с данными синонимами. Обратите внимание на различия в сочетаемости.

1. безвозмездно, бесплатно;

2. дистанция, расстояние;
3. жизнерадостный, оптимистичный;
4. заботиться, хлопотать;
5. машинально, автоматически;
6. недостатки, ошибки.

II. Избегайте неразличения паронимов.

Паронимы – это близкие по звучанию однокоренные слова, различающиеся по значению. Иногда их значения сближаются, но чаще различия в значении у паронимов выступают довольно отчетливо.

Задание 3.

Объясните различия значений данных паронимов. Составьте с ними предложения.

Командированный – командировочный, осудить – обсудить, контакт – контракт, преемник – приемник, океанский – океанический, поместить – разместить, проводить – производить, усвоить – освоить.

Обратите внимание, что паронимы могут различаться не только по значению, но и по стилистической окраске. Например: туристский, туристический маршрут, но туристская тропа (не туристическая), океанское, океаническое течение, но океанский (не океанический) простор.

Различаются паронимы и по способам грамматической связи с другими словами. Например, глаголы «заплатить», «оплатить», «уплатить» означают одно – внести плату, но «заплатить» и «уплатить» употребляются с предлогом «за» (заплатить за квартиру), а глагол «оплатить» управляется существительным в винительном падеже без предлога (оплатить квартиру, ремонт).

Задание 4.

Составьте предложения с данными паронимами. При необходимости проверьте себя по Толковому словарю или Словарю трудностей русского языка.

Безответный – безответственный, двойной – двойственный, укоротить – сократить, обобщить – объединить, проведенный – произведенный, представленный – предоставленный, проводить – производить, невежда – невежа, сытный – сытый, подделка – поделка, адресант – адресат.

III. Избегайте плеоназмов и тавтологии.

1. **Плеоназм** (от греч. *pleonasmus* – избыток, чрезмерность) – употребление в одном словосочетании близких по смыслу и логически излишних слов: членам делегации вручили *памятные сувениры* (сувенир – памятный подарок); *передовой авангард* (авангард – те, кто впереди); *взаимно помогать друг другу* (взаимно – и есть друг другу); он держит *штурвал руля* (штурвал – рулевое колесо).

Разновидностью плеоназмов являются выражения типа «очень огромный», «очень прекрасный», т.к. прилагательные, обозначающие признак в предельно сильном или предельно слабом проявлении, не нуждаются в характеристике степени этого признака. В деловой речи плеоназмы производят очень плохое впечатление.

2. **Тавтология** (от греч. *tauto* – то же самое, *logos* – слово) – повторение однокоренных слов или одинаковых морфем.

Активисты активно работают в стройотрядах.

Студенты *настроены* на деловой *настрой*.

Задание 5.

Исправьте ошибки в следующих предложениях.

1. В своей работе руководители учреждений руководствуются новыми положениями.
2. Из лекции по искусству общения мы узнали много новых и полезных знаний.

3. Беседа подошла к завершающему концу.
4. Депутату приходится встречаться со всеми социальными слоями общества.
5. В речи он употребляет диалектизмы и областные слова.
6. Они пожелали успехов нашему новому начинанию.
7. На музыкально-литературный салон пригласили старых ветеранов факультета.

IV. Будьте внимательны при употреблении слов в значениях, не закрепленных традицией официально-делового стиля.

В деловом языке необходимо учитывать функционально-стилевую принадлежность лексики. В официально-деловом стиле принято использовать слова в значениях, признанных нормами общелитературного языка. При этом чаще всего слова употребляются в тех значениях и в той контекстно-лексической сочетаемости, которая традиционна и не нарушает сложившихся норм словоупотребления в тех или иных жанрах документов. Несмотря на то, что в последние годы часто наблюдаются нарушения стиливых особенностей литературного языка, в официально-деловом словоупотреблении признаком «хорошего тона» считается максимальное соблюдение норм литературного языка.

Задание 6.

Учитывая стиливые особенности официально-деловой речи, укажите случаи «смешения стилей», постарайтесь их прокомментировать, напишите предложения правильно.

1. Не убоившись прессинговой политики, депутаты дали отбой центру, приняв специальное постановление...
2. Нормативных документов по приватизации жилья пришлось проанализировать аж 57 (включая законы, подзаконные акты, указы и т.п.).
3. Продукт пользуется авторитетом у покупателя.
4. В последние годы в нашем обществе наблюдается упадок речи.
5. На конкурсе явно лидировал квартет резцов...
6. Днями в Кремлевском дворце открывается международный форум «Рождественские чтения».
7. В докладе были констатированы факты прямого нарушения регламента работы рынка.
8. Наш университет в последние годы переживает расцвет.
9. Этому вопросу следует уделить серьезное значение.

Морфолого-синтаксические особенности официально-делового стиля русского языка

Деловая речь должна соответствовать качествам, которые обуславливают эффективность делового общения. Одним из таких качеств является знание и следование *грамматическим (морфологическим и синтаксическим нормам)* официально-делового стиля.

Грамматические нормы официально-делового стиля связаны с особенностями использования в деловых документах разных частей речи и их вариантных форм, а также с закономерностями организации простых и сложных предложений, использования причастных и деепричастных оборотов и др.

1. В деловых текстах активно используются словосочетания с несколькими именами существительными в одной и той же падежной форме без предлога (*чаще в родительном падеже*). Обычно это называется «нанизыванием» падежей (акт *проверки причины протекания полов душевых кабин* и т.д.

Задание Найдите в данных предложениях нанизывание падежей.

-Факт уклонения арендатора от внесения арендной платы подтверждается решением арбитражного суда г. Москва.

-Для выполнения требования устранения отставания производства деталей автомобиля намечены новые конкретные меры.

-Познакомьтесь с правилами прохождения таможенного контроля при перемещении граждан России и граждан других государств на воздушном транспорте.

-Проходило обсуждение возможности назначения старшего преподавателя кафедры современного русского языка Российского университета дружбы народов Иванова Сергея Павловича на должность доцента той же кафедры.

- Полностью разделяем необходимость дальнейшего обсуждения конкретных аспектов возможного сотрудничества Мэрии Москвы и руководства финской столицы.

2. Обратите внимание:

сущ. руководитель

начальник + (ЧЕГО?) сущ. в р.п.

президент (*президент компании*)

директор

ректор

НО! *заведующий* + (ЧЕМ?) сущ. в тв. п.

(*заведующий отделом*)

Задание Раскройте скобки.

-По приказу ректора (университет) летние каникулы будут продлены до 1 октября.

-Заведующий (секция) журналистики проводит консультации в понедельник в 14 ч. до 17 ч.

-На совещании руководитель (отдел) наметил основные этапы в разработке новых компьютерных программ.

-По предложению президента (компания) была начата подготовка к празднованию юбилея компании.

-Заведующий (кафедра) выступил на открытии конференции молодых ученых.

3. В деловых документах довольно часто встречаются сложные существительные, состоящие из 2 слов. Согласование в роде, числе и падеже со сложными словами ведется по главному слову, которое, как правило, стоит на первом месте:

Фирма-поставщик – сущ. ж.р. ед.ч. *Молодая фирма-поставщик*

счет-фактура – сущ. м.р. ед.ч. *Измененный счет-фактура.*

Задание

Согласуйте определение *новый* в роде и числе со следующими сложными именами существительными:

Предприятие-поставщик, фирма-партнер, акт-извещение, фирмы-агенты письмо-запрос, факс-просьба, письмо-рекламация, летчик-испытатель, бизнес-план, холдинг-компания.

4. При склонении сложных слов нужно посмотреть на первое слово: если оно неизменяемое, то склоняется только вторая часть сложного слова (*о бизнес-центре*). Если обе части выражены склоняемыми словами, то изменяются обе части (*произвести оплату по счету-фактуре, письмо от фирмы-подрядчика*).

Задание

Перепишите предложения, раскрывая скобки.

- Директор (холдинг-центр) рассмотрел представленный Вами первый вариант (бизнес-план).
- В качестве благодарности компания предоставляет Вам возможность провести две недели в (бизнес-круиз).
- На сегодняшний день наши отношения с (фабрика-поставщик) временно прекращены.
- На встрече обсуждался эксперимент по (кредит-образование).
- Качество многих товаров, привезенных из (шоп-тур), является низким.
- В качестве (инструктор-испытатель) я привлекался для работы с новейшими марками самолетов.
- (Банк-гарант) в настоящей сделке выступает «Райффайзен-банк».
- В качестве (тур-оператор) будет выступать фирма «TEZ-tour».
- Я прошел собеседование на должность менеджера по продаже в (холдинг-компания) в центре Москвы.

5. В русском языке мужские имена и фамилии, оканчивающиеся на согласный звук, склоняются (*нет Мицкевича, Джексона, Петросяна*), женские имена и фамилии иностранного происхождения, оканчивающиеся на согласный, не склоняются. Довольно часто встречаются фамилии, совпадающие по звучанию с названиями животных и неодушевленных предметов. В официально-деловых текстах такие фамилии рекомендуется **не склонять**.

Неверно:

- кому? – студенту Борщу
- с кем? – с Николаем Конем
- кого? – Михаила Мороза

Верно:

- кому? – студенту Борщ
- с кем? – с Николаем Конь
- кого? – Михаила Мороз

Задание

Измените имена и фамилии? Ответьте на вопрос *кому?*:

Сергей Лемох, Николай Данкевич, Андрей Крыса, Булат Окуджава, Стив Форд, Игорь Гусь, Мстислав Растропович, Арнольд Шварценеггер, Сергей Васюта, Михаил Камень, Александр Друзь, Анатолий Вассерман, Борис Крюк.

6. В отличие от качественных и относительных прилагательных, притяжательные прилагательные в текстах официально-делового стиля не употребляются. Их заменяют сочетания с существительными в родительном падеже:

университетские преподаватели – преподаватели из университета
- *преподаватели университета.*

Задание

Замените данные словосочетания существительными с предлогом *из* или без предлога.

- Офисные работники –
- Заводские мастера –

- Человеческие права –
- Избирательские списки –
- Лабораторское имущество –
- Студенческий реферат –
- Аспирантская работа –
- Преподавательский пропуск –

7. Обратите внимание на тот факт, что наряду с цифровыми обозначениями имен числительных в текстах деловых документов следует давать и их буквенные обозначения в нужном падеже, например: *120 рублей (сто двадцать рублей)*.

Задание

Запишите числительные в нужной форме:

- Просим Вас рассмотреть наше предложение и подтвердить его в течение 14 дней.
- Ожидается прибытие самолета из Лондона с 754 пассажирами на борту.
- Стоимость некачественного товара составляет 843 925 рублей.
- Покупатель запрашивает у ООО «Авиаполет» 39 самолетов и 146 вертолетов.
- Президент встретился с 2750 рабочими.

8. В деловой речи широко представлены так называемые расщепленные сказуемые (*помочь=оказать помощь, оплатить=произвести оплату и др.*)

Задание

Найдите расщепленные сказуемые. Замените их на простые глаголы:

- Производственный холдинг завершает освоение новой модели Nissan Murano.
- Коллектив холдинга взял обязательство удвоить выпуск продукции за год.
- Наша фирма выражает полную уверенность в долгосрочном деловом сотрудничестве с Вами.
- За последнее время было несколько раз проведено обследование деятельности автомобильного холдинга.
- Особое внимание на производстве уделяется необходимости в кратчайшие сроки произвести освоение нового оборудования.

Задание Замените следующие глаголы «расщепленными» глагольно-именными словосочетаниями:

- Продавать –
- Заказать –
- Доставить –
- Поставлять –
- Отремонтировать –
- Поддерживать –
- Учесть –
- Контролировать –
- Предлагать –

Убрать –

9. В деловой речи активно используется страдательный залог при необходимости подчеркнуть факт совершения действия (*предложение одобрено, письмо отправлено*).

Задание Замените обороты с действительным залогом на обороты со страдательным залогом в следующих предложениях.

- Завод освоил выпуск самолетов-истребителей новых моделей.
- К сожалению, Ваша просьба не может удовлетвориться.
- Компания не получила обещанный товар.
- Фирма подтвердила сроки поставки инженерного оборудования.
- Комиссия установила причины возгорания помещения.

10. Словосочетания с предлогом **по** активно употребляются в письменных деловых текстах: *менеджер по кадрам, правила по перевозке*. Нередко конструкции с предлогом *по* замещают конструкции с родительным и предложным падежом. При этом важно отличать допустимые варианты от ошибочных. В случаях сомнений следует обращаться к словарям и справочникам и не забывать о том, что: предлог **по** используется в словосочетаниях со значением:

- *Название лица по профессии, деятельности:* инструктор по плаванию, менеджер по продажам.
- *Название разного рода бумаг, документов, предприятий и учреждений:* агентство по продаже недвижимости, комиссия по борьбе с терроризмом, смета по строительству.
- *Название какого-либо вида деятельности:* подготовка работ по предоставлению образовательного кредита, внедрение программы по предоставлению жилья молодой семье.

Задание Укажите ошибки в употреблении предложных конструкций и запишите их в исправленном виде. Следуйте вышеприведенному правилу.

Работа по ремонту по крыше, реклама по России, договор по реализации продукции, решение по зарплате, ведение делопроизводства по кадрам, предоставление услуг по тестированию, база данных по клиентам.

11. Обратите внимание:

предлоги *благодаря,*
 согласно + сущ. в дат.п. (ЧЕМУ?)
 вопреки

(*благодаря вашему предложению*)

Задание

Раскройте скобки и поставьте слова в нужном падеже.

- Согласно (наша договоренность) товары должны быть отправлены завтра.
- Прошу оплатить услуги согласно (договор).
- Благодаря (мужество) водителя авария была предотвращена.
- Вопреки (большой наплыв) посетителей время работы выставки будет сокращено до 15.00.

-Согласно (приложение) к договору нашей фирме имеет разрешение на проведение ремонтно-строительных работ.

Задание Передайте смысл высказывания, используя предлог *вопреки*.

Родители не хотели, чтобы он стал музыкантом. Но он пошел учиться в консерваторию. – Он пошел учиться в консерваторию вопреки желанию родителей.

-Вчера по радио сообщили, что погода будет плохая. А весь день светило солнце.

-Она ни у кого не просила прощения. Но на этот раз неожиданно для всех сделала это.

-Он привык курить в сложной ситуации. Вчера ему было очень трудно, а он не закурил.

- Врач запретил больному вставать с постели. А больной встал и начал ходить.

12. Особенностью делового стиля является активное употребление *простых предложений с обособленными оборотами* (причастными, деепричастными, определениями и др.)

Часто в деловых документах наблюдаются нарушения правил употребления деепричастных оборотов.

Запомните: действия, выраженные в предложении деепричастным оборотом и сказуемым, должны осуществляться **одним и тем же лицом и относиться к одному лицу**. Поэтому **нельзя** использовать деепричастия в следующих случаях:

-если действие, выраженное сказуемым, и действие, выраженное деепричастием, относятся к разным лицам;

-если предложение выражено страдательной конструкцией;

-если в безличном предложении имеется логическое подлежащее (предмет мысли).

Например:

Соблюдая режим питания, она улучшила самочувствие.

Задание

Найдите ошибки в употреблении деепричастного оборота и исправьте предложения.

-Прочитав это письмо, мне стало даже смешно.

-Подъезжая к станции, у меня слетела шляпа.

-Проработав всего 2 месяца, у него возникли проблемы с руководителем отдела.

-Думая о ней, мне становится грустно.

-Едва научившись ходить, у него возникла потребность рисовать.

-Приехав в Киев, спортсмены были размещены в лучших гостиницах города.

-Взяв ее под руку, они пошли вместе.

-Рекомендуя в аспирантуру, кафедры должны быть ознакомлены с работой кандидатов на производстве.

-Приехав домой, голова перестала болеть.

Задание

Выберите нужную форму деепричастия.

Начиная – начав

-...работу на незнакомом рынке, необходимо прежде всего найти надежного партнера.

Составляя – составив

-.....контракт, необходимо указать дату и место его подписания.

Принимая – приняв

-..... во внимание сложившиеся между нашими фирмами отношения, мы согласны пересмотреть указанную в нем цену.

Получая – получив

-... ваше письмо-рекламацию, мы немедленно приступили к выяснению обстоятельств.

Деепричастные обороты легко можно заменить придаточными предложениями, как правило, придаточными условия (если) или времени (когда, после того как, пока, в то время как, перед тем как, до того как, с тех пор как, прежде чем...).

Сравни: Читая эту лекцию, обратите внимание на подчеркнутые места. – Когда вы будете читать эту лекцию, обратите внимание на подчеркнутые места.

Задание

Замените предложения с деепричастными оборотами предложениями с придаточными условия или времени.

-Записываясь на прием к ректору университета, приходится получать пропуск.

-Однажды одевшись в «Рибок», вам не захочется покупать спортивную одежду другой марки.

-Рассмотрев Ваше предложение о сокращении срока поставок, мы решили пойти Вам навстречу.

-Ссылаясь на нашу договоренность, платеж будет произведен через банк.

-Отвечая на Ваше письмо-запрос, нами была собрана следующая информация.

13. В деловой письменной речи преобладают простые предложения. Однако сложные предложения не менее значимы для текстовой организации официально-деловых документов. Смысловые отношения в сложных предложениях помогают выражать союзы и союзные слова. Иногда логические связи в структуре сложного предложения нарушаются. Это происходит из-за:

1) контаминации составного союза (например, **вместо** не только..., но и, - не только..., а также);

2) неоправданное усложнение текста. Для исправления подобных предложений используется рубрикация (т.е. деление на составные части, графически отделенные одна от другой), которая облегчает восприятие информации.

Вместо: В повестку дня совещания были включены не только проблемы строительства, а также бытовые и социальные проблемы строителей.

Нужно: В повестку дня совещания были включены не только проблемы строительства, но и бытовые и социальные проблемы строителей.

Задание

Отредактируйте сложные предложения.

-Охрана освобождается от ответственности за кражу имущества, если установлено, что охрана была лишена возможности вскрыть и осматривать объект для выяснения причин срабатывания сигнализации, если посторонние лица задержаны охраной при совершении кражи, и в других случаях, если охрана докажет отсутствие своей вины.

-Об этом происшествии говорили не только на совещании отдела, а также на Совете директоров.

Не только крупные и средние предприятия стоят сегодня перед угрозой закрытия, а также малый бизнес исчезает из-за непомерных налогов.

14. Нарушается порядок слов в предложении.

Неверно: Каждая из сторон имеет право прекратить действие Договора, уведомив не менее чем за 3 дня другую сторону в письменном виде.

Верно: Каждая из сторон имеет право прекратить действие Договора, уведомив другую сторону в письменном виде не менее чем за 3 дня.

Задание Исправьте предложения. Объясните характер ошибок.

1. Взяв без разрешения это оборудования на складе, у него начались неприятности с руководством.
2. Мы рассмотрели вопрос согласно полученного заявления.
3. Приняв смену, дежурные водители направляются диспетчером по объектам.
4. В обсуждении диссертации принял участие заведующий кафедры психологии.
5. Принимая во внимание наше длительное сотрудничество, товар будет поставлен Вам со скидкой в 5 %.
6. Гражданин Петров похитил ящик с гражданином Чернышевым.
7. Отвечая на Ваше письмо относительно финансового положения компании, нами была собрана следующая информация.
8. Пользуясь газовыми плитами, населению необходимо сначала убедиться в их исправности.
9. В это время в реках и водоемах области ловля рыбы запрещена всеми способами.

Задание Их приведенных ниже предложений, выпишите существительные – названия людей.

-Поставщик принимает на себя обязанности по текущему ремонту многоэтажного дома, принадлежащего заказчику.

- В ответ на претензию ответчик отказался возместить недостачу товара.

-Свидетеля можно допрашивать о фактах дела, а также о личности обвиняемого и потерпевшего.

-Запрещается изъятие паспортов у гражданина, кроме случаев, предусмотренных законодательством РФ.

Задание Найдите отглагольные существительные, характерные для официально-делового стиля.

-В результате расследования установлено, что пожар возник вследствие неисправностей в системе электропроводки.

-Резкое торможение автомобиля на скользких участках дороги может привести к заносу и опрокидыванию.

-В выделении дополнительных денежных средств отделу было отказано.

-Оплата заказа гарантируется.

-Суд прекращает рассмотрение дела о краже до выяснения подробностей.

ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА

I. Основные виды (жанры) деловых писем.

Под деловыми письмами мы понимаем как служебные официальные (письма государственных организаций, предприятий и учреждений, корпораций, фирм и т.д.), так и служебные полуофициальные письма (письма граждан в учреждения и организации и отдельным лицам по деловым вопросам).

II. Письмо - основной и самый распространенный документ деловой переписки.

Деловые письма составляются в соответствии с общими правилами переписки и требованиями, предъявляемыми к письмам различных жанров. Жанр письма определяет его содержание. Оформление письма, зависит от стандартов, принятых в деловой переписке в России. В случаях международной деловой переписки учитываются международные стандарты и стандарты отдельных государств.

Письма в зависимости от их содержания можно классифицировать.

III. В зависимости от содержания письма делятся на разные виды, например:

- 1) письма-заявления о приеме на работу;
- 2) рекомендательные письма;
- 3) письма-резюме;
- 4) письма с предложениями о работе;
- 5) письма-ответы соискателям;
- 6) письма-сообщения;
- 7) письма-просьбы;
- 8) письма-запросы информации;
- 9) письма-подтверждающие получение информации;
- 10) письма-заявления по поводу различных официальных и полуофициальных вопросов;
- 11) письма-заказы;
- 12) письма-ответы на заказы;
- 13) письма-отказы от заказов;
- 14) письма о назначении или отмене встречи;
- 15) письма о бронировании помещений, билетов и т.п.;
- 16) письма-отказы от брони;
- 17) письма-предложения;
- 18) письма гарантийные;
- 19) письма - рекламации;
- 20) письма информационные;
- 21) письма-ответы на рекламации;
- 22) письма-уведомления;
- 23) письма-напоминания;
- 24) сопроводительные письма;
- 25) презентационные письма;
- 26) письма-приглашения;
- 27) письма-поздравления;
- 28) письма-извинения;
- 29) благодарственные письма;

- 30) письма прощальные;
- 31) письма-соболезнования;
- 32) письма для поддержания контактов;
- 33) письма для отказа от предложения;
- 34) различные письма негативного характера;
- 35) личные письма различного содержания в учреждения;
- 36) письма о переговорах и соглашениях;
- 37) письма по вопросам страхования;
- 38) письма арендодателю.

III. Общие правила составления (ведения) деловых писем (деловой переписки).

И.О.Ф. отправителя
в именительном падеже,
его адрес и телефон

Название учреждения
(фирмы), отдела,
Ф.И.О. получателя
в дательном падеже
Адрес получателя

в необходимых случаях жирным шрифтом указывается то, по какому поводу, на какую тему написано письмо (в ответ на Ваш запрос от 05.10.08).

Обращение!

Текст письма начинается с заглавной буквы, если после обращения стоит восклицательный знак.

Вариант:
Обращение,

Текст письма начинается со строчной буквы, если после обращения стоит запятая. Следует текст письма.

Прощальное клише (например, с уважением; с дружеским приветом)
Подпись.
Указание должности и фамилии отправителя.

IV. Дата указывается справа на уровне первой или последней строки адреса получателя. Дата указывается в порядке: число, месяц, год, например, 08.02.2008.

V. Адрес на конверте указывается в следующей последовательности:

- а) Кому - Ф.И.О.
учреждение, отдел.

Куда - страна

город

улица

индекс места назначения

б) В конверт «с окном» письмо вкладывается таким образом, чтобы адрес, напечатанный в письме, был виден.

VI. Адрес отправителя

а) Располагается слева, там, где указано на конверте.

б) Если используются конверты со специальным логотипом, то адрес отправителя можно не указывать.

VI. На конвертах писем на почте при их отправлении могут быть сделаны следующие пометы (штампы): заказное, авиапочта, до востребования, с уведомлением о вручении, лично, экспресс-почта[1].

[1] Книги, упакованные в большой конверт или специальным образом, могут быть отправлены бандеролью. Бандероли могут быть заказными, авиа и т.д.

Список наиболее распространенных аббревиатур

АН – Академия наук

ВАК – Высшая аттестационная комиссия

ГЭС – гидроэлектростанция

ЖКХ – жилищно-коммунальное хозяйство

ЗАО – закрытое акционерное общество

ИП – индивидуальный предприниматель

КГБ – Комитет государственной безопасности

КЗоТ – кодекс законов о труде

МГУ – Московский государственный университет

МИД – Министерство иностранных дел

НИИ – научно-исследовательский институт

ОАО – открытое акционерное общество

ООН – Организация Объединенных Наций

ООО – общество с ограниченной ответственностью

Профсоюз – профессиональный союз

Профвзносы – профсоюзные взносы

РД – Российская Дума

РГГУ – Российский государственный гуманитарный университет

РУДН – Российский университет дружбы народов

РФ – Российская Федерация

ТК – трудовой кодекс

ТОО – товарищество с ограниченной ответственностью

ФСБ – Федеральная служба безопасности

ЦСУ – Центральное статистическое управление

ЧП – частный предприниматель

ТИПИЧНЫЕ СОКРАЩЕНИЯ, ЧАСТО ВСТРЕЧАЮЩИЕСЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

| | |
|-------------|--|
| авиа | авиапочта |
| асс. | ассистент |
| асп. | аспирант |
| в. | век |
| включ. | включительно, включая |
| в наст. вр. | в настоящее время, в настоящий момент |
| г. | год |
| гр. | грамм |
| дир. | директор |
| д | дом |
| доц. | доцент |
| заказное | заказное письмо |
| зарплата | заработная плата |
| зав. | заведующий |
| и др. | и другие |
| и т. д. | и так далее |
| ин-т | институт |
| каф. | кафедра |
| кв. | квартира |
| коп. | копейка |
| корп. | корпус |
| кг. | килограмм |
| км. | километр |
| конто | банковский счет |
| м. | метр |
| млн. | миллион |
| млрд. | миллиард |
| напр. | например |
| ндс | налог на добавленную стоимость |
| ооо | общество с ограниченной ответственностью |
| РС | персональный компьютер |
| P.S. | постскриптум, послесловие |
| проф. | профессор |
| РКИ | русский язык как иностранный |
| руб. | рубль |
| см. | смотрите |

| | |
|-------------|---|
| стр. | страница |
| см.об. | смотрите на обороте |
| см. ниже | смотрите ниже |
| SMS | краткое текстовое сообщение, в разговорном языке «эсмэска» |
| ср. | сравните |
| т.е. | то есть |
| т.д. | так далее |
| т.к. | так как |
| т.н. | так называемый |
| тел. | телефон |
| т.п. | тому подобное |
| т.д. и т.п. | так далее и тому подобное |
| ун-т | университет |
| ул. | улица |
| яз. | язык |

Акт

Акт – это документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий установленные факты и события.

Установленными фактами и событиями могут быть: выполнение условий договора, передача продавцом и прием покупателем квартиры, автомобиля, завершение каких-либо ремонтных работ и др.

Текст акта состоит из 2 частей.

В первой (вводной) части указывается событие, послужившее причиной для составления акта. Или указывается документ, его номер и дата, на основании которого составляется акт.

Во второй (основной) части излагается сущность проведенной работы (установленные факты), ее результаты. Кроме того, во второй части могут содержаться и рекомендации по работе, но они необязательны.

Образец акта

31.01.2008 № 51

г. Москва

О приемке-передаче автомобиля

Основание: Договор купли-продажи автомобиля № VW – 50978 от 20.01.2008г.

Настоящий акт составлен в том, что ЗАО «Кунцево» передает, а Петров Семен Николаевич принимает новый автомобиль с ниже перечисленными техническими характеристиками и документами.

Модель: Фольксваген Гольф Плюс

VIN: VWZZ 286234

Год выпуска: 2008

Цена: 500 тысяч рублей

Перечень переданных документов:

Справка-счет 1358

Паспорт транспортного средства 36 HE 4578

Договор купли-продажи № VW – 50978 от 20.01.2008г.

Сервисная книжка есть

Гарантийный талон есть

Автомобиль технически исправен, подготовлен к эксплуатации и соответствует ранее оговоренной комплектации.

Покупатель: Петров С.Н.

Продавец ЗАО «Кунцево»

Подпись _____

Подпись _____

1. Обратите внимание на оформление акта:

Заголовок документа пишется в верхнем левом углу. Внизу – дата и место его составления.

2. Содержание документа представлено предложной конструкцией, отвечающей на вопрос «о чем?» – о приемке-передаче автомобиля.

Задания:

1. Ответьте на вопросы?

- Кто подписывает акт?

- Какое событие послужило основанием для составления данного акта?

- На какой документ ссылаются стороны?

- Какие сведения приведены в акте? Обязательны ли они?

2. Составьте акт, используя следующую информацию:

Тема акта: выделение к уничтожению документов

Задача: отобрать не имеющие научно-исторической ценности и утратившие практическое значение документы.

Всего: 13 тысяч 562 документа.

Далее: сдать документы для уничтожения ООО «Вторсырье» по накладной №1 от 09.06.2008 г.

Основание для составления акта: приказ генерального директора № 061от 01.-1.2008г.

БЛАГОДАРСТВЕННЫЕ ПИСЬМА

Благодарственные письма дают возможность поблагодарить деловых партнеров, коллег, друзей за помощь, сотрудничество, советы, а также укрепить деловые и дружеские контакты с ними. К сожалению, до сих пор не всегда используются возможности благодарственных писем. В благодарственных письмах очень важно выбрать правильный тон общения.

Благодарственное письмо обычно имеет следующую композицию:

- выражение благодарности с указанием, за что вы благодарите;
- комплиментарные выражения в конце письма;
- выражение пожеланий.

Хочется посоветовать употреблять благодарственные письма в следующих случаях:

1. Благодарность коллеге, партнеру за большой или новый заказ;
2. Благодарность за срочное выполнение заказа;
3. Благодарность за поздравления, приглашения, выражение соболезнования, прием;
4. Благодарность за любую помощь, внимание, за содействие в различных ситуациях.

Благодарственные деловые письма могут быть официальными и неофициальными.

Благодарственные письма могут быть написаны на специальных бланках с логотипом, могут быть оформлены специальным шрифтом и вставлены в папку (адрес), могут быть оформлены не в форме письма, а в форме «благодарности».

В первой части благодарственного письма говорится, за что благодарят сотрудника, во второй – выражаются пожелания на будущее, заканчивается письмо вежливым комплиментом.

За последние годы в обиход делового общения вошли благодарственные письма, адресованные сотрудникам, партнерам, компаньонам, в которых руководитель благодарит их за хорошо выполненную работу, за заказ, за организацию какой-либо акции и т.д.

Любой сотрудник может написать благодарственное письмо коллегам за выраженные ими соболезнования, поздравления, за особое внимание или приглашение, за любую помощь в деловом и личном общении.

Например, вы были в командировке в другом городе, где сотрудник фирмы, на которую вы были командированы, познакомил вас с достопримечательностями города или пригласил вас в театр или ресторан. Конечно, вполне уместно будет после возвращения написать этому сотруднику благодарственное письмо.

Благодарственные деловые письма могут быть официальными и неофициальными.

Обратите внимание на выражение благодарности

в официальном письме:

- Я благодарен(на) Вам за гостеприимство и заботу во время моего пребывания в Вашем городе...

- Я сердечно благодарю Вас за...

- Примите мою искреннюю благодарность за неоценимую помощь и советы, которыми Вы помогли мне...

- Спасибо Вам большое, что Вы поддержали меня в трудное для меня время...

- Примите мою благодарность за прекрасно выполненную работу...

в неофициальном письме[1]:

- Спасибо тебе большое за приглашение...

- Спасибо за уютный вечер, который мы провели в твоей семье...

- Сердечно благодарю тебя за твой подарок...

Мы снова возвращаемся к вопросу о том, когда можно перейти от официального «Вы» к более демократичному «ты», когда можно начать употреблять вместо обращения по имени и отчеству более простое обращение по имени, когда более уместно использовать промежуточные варианты (например, сохранить обращение на «Вы», но по имени, или употреблять обращение по имени и отчеству, но на «ты» и т.п.).

Задания.

1. Напишите благодарственное письмо вашему новому знакомому, с которым вы познакомились на недавней конференции в Ростове, где вы делали доклад; ваш новый знакомый пригласил вас на ужин в ресторан и вы хорошо провели вечер.

2. Вы защитили магистерскую диссертацию и ваши друзья устроили вам маленькую вечеринку. Поблагодарите их.

3. Ваш сотрудник написал книгу о Москве, которую вы прочли с большим удовольствием. Поблагодарите его за это.

4. Пошлите SMS-сообщение своей подруге, которая поблагодарила вас за прекрасную экскурсию по Москве, организованную вами для нее. Поблагодарите ее за радость общения с ней[2].

[1] Возникает вопрос, какие деловые отношения считать официальными, а какие – неофициальными? Когда можно в служебной обстановке перейти к неофициальному общению? Это зависит от многих причин: от самих людей, их работы, страны и т.п.

[2] См. образцы благодарственных писем в Приложении «Образцы деловых писем».

ДОГОВОР

Договор – это документ, фиксирующий соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

Традиционно выделяются 2 вида договоров: *трудовые* и *гражданско-правовые*. Трудовой договор заключается между работником и работодателем при приеме на работу и фиксирует их согласие на установление трудовых правоотношений. Гражданско-правовые договоры регулируют торговые, экономические, финансовые отношения между отдельными предприятиями, частными лицами, предприятием и частным лицом.

Схема оформления большинства договоров достаточно типична. Она состоит из 7 частей:

1. наименование сторон (полные и сокращенные);
2. предмет договора;
3. права и обязанности сторон;
4. условия и порядок расчетов;
5. ответственность сторон (в том числе порядок разрешения споров);
6. срок действия договора;
7. адреса и реквизиты сторон (юридический и почтовый адреса, банковские, платежные и сетевые (e-mail, адрес сайта) реквизиты, номера телефонов, факсов).

Однако в зависимости от типа договора, количество частей в этой схеме может быть увеличено. Это дополнительные условия договора: особенности расчетов, дополнительный отпуск, страхование, коммерческая тайна, совмещение должностей и др.

С точки зрения текстовой организации, эти части представляют собой текстовые фрагменты с типовыми заголовками, состоящими из набора стандартных фраз.

ОБРАЗЕЦ ДОГОВОРА

Договор № _____

на оказание услуг по проведению обучения и тестирования слушателя

г. Москва

_____ 2008 г.

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский университет дружбы народов», имеющее лицензию на право ведения образовательной деятельности серия А № 161589 от 28.10.2004 г., в лице Ивановой Елены Викторовны, действующей на основании Доверенности № 004 006, именуемой в дальнейшем *Исполнитель*, и

именуемый в дальнейшем *Слушатель*, заключили настоящий договор о нижеследующем.

Статья 1. Предмет Договора.

Предметом настоящего Договора является проведение занятий и тестирования, сопровождающегося выдачей соответствующего документа Слушателю на компенсационной основе по дисциплине: Тестирование по русскому языку для приема в гражданство РФ.

Статья 2. Обязанности сторон Договора.

2.1. Обязанности Исполнителя:

2.1.1. Ознакомить Слушателя с Лицензией РУДН на право ведения образовательной деятельности.

2.1.2. Сообщить время и место проведения дополнительных занятий и тестирования.

2.1.3. Принять от Слушателя оплату за проведение занятий и тестирования согласно статье 4 настоящего Договора.

2.1.4. Обеспечить проведение обучение и тестирования в соответствии с учебным планом.

2.2. Обязанности Слушателя:

2.2.1. Оплатить стоимость занятия, включая тестирование в соответствии со статьей 4 настоящего Договора.

2.2.2. Выполнять учебную программу и правила внутреннего распорядка РУДН.

Статья 3. Цена Договора.

3.1. Стоимость дополнительного занятия, включая тестирование, согласно тарифам, утвержденным Ректором РУДН, составляет 110 у.е. (сто десять условных единиц).

Статья 4. Порядок и форма оплаты.

4.1. Оплата производится на основании счета выписанного исполнителем в виде 100% предоплаты.

Статья 5. Порядок разрешения споров.

5.1. Все споры, возникающие при исполнении настоящего Договора, разрешаются путем переговоров между Сторонами.

5.2. В случае недостижения согласия по спорам, они разрешаются в установленном законодательством РФ порядке.

Статья 6. Особые условия.

6.1. Подписание Договора означает, что Слушатель ознакомлен с учебной программой курса и количеством дополнительных занятий.

6.2. В случае невозможности исполнения, возникшей по вине Слушателя, услуги подлежат оплате в полном объеме.

6.3. Настоящий договор вступает в силу с момента подписания Договора и действует до момента исполнения сторонами своих обязательств.

Статья 7. Адреса, реквизиты и подписи сторон.

Исполнитель:

Юридический адрес:

117198 г. Москва,

ул. Миклухо-Маклая, д.6

Банковские реквизиты:

Р/с 123, ИНН 123

Слушатель:

Адрес:

Паспорт: серия _____

№ _____

выдан _____

Договор может иметь приложения или дополнения. Это может быть акт о выполнении условий договора, счет-фактура, техническое задание и др. Все приложения к договору являются его неотъемлемой частью. Без приложения договор теряет свою правовую силу и является недействительным.

Договор составляется в письменном виде по установленным правилам: на листах А4, отпечатанных только с одной стороны, иногда на специальных фирменных бланках, в двух экземплярах, один из которых хранится на фирме у работодателя, а второй – у работника.

Учитывая, что в настоящее время действует закон о юридической силе электронной подписи, отсылать договор можно не только по почте, телеграфу, факсу, но и по электронной почте.

Заголовок документа является обязательной принадлежностью этого документа. Он конкретизирует тип документа. Далее, после заголовка, необходимо указать на содержание этого документа.

Например:

Договор

на оказание услуг по проведению обучения и тестирования слушателя

Содержательный заголовок может представлять собой предположно-падежное сочетание, отвечающее на вопрос «о чем?» (п.п.) этот договор, «на что?» (в.п.) или договор «чего?» (р.п.).

Сравните:

О чем? – Договор об оказании услуг сотовой связи, о выполнении строительных работ, о сотрудничестве.

На что? – договор на поставку оборудования, на обучение, на приобретение автомобиля.

Чего? – купли-продажи, страхования, проката и др.

Договор представляет собой текст сложной организации. Для того, чтобы структурировать и облегчить его восприятие, используется рубрикация.

Рубрикация договора, как текста сложной организации, обозначается различными средствами. Она комбинированна.

Крупные текстовые части обозначаются арабскими цифрами и именуются:

Статья 1. Предмет договора.

Статья 2. Условия договора и т.д.

Далее при делении каждой крупной текстовой части на более мелкие используются арабские цифры, после которых ставится точка:

Статья 1. Предмет договора.

1.1.

1.2.

Статья 2. Условия договора.

2.1.

2.2.

Первая арабская цифра обозначает номер крупного текстового фрагмента, а вторая – нумерацию рубрик.

Задания

Прочитайте образец *Договора на оказание услуг по проведению обучения и тестирования слушателя*. Ответьте на вопросы:

1. Кто заключил Договор?
2. Какие термины используются для обозначения сторон Договора?
3. С какой целью был подписан Договор?
4. Перечислите обязанности сторон?
5. Каким образом решаются споры, возникающие при исполнении Договора?

Составьте схему частей Договора. Сколько частей в нем?

С существительным *договор* сочетаются следующие глаголы:

| | |
|---|--------------------------------|
| Составить – составлять | |
| Заключить – заключать | |
| Подписать – подписывать | |
| Изменить – изменять | + что? (в.п.) + договор |
| Исполнить – исполнять | |
| Расторгнуть – расторгать | |
| Ликвидировать – ликвидировать (двувидовой глагол) | |

Определите значение этих глаголов по словарю.

Образуйте от данных глаголов существительные. Составьте с ними словосочетания: *сущ. + договор*. Например, *составление (чего?) договора*. В каком падеже должно использоваться слово *договор*?

Вставьте в предложения нужные глаголы. Используйте глаголы из задания 3.

- Наша компания готова договор именно с Вами.
- Вы можете некоторые условия договора.
- В связи с постоянным нарушением Вами сроков действия настоящего договора, мы вынуждены его.
- Для того, чтобы договор был действительным, нам необходимо его.....
- Юрист нашей фирмы может любой тип договора.
- Все обязательства по данному договору нами выполнены, поэтому мы, можем его.

Трудовой договор

Трудовой договор – это письменное соглашение между работодателем и частным лицом, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику определенную работу, обеспечить условия труда и выплачивать вовремя зарплату. А работник обязуется выполнять эту работу и соблюдать правила внутреннего распорядка организации.

| | | | | | | |
|---------------------|---|-------|--------|---------|---------------|---------|
| <i>Работодатель</i> | – | лицо, | фирма, | которое | предоставляет | работу, |
| наниматель | | | | | | |

Познакомьтесь с о схемой трудового договора. Сравните ее с вышеприведенной схемой договора. Что общего и в чем их отличие?

1. Фамилия, имя, отчество (ФИО) работника и наименование (название) работодателя (фирмы, компании) или ФИО нанимателя.
2. Место работы .
3. Дата начала и окончания работы.
4. Наименование профессии, должности.
5. Права и обязанности работника.
6. Права и обязанности работодателя.
7. Описание условий труда.

| |
|--|
| Режим труда и отдыха – продолжительность рабочего дня, недели и отпуска. |
|--|

8. Режим труда и отдыха.
 9. Дополнительные условия (установление испытательного срока).
- Прочитайте образец *Трудового договора*.

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР

г.Москва

« » _____ 200 г.

Предприятие (организация) _____, именуемое в дальнейшем
«РАБОТОДАТЕЛЬ», и _____, именуемый в дальнейшем

_____ /
фамилия, имя, отчество полностью

именуемый в дальнейшем «РАБОТНИК», заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1. _____

(фамилия, имя, отчество)

принимается на работу в _____

на должность _____.

1.1 Настоящий договор является (нужное подчеркнуть):

- а) договором по основной работе;
- б) договором по совместительству.

1.2 Вид договора:

- а) бессрочный;
- б) срочный (на определенный срок). Срок действия трудового договора:
с _____ по _____.

(указать число, месяц и год)

1.3.Продолжительность испытательного срока _____

(либо указать «без испытания»).

2. Права работодателя

РАБОТОДАТЕЛЬ имеет право:

- 2.1. заключать, изменять и расторгать трудовой договор с РАБОТНИКОМ;
- 2.2. Поощрять РАБОТНИКА за добросовестный эффективный труд;

Права Работника

- 2.3.пользоваться оборудованием, помещениями, источниками информации;
- 2.4. защищать своих персональных данных.

3. Обязанности Работодателя

- 3.1. Создать условия для эффективного труда;
- 3.2. Своевременно выплачивать обусловленную Договором заработную плату.

Обязанности Работника

- 3.4. Выполнять обязанности, предусмотренные должностной инструкцией;
- 3.5. Соблюдать Правила внутреннего распорядка и индивидуальный план работы;
- 3.6. Своевременно оповещать Работодателя о невозможности выполнить обусловленную трудовым договором работу;

4. Иные обязанности

5. Порядок оплаты труда

5.1. Работнику устанавливается _____ должностной оклад в размере _____ рублей в месяц

или _____ рублей за 1 час работы.

5.2. Заработная плата выплачивается в срок, установленный коллективным договором

6. Условия отдыха

6.1. Работнику устанавливается ежегодный отпуск:

А. Основной _____ рабочих дней;

Б. Дополнительный _____ рабочих дней

7. Ответственность сторон

7.1. Стороны несут ответственность за невыполнение условий настоящего трудового договора в порядке, предусмотренном законодательством РФ.

7.2. Трудовой договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, при этом один из договоров находится у Работодателя, другой – у Работника.

8. Юридические адреса и реквизиты сторон

Адрес, телефон, факс, реквизиты

Подпись, печать, дата

Работодатель

Работник

Задания

Познакомьтесь с незнакомыми словами:

должность – это служебная обязанность, служебное место;

совместительство – одновременная работа в двух или более местах;

срочный – действительный в течение определенного срока;

испытательный срок – период времени, за который работодатель должен решить, брать или нет этого кандидата на работу. Чаще всего это 2 месяца.

поощрять – наградить чем-либо;

оповещать – сообщать о чем-либо.

Сколько частей в Трудовом договоре? Какие из них относятся к основным, какие – к дополнительным?

Обратите внимание на рубрикацию. Что в ней особенного? Как называется такой вид рубрикации?

Представьте себе, что Вы устраиваетесь на работу. Для этого Вам необходимо заполнить бланк Трудового договора. Заполните образец настоящего трудового договора.

Прочитайте типичные выражения, используемые в текстах договоров. Составьте с ними предложения.

Договор вступает в силу с момента его подписания

Заключили договор о нижеследующем:

Оба экземпляра имеют одинаковую юридическую силу

Оплата по Договору производится...

Все споры разрешаются путем мирных переговоров.

Познакомьтесь с основными правилами заключения трудового договора:

1. Трудовой договор составляется в 2 экземплярах. Один экземпляр остается у Работодателя, а второй - у работника.
2. Он может заключаться на:
 - неопределенный срок (бессрочный);
 - определенный срок не более 5 лет (срочный);
 - на время выполнения определенной работы;
3. Работодатель не имеет права отказать работнику в заключении Трудового договора в связи с расовой, национальной религиозной принадлежностью, возрастом и др.

ДОВЕРЕННОСТЬ

Доверенность – документ, которым один человек доверяет другому действовать от своего имени (получить стипендию, посылку, заплатить за что-нибудь, вести юридические дела и т.п.). Доверенность для того, чтобы стать действительной, должна быть заверена нотариусом, руководителей учреждения, а в университете – деканом факультета или его заместителями.

В зависимости от того, кто составляет документ, доверенности подразделяются на официальные, или служебные (выдаются представителю фирмы, предприятия, учреждения для совершения банковских операций, сделок, получения денег, оплаты всевозможных счетов и т.п. от имени государственного или частного предприятия) и личные (выдаются физическим лицам для получения всевозможных денежных выплат, документов, ведения дел в суде и других органах и т.д.).

Официальная доверенность должна иметь следующие параметры:

1. Наименование предприятия или фирмы с указанием юридического адреса;
2. Наименование самого документа (доверенность);
3. Дату выдачи;
4. Номер документа (индекс);
5. Основной текст документа (в котором указываются должность и паспортные данные доверенного лица, название банка, таможни или другой организации, в которой будет производиться действие по доверенности, вид этих действий, срок действия доверенности, а также должен быть дан образец подписи доверенного лица. Если речь в доверенности идет о получении материальных ценностей, то точно должен быть дан их перечень, количество и стоимость);
6. Приводятся наименования и подписи должностных лиц. Если доверенность выдается для получения денежных или других материальных ценностей, ее подписывает владелец фирмы или руководитель предприятия и главный бухгалтер;
7. Печать предприятия, фирмы или учреждения.

Личная доверенность обычно составляется от руки, но в ней должны быть следующие компоненты:

1. Наименование документа (доверенность);
2. Дата;
3. Текст, в котором указывается доверитель, доверенное лицо и вид действия по доверенности (кто + доверяю + кому + что в инфинитиве);
4. Подпись, расшифровка подписи доверителя;
5. Подпись должностного лица, заверившего доверенность;
6. Печать организации, фирмы, учебного заведения, в которых доверитель работает, учится, или ЖКХ и т.д.

Личная доверенность не требует обязательного нотариального заверения. Для юридической достоверности доверенности необходимо указать срок ее действия. Если в доверенности срок действия не указан, она сохраняет силу в течение года со дня выдачи.

Образцы личной доверенности

Доверенность

Я, Али аль Саббах, студенческий билет № 13020-ФЯ, доверяю получить мою стипендию за март 2008 года в размере 1500 (тысяча пятьсот) рублей моей жене, Хиям аль Саббах.

Дата

Подпись Али аль Саббах

Доверенность

Я, доцент кафедры русского языка и методики его преподавания филологического факультета Соколова Людмила Алексеевна, доверяю лаборанту кафедры русского языка и методики его преподавания Елене Николаевне Котовой (паспорт серия 4505 номер 610620, выдан Отделом внутренних дел района Раменки г.Москвы 05.04.2002) получить причитающуюся мне зарплату за март 2008 года в сумме 8000 рублей (восемь тысяч рублей).

Дата

Л.А.Соколова

Подпись

Подпись Л.А.Соколовой удостоверяю.
Инспектор отдела кадров А.В.Иванова

Место печати

Задания:

1. Составьте предложения с выражениями: получить стипендию, посылку, заказное письмо, денежный перевод; получить в почтовом отделении, в сберкассе, в бухгалтерии.
2. Составьте доверенность на имя друга на получение стипендии (укажите размер стипендии и за какой месяц).
3. Составьте доверенность для получения авиабилетов, заказанных вами в турфирме «Нева». Оформите доверенность по всем правилам.
4. Составьте доверенность на имя вашего друга для получения в 279 почтовом отделении г.Москвы поступившую 25.03.08 на ваше имя посылку из г.Воронежа.

ОБРАЩЕНИЕ

I. Обращения – это выражения, слова, с помощью которых привлекается внимание того, к кому обращаются. Значение обращения состоит в том, чтобы наделить адресата наиболее подходящей для данной ситуации формой обращения.

В устном и письменном деловом общении очень важно владеть различными формами обращений.

С обращения начинается общение. Без обращения общение будто бы и не начиналось.

Надо сказать, что неправильное использование обращений – наиболее распространенная ошибка в устном и письменном деловом общении иностранцев (причем из любой страны, говорящих на разных языках). Теоретически всем все ясно, но как только начинают говорить или писать – вновь в употреблении обращений ошибки (и это повторяется!).

Обратите внимание на использование обращений!

Основные обращения в деловом языке

1. Основные обращения к знакомому адресату (при личном общении, при общении по телефону, в переписке) – **имя + отчество**. Такое обращение говорит о специфической для русских форме называния человека, об определенной форме уважения к взрослому человеку любого возраста.

Здравствуйте, Иван Петрович! (по телефону, в личном общении, при переписке).

2. На конверте при отправлении письма должна быть указана **еще и фамилия**.

Кому ... Березову Ивану Петровичу.

Березовой Анне Сергеевне.

Ивановой Анне Петровне.

Фамилия передается от отца к сыну, дочери, жене. Женщина, выходя замуж, обычно свою девичью фамилию меняет на фамилию мужа. До замужества девушка носила фамилию, допустим, Бочкова. Она вышла замуж за Березова и взяла его фамилию. Она стала Березова Анна Сергеевна^[1].

3. Обращение **господин + фамилия** (Березов), **госпожа + фамилия** (Березова) – крайне официальное обращение. Его чаще употребляют, когда говорят о человеке: «Почта для господина Березова». В дипломатических и строго регламентированных документах вы также можете встретить эту форму обращения.

4. Обращение **по фамилии** (Березов! Березова!) – нейтральное в учебной сфере (в старших классах школы, в высших учебных заведениях); может употребляться с формами «ты»- и «Вы»-общения. Является стилистическим сниженным, поэтому в деловом общении в обычных ситуациях не употребляется.

5. Обращение **гражданин + фамилия** – очень официальное и употребляется в различных ситуациях делового общения, но редко, пожалуй, лишь **в правовой сфере**, а иногда при ироничном разговоре.

6. Обращение **только по отчеству** можно встретить с «ты»- формой общения (Петрович! Сергеевна!) **как просторечное, по отношению к пожилым людям**, с «ты»-формой общения.

7. **Имя в полной форме** (Иван, Анна, Ольга) звучит несколько официально, предвещает серьезный разговор.

8. **Имя в сокращенной форме** (Таня от Татьяна, Оля от Ольга) употребительно по отношению к родственникам, друзьям, в дружеском общении, чаще всего с «ты»-формой.

9. **Имя с субъективно-оценочными** суффиксами (Анечка, Аннушка, Анюточка) употребляется с доброжелательными оттенками в разговорной и деловой речи как ласковое.

10. Имя с суффиксом «-к-» с отрицательным оттенком привносит в речь уничижительную окраску (Колька, Танька). В деловом общении не употребляется.

11. **Дядя Коля, тетя Ася** – служит в качестве обращения к друзьям родителей, к простым людям. При этом при обращении к пожилым людям часто студенты понимают, что **так говорить уже не очень хорошо**.

12. При обращении к знакомым обращением могут служить **вежливые формы наименования родства**: мама – мамочка, папа – папочка, бабушка – бабуля и т.д. Неуместно к чужой женщине обращаться со словами «мать», «бабуля», «дочка» и т.д. Это плохой тон.

II. Кроме обращений, в русском языке широко используются речевые единицы привлечения внимания. Эти речевые единицы используются в разговорном языке, в других функциональных стилях и, конечно, в разных ситуациях делового общения.

Основные единицы привлечения внимания

1. Простите, пожалуйста! – единица привлечения внимания незнакомого человека, нейтральная, широко употребительная, вежливая.

Ситуации употребления: а) например, вы пришли в офис и хотите поговорить с кем-либо, но не знаете этого человека. Вы обращаетесь к секретарю или к любому сотруднику, которого видите:

- Простите, пожалуйста, где я могу увидеть господина Петрова?
- Простите, пожалуйста, в какой комнате работает господин Петров?
- Простите, пожалуйста, будет сегодня господин Петров?
- Простите пожалуйста, где я могу подождать господина Петрова?

Примечание: Если вы знаете имя и отчество человека, который вам нужен, то вежливее всего привлечь внимание, употребив имя и отчество человека.

- Простите, пожалуйста, вы не знаете, когда будет Иван Сергеевич?
- Простите, пожалуйста, помогите мне позвонить Ивану Сергеевичу на мобильный телефон. Я бы хотела спросить его...

2. Простите (извините) за беспокойство! – единица привлечения внимания более вежливая, свойственная речи старшего и среднего поколения. Молодежь, деревенские люди такой формулой не пользуются.

- Извините за беспокойство, Вы не скажете, когда будет Александр Георгиевич?

3. Вы не скажете? Не могли бы Вы сказать? Скажите, пожалуйста! – это привлечение внимания, объединенное с вопросом, который вы задаете, чтобы получить ответ на интересующий вас вопрос.

- Вы не скажете, будет сегодня заведующий?
- Простите, не могли бы Вы сказать, придет ли сегодня Иван Сергеевич?

4. Будьте любезны! Скажите, пожалуйста ... - это повышенно-вежливая форма привлечения внимания с вопросом.

- Будьте любезны! Скажите, пожалуйста, когда будет Виктор Михайлович?
- Будьте любезны! Скажите, пожалуйста, когда будет Юлия Михайловна?

III. Основные обращения к незнакомому адресату.

- **Господин! Госпожа!** – слишком официальное, до сих пор воспринимается как непривычное. Редко употребляется. По отношению к молодым людям воспринимается как ироничное.

- Сударь! Сударыня! – вежливое, но часто непривычное. Употребляют чаще всего люди старшего возраста.
- Молодой человек! Девушка! – широко употребительное обращение к молодым людям.
- Мужчина! Женщина! – просторечные обращения, которые рекомендуется употреблять редко.
- Коллега! – обращение к лицам обоего пола, связанным интеллектуальным трудом. Но всерьез его употребляют тогда, когда идет какое-нибудь публичное мероприятие (конференция, собрание, доклад).

Существует еще целый ряд обращений к незнакомым людям.
к врачам, медперсоналу: - Доктор! Сестра! Нянечка!

к больным: - Больной! Больная! Пациент!

к военным: - Товарищ (генерал, полковник, лейтенант и т.п.)!

к пожилым людям простонародного облика на улице: - Бабушка! Дедушка! (Часто встречается, но эту форму лучше не употреблять).

IV. Упоминание используется, когда мы говорим о человеке отсутствующем (о нашем знакомом) или о каком-либо известном человеке (которого лично не знаем, но знаем о нем из книг, передач по телевидению, читали его книги и т.п.).

1. Мы в разговоре с кем-либо упоминаем о человеке, которого знаем.

- Мне вчера Анна Ивановна дала книгу.

- Ну, и интересную книгу дала тебе Сергеева?

(т.е. при таком упоминании можно назвать человека по имени и отчеству, а можно упомянуть его для краткости по фамилии).

Мы упоминаем о том, кого знают все.

- Что я делаю? Читаю Льва Толстого.

(т.е. здесь мы упоминаем человека по имени и фамилии).

2. При упоминании человека только по отчеству мы сталкиваемся с тем, что это может звучать шутливо или речь идет о пожилom, уважаемом человеке, о котором мы упоминаем с теплом и любовью.

- Матвеевна совсем разболелась.

3. Упоминание человека по фамилии встречается довольно часто, потому что, помимо всего остального, это кратко. Но это не исключает возможности перехода на другую форму упоминания.

- Я уже всем позвонила по поводу завтрашнего заседания, осталось только Куликовой позвонить.

А.: - Я не знаю, пришла ли Воропаева?

Б.: - Я видела, как Юлия Александровна шла в столовую.

4. В настоящее время при упоминании известных лиц по телевидению широко используются две формы. Сначала диктор говорит, что в студию приехал мэр столицы Юрий Лужков, а через несколько секунд, обращаясь к Лужкову, говорит: «Юрий Михайлович, Вам слово».

V. Обращение в деловой переписке.

1. Если деловое письмо адресовано женщине, с которой вы не знакомы, то может быть использовано обращение «госпожа» (независимо от возраста женщины), а к мужчине – «господин»; если письмо адресовано нескольким лицам, то употребляется обращение «господа».

2. В письме, адресованном кому-либо, работающему в учреждении, сначала указывают должность, потом звание и научную степень: «Декану филологического факультета РУДН профессору, доктору филологических наук Коваленко А.Г.» (докторская степень указывается сокращенно «д.ф.н.» и ставится перед фамилией).

3. Если вы не знаете фамилии и имени-отчества адресата, то вы можете указать его должность, отдел, например: «РУДН, декану филологического факультета»; «Российский университет дружбы народов, начальнику отдела кадров».

[1] После замужества женщина может оставить свою девичью фамилию, т.е. в данном случае она может остаться Бочковой.

ОТВЕТЫ СОИСКАТЕЛЯМ, ПРИСЛАВШИМ ЗАЯВЛЕНИЯ И ДРУГИЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ ПОСТУПЛЕНИЯ НА РАБОТУ

Господин Сафронов И.М., менеджер по кадрам ООО «Строим вместе», рассмотрел все заявления на вакантную должность диспетчера отдела перевозок. Особое внимание менеджера вызвала кандидатура господина Еремина М.И., как человека, имеющего большой опыт и соответствующую профессиональную подготовку. Но его представления о зарплате были значительно выше зарплаты, которую фирма готова была платить диспетчеру отдела перевозок.

Образец письма «Ответ соискателю»

Сафронов Иван Михайлович,

Менеджер по кадрам

ООО «Строим вместе»

Ленинский проспект, д.15

Москва, 117605, Россия

т. 930-28-58

Еремину Михаилу Ивановичу

ул.Раменки, 23-3-105

Москва, 117607, Россия

Ответ на письмо по поводу работы, ООО «Строим вместе»

Уважаемый Михаил Иванович!

Большое спасибо за Ваш отклик на предлагаемую нашей фирмой работу.

Ваша квалификация и опыт работы как нельзя лучше устраивают нашу фирму. Поэтому мы рассматривали Вашу кандидатуру как наиболее соответствующую вакантной должности.

Но, к сожалению, Ваши представления о зарплате превосходят возможности нашей фирмы, поэтому мы должны были перейти к рассмотрению других кандидатур.

Мы уверены, что с Вашим профессиональным опытом и образованием Вы получите достойную Вас работу и реализуете Ваши планы.

Ваши документы мы возвращаем Вам с этим письмом.

С уважением,

Подпись

Сафронов И.М.,
менеджер по кадрам

Лексика, наиболее часто встречающаяся в ответах соискателям

I. Подтверждение получения документов и заявления

Нами получены заявление и остальные документы.

Мы получили Ваши документы, они произвели на нас самое благоприятное впечатление.

II. Сообщение о приеме на работу

С удовольствием сообщаем Вам, что Вы успешно прошли конкурс на должность...

...С удовлетворением можем сообщить Вам, что Вы приняты на искомую должность...

III. Приглашение на интервью

Приглашаем Вас на собеседование, так как Вы успешно прошли конкурс...

Просим Вас прийти на интервью ... апреля в 16.00.

Приглашаем Вас для участия в интервью и тестировании.

IV. Отказ в положительном решении вопроса о приеме на работу

К сожалению, мы должны сообщить Вам, что Ваша кандидатура не подходит нам по объективным причинам...

Должны сообщить Вам, что должность уже занята.

V. Заключительная часть письма

Желаем Вам всего самого доброго в Вашей профессиональной деятельности.

Желаем Вам профессиональных успехов и благополучия.

Задания.

1. Напишите ответ соискателю, который хотел бы работать в аудиторской компании под вашим руководством.
2. Дайте ответ женщине, которая хотела бы преподавать в школе, в которой вы работаете, но вы не уверены, что эта вакансия еще есть.
3. Ответьте положительно о приеме на работу и пригласите соискателя на интервью.

ПЕРЕПИСКА ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ВСТРЕЧИ (ОФИЦИАЛЬНОЙ ИЛИ ПОЛУОФИЦИАЛЬНОЙ)

I. а) Назначение и организация деловой встречи обычно сопровождается долгими переговорами. Эти переговоры чаще всего проходят по телефону. Но для первого инициативного предложения чаще всего используется письмо.

б) При назначении деловой встречи необходимо выразить свою заинтересованность во встрече, а также показать партнеру, какие перспективы откроет перед ним эта встреча. Разные организационные моменты встречи (ее время, место проведения, количество присутствующих на ней) и варианты обсуждаемых вопросов можно обсудить заблаговременно по телефону.

в) Заблаговременно следует обсудить и вопрос о расходах: какую часть расходов берет на себя пригласившая сторона (например, питание, гостиница), какую часть расходов оплачивает приглашенная сторона (например, транспортные расходы).

г) Так как обычно решение о встрече принимается обеими сторонами, каждая из которых может не только предложить свой вариант, но должна продумать и вариант, предлагаемый партнером, то наиболее уместной формой выражения является сослагательное наклонение, которое позволяет рассматривать каждое предложение просто как возможный вариант, при этом за другой стороной остается право выдвинуть свое предложение.

Я бы считал(а) возможным предложить...

Было бы неплохо обсудить...

Я была бы рад(а), если бы...

Я надеюсь, что вы бы хотели...

Мне бы хотелось предложить вам...

Я бы не хотел откладывать нашу встречу...

II. а) Вы были в Москве в Российском университете дружбы народов на конференции молодых ученых по вопросам преподавания русского языка иностранцам. Вы познакомились с коллегой с кафедры русского языка и методики его преподавания Воропаевой Ю.А., а также с аспиранткой кафедры Цзан Веньцянью.

Образцы писем по поводу организации встреч

Смирнова Анна Ивановна
Московский государственный
педагогический университет
Кафедра методики преподавания
русского языка
Москва, Б.Пироговская ул., д. 1
Цзан Веньцянью
Ул.Миклухо-Маклая,
д.3, комн. 105
Москва, 117465
Дорогая Веньцянью!

После беседы с Вами я обратилась к Вашим статьям, которые Вы дали мне на конференции.

Ваш анализ соматических фразеологизмов очень заинтересовал меня. Я бы хотела задать Вам несколько вопросов.

У нас в университете будет в апреле (15-17/IV) 2008 года конференция, на которую я приглашаю Вас, так как уверена, что некоторые выступления Вас заинтересуют и что мы сможем поговорить.

Я позвоню Вам 14/IV, чтобы подтвердить свое приглашение, а 15/IV я буду ждать Вас в холле в 10.00 часов, вручу Вам приглашение и программу конференции.

С уважением,

12.03.2008

Анна Смирнова

б) Господин Сергеев А.П. (издатель из Москвы) на одной из презентаций своей фирмы «Глобус» познакомился с коллегой из Костромы Харченко М.К. Он хочет продолжить знакомство.

Сергеев А.П.
Издательство «Глобус»
Ул. Раменки, 23
Россия, 117607.
Харченко Марии Константиновне
Издательство «Русский дом»
Ул. Циолковского, 15
Кострома, Россия.
Уважаемая Мария Константиновна!

Большое спасибо за тот интересный разговор, который у нас состоялся в Москве во время презентации.

Мне бы очень хотелось продолжить наше знакомство, а возможно даже и создать какой-либо совместный проект, который был бы интересен нам обоим.

Поэтому я приглашаю Вас приехать в Москву для встречи со мной и моим заместителем Анной Ивановной Сергеевой в любой удобный для Вас день, заранее оговорив дату и время вашего визита по телефону. Я предлагаю Вам пятницу 07.03.2008 в 12.00 часов дня с тем, чтобы Вы могли задержаться в Москве на 8-9 марта, и мы могли бы показать Вам Москву в праздничные дни. Встречу на вокзале. Оплату гостиницы и пр. мы с удовольствием возьмем на себя.

Пожалуйста, позвоните, удобно ли для Вас это время или назначьте какое-либо другое.

С дружеским приветом,
А.Сергеев
20.02.2008

подпись

Задания.

III. Вы захотели продолжить общение. Напишите письмо Воропаевой Юлии Александровне или Цзан Веньцзянь.

IV.

1. Составьте письма с предложением о деловой встрече (официальной и полуофициальной). При этом используйте следующие выражения:

1. Наша встреча; встреча для обсуждения ряда вопросов;
2. Встретиться, чтобы обсудить; чтобы согласовать назревшие вопросы; встретиться, чтобы решить ряд вопросов;
3. Нам нужно вернуться к обсуждению вашего предложения; нас заинтересовало ваше предложение;
4. Найти удачное время для встречи; найти удобное время для встречи; найти наиболее подходящее время для встречи;

5. Благодарю вас за согласие встретиться...; я обрадован(а) возможностью встретиться с вами...; я рад(а), что эта встреча позволит нам обсудить интересующие нас вопросы...

2. Вы получили каталог товаров от возможного партнера, у вас появился ряд вопросов, которые удобнее всего решить при личной встрече. Позвоните возможному партнеру и обсудите с ним вопрос о встрече, назначьте ее время, место. Используйте в контексте следующие словосочетания:

1. Опираясь на нашу договоренность...
2. Я рада вашему приглашению и с удовольствием принимаю его...
3. В ближайшее время я буду в вашем городе и ...
4. Мы могли бы встретиться 20 мая...
5. Удобно ли вам приехать к нам или ...
6. Мы бы взяли на себя расходы за гостиницу и питание, трансфер и экскурсии, а вам нужно будет оплатить дорожные расходы...
7. Если вам неудобно встретиться с нами 20 мая, то вы можете предложить другое, более подходящее для вас время...
8. Если вдруг по какой-либо причине выяснится, что встреча невозможна, то...
9. Я был бы благодарен(на) вам за ответ...

V. Напишите письма об организации встреч и о принятии приглашения на встречу.

1. Напишите письмо об организации встречи с издателем, которому вы хотите предложить издать вашу монографию. В письме коротко расскажите о содержании книги, ее адресате, о сроках издания и т.п.

2. Напишите письмо вашему партнеру о назначении деловой встречи для обсуждения деталей организации презентации совместно производимых товаров. Предложите время и место встречи, программу встречи.

3. Напишите письмо, в котором дайте согласие встретиться, поблагодарите за приглашение, выразите ваши предложения о времени проведения встречи и ее программе.

Письма о бронировании помещений, билетов на поезда и самолеты, в театр и др.

Зачастую бронирование квартир, офисов, билетов происходит по телефону. Но для большей уверенности в надежности забронированной квартиры, комнаты в отеле или билетов используют переписку по электронной или обычной почте.

Например, для прибывающих в Москву партнеров по бизнесу Вам необходимо забронировать два одноместных номера в гостинице, расположенной как можно ближе к Вашему офису, который находится на улице Миклухо-Маклая. Вам необходимо написать письмо директору гостиницы «Паллада», расположенной в зеленой зоне недалеко от Вашего офиса на улице Островитянова, имеющей и ряд других преимуществ (хороший ресторан, охрану, стоянку для автомобилей и др.)

Образец письма по поводу бронирования....

Иванов И.И.

Институт гостиничного бизнеса и туризма

г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.12

Тел. 434-56-40

Директору гостиницы «Паллада»
г. Москва, ул. Островитянова, д.16
г. Сергееву И.И.

О бронировании номеров в гостинице
Уважаемый Иван Иванович!

Мы просим Вас забронировать два одноместных номера в Вашей гостинице с 1.09.08 по 25.10.08. Желательно, чтобы это был номер-«люкс». Но если на это время у Вас не будет свободных номеров-«люкс», бронируйте, пожалуйста, два наиболее комфортабельных номера с видом на парк.

Прошу Вас письменно подтвердить эту бронь по нашему адресу, а также сообщить нам о ценах на забронированные номера и стоянку двух автомобилей.

С благодарностью, уважением
и пожеланием всего самого доброго,

Ваша И.И. Иванов

подпись

Письма арендодателю

Вопросы аренды помещений волнуют очень многих людей (студентов, деловых людей и др.), приезжающих на работу или учебу в Россию.

Снять комнату, квартиру, дом в пригороде большого города можно по объявлению в газетах, специальных журналах или через риелторские фирмы.

В этой сфере деловых отношений широко используются телефонные переговоры и деловая переписка.

Письма арендодателю широко распространены в письменном деловом общении. В этих письмах речь идет об аренде жилых или служебных помещений, условиях аренды, стоимости помещений, оплате коммунальных услуг, об увеличении арендной платы, повреждении арендуемых помещений, об условиях расторжения договора и т.п.

При всех сложностях переписки по поводу аренды помещений письма должны быть корректными, максимально точными, ясными. Не секрет, что вопросы, связанные с арендой помещений, зачастую становятся предметом судебных разбирательств. Это предъявляет особые требования к ведению, сохранению и отношению к переписке, связанной с арендой помещений.

Образец письма арендодателю

А.И. Медведева
г. Москва, ул Миклухо-Маклая,
д.9, к.9101.

Общежитие, РУДН.

Инком-недвижимость

Шинкаренко Ю.Г.

119415 г. Москва

Пр. Вернадского, д.39

Тел.363-10-30

Об аренде квартиры

Меня очень заинтересовало Ваше объявление о сдаче квартиры по улице Волгина, д.16, кв.8.

Я приехала на три года в Москву для обучения в аспирантуре РУДН и временно живу в

общежитии университета. В ближайшее время ко мне приезжает муж (врач), который будет работать в Институте акушерства и гинекологии, и дочь, которая уже сдала вступительные экзамены в РУДН на филологический факультет. Нашу семью очень устроила бы квартира, указанная в Вашем объявлении. Поэтому я прошу вас сдать нам эту квартиру, конечно, после ее осмотра. Мы не курим, у нас нет домашних животных, мы обязуемся поддерживать порядок в квартире и сохранность мебели и оборудования.

Прошу Вас сообщить мне о возможности увидеть квартиру, чтобы, при благоприятном исходе наших переговоров, решить вопрос аренды, оплаты и т.п.

Буду вам очень благодарна за ускоренный ответ.

С уважением,

И.А. Медведева

Письма прощальные и письма по поводу отъезда

Письма прощальные и письма по поводу отъезда используются для того, чтобы выразить свою благодарность, поблагодарить за внимание, за заботу, за помощь, за научное руководство, за совместную деятельность т.п.

Эти письма могут носить официальный или полуофициальный характер. Если какая-либо организация или фирма благодарит, допустим, другую организацию. За прием делегации или представителей фирмы, то такое письмо составляют в более официальных выражениях.

А если, допустим, студент закончил университет, собирается уезжать на родину и решил написать прощальное письмо научному руководителю, то такое письмо носит более дружественный характер.

Прощальные письма не должны пространными. Официальные письма по случаю отъезда характеризуются стандартными формулировками прощания и благодарности, а полуофициальные письма носят более теплый характер и формулы официальной благодарности заменяют в них более дружественные выражения прощания, благодарности, пожелания успехов, здоровья, благополучия. Письма прощальные не бывают длинными, они характеризуются краткими вежливыми формами прощания, благодарности, могут включать в себя ответное приглашение или предложение о продолжении совместной деятельности.

Прощальное письмо по случаю отъезда делегации

Директор Института русского языка

Земли Северный Рейн-Вестфалия

г-жа Барбара Шубик

Humboldstr. 57

Wochum, 463.

Ректору

Российского университета дружбы народов

Профессору Филиппову В.М.

Уважаемый Владимир Михайлович!

Разрешите от себя лично и от имени всех членов нашей делегации выразить Вам глубокую благодарность за теплый прием, заботу и внимание, за прекрасные условия, которые были созданы в Вашем университете для нашей совместной работы.

У всех членов делегации сохраняются самые теплые воспоминания о пребывании в Москве.

Передайте наше пожелание благополучия и успехов всем тем, с кем мы работали в стенах Вашего университета.

Мы надеемся на укреплении нашего сотрудничества и дальнейшее развитие взаимовыгодных

контактов.

С благодарностью и уважением шлю Вам
свои самые добрые пожелания,
Б. Шубик

Письма для поддержания контактов (письма имиджа)

Возможности переписки по обычной почте и, особенно, по электронной почте широко используются для сохранения и укрепления деловых контактов.

Письма для поддержания контактов – хорошая возможность не только напомнить о себе и поддержать деловые контакты, но и возможность завязать знакомство, установить деловые контакты, чтобы впоследствии поддерживать взаимоотношения с интересным для Вас и вашего дела человеком.

На первый взгляд, может показаться, что «письма имиджа» не имеют цели, написаны без повода. На деле же эти письма имеют ясно выраженную цель – поддержать и развить деловые взаимоотношения, дать возможность адресату не забыть о сложившихся отношениях и при необходимости вернуться к деловым контактам.

Письменная поддержка деловых отношений укрепляет имидж обеих сторон, помогает вести дела, позволяет в необходимых случаях обращаться к партнеру по переписке, создает отношения доверия и возможной поддержки в необходимых случаях.

Поводом для написания таких писем может быть какое-либо значительное событие на той или иной фирме, в жизни переписывающихся субъектов, важная служебная информация, интересующая партнера, и т.п.

Такие письма показывают партнеру заинтересованность в поддержании с ним контактов, позволяют выразить ему свою преданность и внимание.

Письма для поддержания контактов по своему характеру отличаются от деловых писем других жанров. Эти письма должны быть:

1. достаточно краткими, но информативными;
2. удачно должно быть выбрано время написания письма (праздник, юбилей, заметные достижения фирмы и т.д.);
3. написаны в дружественном, искреннем, теплом тоне;
4. неназойливыми, не содержать обременительных для адресата просьб;
5. написаны от руки, на хорошей бумаге или открытке, но не на официальном бланке фирмы.

Имиджевые письма должны быть приятны адресату, оставлять хорошее впечатление, что способствует «поддержанию» взаимоотношений.

Образец письма для поддержания контактов

Декану филологического факультета РУДН
профессору Коваленко А.Г.
Уважаемый Александр Георгиевич!

Я с большим удовольствием вспоминаю наше знакомство на конференции в Монголии и Ваш чрезвычайно интересный для меня доклад о художественном конфликте в русской литературе.

После этой, памятной для меня конференции, я обратился к рассмотрению той же проблемы в

монгольской литературе.

Я узнал, что вскоре в Иркутске состоится конференция о проблемах современной художественной литературы.

Надеюсь, что мы сможем встретиться на этой конференции.

Буду очень рад услышать и увидеть Вас.

Шлю Вам пожелание здоровья,
благополучия, творческих успехов.

С искренним уважением,

Данг Ха Мин

Письма-заказы

Письма-заказы часто являются продолжением переписки. Начавшейся с письма-запроса. Письма-заказы могут быть в простой письменной форме, а могут быть оформлены на бланке учреждения или фирмы. Заказы могут касаться как большой партии товара, так и единичных предметов.

Образцы писем-заказов

Бланк с реквизитами фирмы

Директору фабрики

«Мягкая игрушка»

А.И. Ивановой

(указывается адрес)

Уважаемая Анна Ивановна!

Просим Вас принять заказ на покупку у Вашей фабрики детских мягких игрушек:

собачек (артикул 100-Б) – 50 шт.;

Кошек (артикул 105-А) – 30 шт.;

Обезьян (артикул 120-А) – 30 шт.;

Лягушек (артикул 30-А) – 30 шт.

Прошу отправку заказов в наш адрес произвести к первому сентября 2008 года.

Директор учебно-педагогического комплекса №1023

А.В. Сергеева.

Подпись

Бланк с реквизитами Российского университета дружбы народов

Фирма

Деро Computers

Уважаемые господа!

Просим принять заказ на системные блоки Компьютер (Деро Его 8720): процессор AMD Athlon 64x25000. Память 2048 Мб, HDD 320 Гб. DBD+RW. Видео NVidia 8600GTS 512 Мб. Лицензионная операционная система Windows Vista Home Basic. Заказ на три системных блока просим выполнить к первому сентября 2008 года.

Подпись представителя заказчика

М.П.

подпись

Ответ на заказ

На выставке бытовых товаров начальник хозяйственного управления одной фирмы Еремин А.Г. увидел сумки, которые он хотел бы использовать для рекламной компании, предстоящей конференции. Он попросил оферту и сделал заказ.

Образец письма-ответа на заказ

Уважаемый господин Еремин!

Подтверждаем получение Вашего заказа №10700.

Спасибо за заказ. Мы рады, что Вы сделали заказ у нас.

Ваш заказ мы включили в план нашей работы.

Подтверждаем, что сможем выполнить заказ к назначенному Вами сроку. Точную дату отправки товара сообщим Вам дополнительно.

С уважением,

Начальник отдела заказов

подпись

06.07.08

Письмо-соболезнование

Письма для выражения соболезнования, сочувствия, сожаления должны быть теплыми, искренними, своевременными.

Письмо-соболезнование не должно быть пространным, не должно быть формальным. Оно должно быть максимально теплым и носить личный характер.

Несмотря на официальный характер письма-соболезнования, в нем желательно не указывать свою должность – достаточно, подписывая письмо, указать имя и фамилию.

В письме-соболезновании (по поводу смерти близкого человека уместны воспоминания о покойном, о его прекрасных качествах, о том счастливом времени, которое Вы провели с ним.

Главным предметом письма должна быть личность, которую мы утратили. Письмо должно так представить покойного, чтобы скорбь и печаль о нем были понятны. Утешения могут упоминаться вскользь.

Не только смерть вызывает соболезнование. Есть немало других обстоятельств и случаев жизни, когда сочувствие и утешение приносят человеку облегчение. Расставание двух до этого искренно любивших друг друга людей, тяжелая болезнь члена семьи, значительная потеря состояния, автомобильная авария и т.д. требуют близко стоящих людей высказать слова сочувствия и утешения.

Образец письма-соболезнования

Дорогой Иван Иванович!

Известие о смерти Вашей жены, всеми нами любимой и уважаемой Анны Сергеевны, меня крайне огорчило.

Анна Сергеевна была таким добрым, милым, теплым человеком, что нельзя без слез вспоминать радость общения с ней в Вашем гостеприимном и добром семействе.

Я хорошо понимаю горечь постигшей Вас утраты, вашу скорбь и печаль, грусть одиночества. Я понимаю, что слова утешения бессильны здесь...

Я искренне скорблю вместе с Вами, самыми добрыми чувствами вспоминаю незабвенную Анну Сергеевну.

Воспоминания об Анне Сергеевне укрепят ту глубокую преданность, которую я всегда испытывал к Вашей семье.

Истинно преданный Вам,
Андрей (Смирнов)

подпись

ПИСЬМА-ПРОСЬБЫ

Письма-просьбы – очень распространенная группа деловой переписки. Это объясняется тем, что очень часто в деловом общении возникает необходимость обратиться с просьбой к партнеру, коллеге, начальству, друзьям. Иногда мы чувствуем себя неловко, обращаясь с просьбой к кому бы то ни было, а обратиться с письменной просьбой гораздо легче. Письма-просьбы используются во множестве самых различных ситуаций.

Излагая просьбу, необходимо сказать о том, чем она обоснована или о том, почему вы заинтересованы в том, о чем пишете. В письме-просьбе может быть высказана личная или коллективная заинтересованность в ее исполнении.

Ключевым словом письма-просьбы является глагол «просить». Просьба может излагаться:

от первого лица единственного числа («прошу...»),

от первого лица множественного числа («просим...»),

от третьего лица единственного числа («просит...»), в этом случае употребляются существительные с собирательным значением (дирекция, коллектив, администрация, кафедра ... просит...),

от третьего лица множественного числа, если употребляется несколько существительных с собирательным значением (коллективы кафедр РУДН... просят... , студенты 1-4 курсов просят...).

При составлении письма-просьбы обращение со словом «просьба» выделяется. При этом а) можно начать письмо с самого слова «Прошу...» (что по этическим причинам не всегда удобно) или б) можно выделить глагол **«прошу»**, **«просим»** внутри текста полужирным шрифтом.

Обычно в заголовке текста слово «просьба» не употребляется.

Письма-просьбы обычно небольшие по объему. Если письмо составляет всего один абзац, это характеризует стандартные письма-просьбы, адресованные деловым партнерам, отношения с которыми уже давно сложились. Если же письмо-просьба адресовано партнеру, отношения с которым только складываются, или речь идет об изложении сложной, необычной просьбы, то письмо состоит из двух-трех абзацев. В таких случаях сначала излагаются общие обстоятельства дела, и только потом речь идет о самой просьбе.

Наиболее типичные словосочетания и выражения для написания писем-просьб

1. Прошу (просим) Вас (вас) сообщить (нам)...
отправить в наш адрес...
проинформировать (кого?)...
представить (директору)...
2. Прошу Вашего содействия

в получении...

- в разрешении...
- в предоставлении...
3. Прошу Ваших указаний

для оформления документов...

для назначения сроков...

для заключения контракта...

4. Прошу Вас

помочь в оформлении контракта...

помочь нам в получении информации...

оказать нам помощь в проведении...

5. В письмах-просьбах часто употребляются слова «убедительно», «срочно», «желательно», «в виде исключения», «были бы признательны».

Образцы писем-просьб

I. Кто пишет?

Ф.И.О.

Учреждение,

Адрес,

Телефоны.

Кому?

Ф.И.О.

Учреждение,

Адрес,

Телефоны.

Уважаемый Александр Георгиевич!

В 1981 году я окончил филологический факультет Университета. Темой моей работы было описание обрядового фольклора моей страны.

За время работы на родине я собрал большой материал и частично обработал его. Теперь передо мной стоит вопрос поступления в аспирантуру.

Прошу Вас помочь мне и проинформировать меня, когда и какие документы должны быть оформлены для поступления в аспирантуру, каковы сроки подачи документов.

С глубоким уважением,

(Число)

(Подпись)

II.

Главному директору
издательства «Русский язык. Курсы»

Ф.И.О.

Адрес,

Телефоны

Ф.И.О.

Учреждение,

Адрес,

Телефоны

Уважаемый Владимир Васильевич!

В связи с необходимостью срочно издать учебно-методическое пособие по лингвокультурологическому анализу художественного текста, **прошу** Вас помочь нам издать это пособие в максимально короткий срок до 15.05.08.

Прошу Вас подтвердить получение этого письма.

С глубоким уважением,

(Число)

(Подпись)

Задания.

1. Составьте деловые письма, адресованные заведующему кафедрой, на которой учились или учитесь, с просьбой а) проконсультировать вас по теме диссертации; б) прислать вам библиографию по какой-либо теме (указать тему); с просьбой принять участие в научной конференции (укажите название конференции); г) с просьбой сообщить о сроках вступительных экзаменов в аспирантуру (укажите специальность); д) с просьбой разрешить изменить тему магистерской диссертации (укажите тему). В конце каждого письма поблагодарите адресата, используя подходящую форму выражения благодарности.

2. Составьте деловое письмо-просьбу об отправке рекламных материалов генеральному директору издательского комплекса «Диалог – наука» Яковлеву Андрею Ивановичу. При этом укажите, какие рекламные материалы вас интересуют, в каком количестве экземпляров, срок, за который вы бы хотели получить эти материалы.

3. Составьте письмо-ответ на просьбу об отправке рекламных материалов (см. п.2), в котором подтвердите получение рекламных материалов, поблагодарите за их своевременное отправление и за хорошо выполненную работу.

4. Напишите еще несколько писем-просьб, используйте при их составлении слова и словосочетания, типичные для писем-просьб.

ПИСЬМА-РЕКЛАМАЦИИ (ПРЕТЕНЗИИ)

Причиной и поводом для писем-рекламаций служат:

1. Невыполнение договорных обязательств по различным причинам (например, из-за технических ошибок, из-за форс-мажорных обстоятельств, т.е. обстоятельств непреодолимой силы), из-за низкой квалификации или плохой дисциплины сотрудников.
2. Плохое, недобросовестное или частичное исполнение договорных обязательств.
3. Несвоевременная оплата каких-либо этапов работы, что мешает ее завершению, и тому подобные причины недовольства какой-либо из договаривающихся сторон.

Письмо-рекламация, несмотря на его общее содержание (выражение недовольства), должно быть корректным и подчеркнуто вежливым.

Структура письма-рекламации должна быть особенно четкой. Непременно указывается **тема письма** (например, рекламация по поводу невыполнения... контракта; рекламация по поводу брака в выполненном вами заказе).

Во вступительном абзаце формулируется претензия, а в следующих, первом и втором абзацах, излагаются конкретные детали нарушения договора адресатом.

В заключительном абзаце излагаются требования (ожидания) к адресату, указываются действия, которые могут исправить ситуацию. Здесь же излагаются возможные санкции, которые могут быть предприняты по отношению к нарушителю договора.

Письма-рекламации зачастую предшествуют обращению потерпевшей стороны в суд, поэтому они должны составляться очень четко. Факты, изложенные в письме-рекламации, должны подкрепляться ссылками на документы, а копии документов должны быть даны в Приложении к письму.

В письме-рекламации при предъявлении претензий часто используются такие выражения:

- а) При получении заказа от Вашей фирмы нами было обнаружено...
- б) При получении поставки (заказ №199) установлено, что упаковка нарушена и отсутствуют...
- в) Наш заказ (договор №19 от 03.03.08) был подтвержден Вами, срок его исполнения истек, но...
- г) При испытании... мы обнаружили, что... повреждено.
- д) Сообщаем Вам, что заказанный нами... прибыл сегодня в поврежденном состоянии...
- е) Мы подготовили список дефектов и уверены, что Вы устраните их в кратчайший срок.
- ж) Выявленные нами недочеты были зафиксированы, список их был направлен в Ваш адрес...

При формулировании требований используются следующие выражения:

- а) Просим Вас заменить дефектные детали...
- б) В интересах нашего дальнейшего сотрудничества просим Вас в кратчайший срок возместить ущерб...
- в) Просим Вас в течение 10 дней возместить убытки нашей фирмы...
- г) Надеемся, что Вы в ближайшие дни заберете товар, подлежащий рекламации...

При описании последствий от нарушения договора употребляются такие выражения:

- а) Мне неприятно говорить об этом, но нам, видимо, придется обратиться к другой фирме...
- б) Нам не хотелось бы прибегать к этой крайней мере, но, видимо, нам придется обратиться в суд.

в) Я надеюсь, что Вы отреагируете на наши требования, так как в противном случае Вам грозят штрафные санкции...

В заключительных фразах письма-рекламации могут быть такие выражения:

а) Я надеюсь, что Вы постараетесь решить все вопросы в ближайшее время.

б) Я был бы благодарен Вам, если бы Вы в самом ближайшем времени разобрались с этим неприятным случаем...

в) Я надеюсь, что Вы сумеете устранить указанные дефекты...

г) Я уверен (а), что вы сделаете все необходимое, чтобы ликвидировать эти досадные погрешности...

В письме-рекламации необходимо соблюдать следующие этапы:

- точно описать причину рекламации;

- выразить уверенность, что адресат (продавец) найдет выход из положения;

- сказать о том, что вы надеетесь на продолжение деловых отношений после ликвидации недоразумения.

Задания.

I. Выполните задания, обратите внимание на типичные словосочетания и выражения, употребляемые в письмах-рекламациях:

1. Употребите в контексте синонимы слова «немедленно» – «в ближайшее время», «срочно», «как можно быстрее», «в кратчайший срок», «сразу же», «моментально», «не откладывая» и т.д.

2. Употребите при составлении рекламации следующие выражения: «мы просим Вас», «мы надеемся», «мы рассчитываем», «мы ждем, что», «мы будем благодарны», «мы уверены, что».

II. Составьте письма-рекламации по следующим причинам:

1. Ваша фирма заказала мебель у поставщика. Заказ был принят, соответствующим образом оформлен, вами был частично оплачен, изготовитель произвел все необходимые замеры. Срок заказа истек две недели назад.

2. Вы заказали поставщику строительные материалы для строительства здания фирмы. Строители прибыли для проведения работ, а стройматериалы не поступили, хотя срок их доставки истек уже три дня назад.

III. Дополните данное письмо-рекламацию, вставив необходимые слова и выражения. Это письмо пишет директор туристической фирмы «Север» Сергеев И.С. директору строительной-ремонтной фирмы Петрову И.П., с которым у туристической фирмы подписан контракт на ремонт офисного помещения. Фирма ремонт не начала, хотя по договору должна была уже через несколько дней его закончить.

Образец письма-рекламации

Директору

ЗАО «Строим вместе»

Петрову И.П.

Москва, 117607,

ул.Удальцова, 87

Уважаемый Иван Петрович!

Мы подписали с Вами договор «202 от 15.01.08 о проведении Вашей фирмой косметического ремонта нашего офиса. В этом договоре значились следующие работы, которые должны были быть начаты и закончены

К сожалению, ремонт

Представляем на ваше рассмотрение рекламацию в связи Нам бы очень не хотелось прибегать к этой крайней мере, но, видимо, У меня еще есть надежда, что, чтобы мы могли продолжать

Невыполнение условий договора делает невозможным наше сотрудничество. Кроме того, в соответствии с законодательством РФ, мы оставляем за собой право обратиться в суд.

Приложение:

1. Договор между фирмой «Север» и фирмой «Строим вместе» на 3 листах (адресату).
2. Рекламационный акт на 2 листах, в 2 экз. (адресату).

С уважением,

Генеральный директор
турфирмы «Север»
Сергеев И.С.

Подпись

IV. Составьте ответ директора строительно-ремонтной фирмы Петрова И.П. на эту рекламацию. В этом ответе Петров И.П. объясняет, почему его фирма не приступила к ремонту в назначенное время и обещает в кратчайший срок начать и завершить ремонт. Он приносит свои извинения Сергееву Ивану Сергеевичу и предлагает в связи с этим снизить стоимость ремонта на определенную сумму.

ПИСЬМА-СООБЩЕНИЯ

В деловом общении широко используются письма-сообщения. Их используют, когда надо сообщить:

1. О событиях или фактах, связанных с делом, которым заняты обе стороны.
2. Ответить на первоначальное сообщение, отреагировать на него или просто сообщить о его получении.
3. Переправить сообщение или часть его другим людям, связанным с этим делом, вопросом или событием.

Письмо-сообщение начинается с **обращения к адресату**.

В главной части выделяется прописными буквами или полужирным шрифтом слово **«сообщаем» («сообщаю»)**.

Письма-сообщения **могут быть краткими** (1/2 или 1/3 машинописного листа). В этом случае в первом абзаце излагается самое главное содержание, а в следующем абзаце может быть дано какое-нибудь разъяснение к этой информации.

Письма-сообщения могут быть более пространными, в них не только сообщается о каких-нибудь деловых событиях и фактах, но и дается их оценка. Первичное сообщение обычно бывает четким и кратким.

В ответных письмах-сообщениях необходимо сослаться на письмо, которое вызвало этот ответ, указать его дату и номер.

Образец краткого письма-сообщения

Кому ... (Ф.И.О.)

Адрес ... (адресата)

Уважаемая Анна Павловна!

Откликаясь на Ваше предложение о более интенсивной совместной деятельности, **сообщаю** Вам, что 15.04.08 в здании нашего офиса (Якиманка, 10) в 14.00 состоится школа-семинар по внедрению современных форм бухгалтерского учета. Буду очень рада, если Вы сможете присутствовать.

С дружеским приветом,

Подпись А.Петрова

От кого ... (Ф.И.О.)

Должность ...

Адрес ...

Часто встречающиеся в письмах-сообщениях слова и словосочетания

1. Сообщаем (сообщаю) о том, что...
о фактах...
о защитах диссертаций...
о проведении экзаменов...
об обсуждении научных работ...
о событии...
2. Направляем (направляю)

отчет о проделанной работе...

контракт о поставке...
приказ о...
протокол...
акт экспертизы...

3. Высылаем (высылаю)

программу...

каталоги...

документы...
стандарты учебных планов...
отчеты аспирантов...

Задания.

I. Напишите своим коллегам письмо и сообщите им, что Вы открыли новый филиал фирмы в городе Сочи.

II. Продолжите приведенные здесь сообщения:

1. Сообщаем Вам, что доцент Иванова Анна Ивановна защитила докторскую диссертацию...

2. Сообщаем Вам, что конференция по методике преподавания русского языка на территории стран СНГ состоится 20-21 апреля 2008 года...

3. Разрешите сообщить Вам, что в издательстве «Русский язык. Курсы» вышла работа преподавателей нашей кафедры С.И.Ельниковой и Н.Г.Шоруновой...

4. Высылаем Вам каталоги нашего издательства...

5. Направляем Вам план работы Интерклуба РУДН...

6. Сообщаем Вам, что конференция молодых ученых состоится в апреле...

III. Составьте письма-сообщения и извещения, используя выражения из задания 2:

1. Сообщите об успехах сотрудничества двух фирм...

2. Информировать ... об открытии нового супермаркета на юго-западе Москвы.

3. Сообщите вашим деловым партнерам, что вы планируете слияние вашей фирмы с известной ...

4. Информировать жителей прилегающих к вашему магазину улиц, что товары, которые продаются в вашем магазине, отличаются...

ПИСЬМА-ЗАПРОСЫ

С письма-запроса обычно начинается то или иное дело, которое ограничено определенным договором. Письмо-запрос начинает действие обеих сторон (адресата и адресанта). Автор письма запрашивает у адресата необходимую информацию. Это могут быть сведения о будущем контракте, работе, о какой-либо специальной информации служебного или рекламного характера.

При подготовке запросов нужно:

1. Четко и понятно изложить, что вас интересует, сохраняя при этом корректность и максимальную вежливость;

2. Интересуясь условиями будущей работы, контракта и т.п., не указывайте ваши условия и цены, а интересуйтесь (запрашивайте) условия адресата;

3. Запрашивая адресата о его условиях, оставляйте ему (и себе) возможность для маневрирования;

4. Придерживайтесь правила своевременно отвечать на все ответы адресата, не забывая о цели своего запроса.

Начавшись с запроса, переписка может иметь много вариантов своего продолжения:

1. Запрос о какой-либо информации, полученной из рекламы или объявления;

2. Запрос каталога или иных дополнительных сведений;

3. Запрос о возможных льготах или других особых условиях;

4. Запрос на получение проекта договора или ещё какой-либо новой дополнительной информации и т.д.

Образец письма-запроса информации

Госпожа Шенгюл Захиде закончила филологический факультет университета в Стамбуле по специальности «Русский язык». В одном из выпусков журнала «Русский язык за рубежом» она прочитала интересную информацию о курсах повышения квалификации для зарубежных преподавателей русского языка при Российском университете дружбы народов. Ей захотелось узнать об этих курсах подробнее, и она решила написать в РУДН.

Факультет повышения квалификации
Российского университета дружбы народов
Декану ФПК
Ул. Миклухо-Макляя, 6,
Москва, 117485.

Стамбул, 25.02.08.

Шенгюл Захиде
(адрес)

Уважаемые господа! (Уважаемый декан факультета повышения квалификации)

Из статьи в журнале «Русский язык за рубежом» я узнала, что в Российском университете дружбы народов есть курсы повышения квалификации для преподавателей русского языка как иностранного из зарубежных стран.

У меня и моих коллег из Стамбульского университета есть целый ряд вопросов об обучении на ФПК РУДН. Очень прошу выслать мне проспект или программу этих курсов с указанием стоимости и продолжительности обучения.

Большое спасибо за помощь.

С уважением,

(Подпись)

Шенгюл Захиде,
Преподаватель русского языка
Стамбульского университета.

Задания:

I. Выберите правильный ответ:

1. Откуда узнала о ФПК преподавательница из Стамбула?
 1. Из рекламы
 2. Из реферата
 3. Из статьи
 4. Из письма
2. Что просит выслать преподавательница?
 1. Книги или брошюры
 2. Проспект или программу
 3. Рекламу или кассеты
 4. Газеты
3. Как спросить о расценках на обучение?
 1. Как дорого это стоит?
 2. Как много я должна платить?
 3. Почём эти занятия?
 4. Сколько стоит курс обучения на ФПК?
4. Какое обращение принято в русском языке для данной ситуации?
 1. Уважаемые дамы и господа...
 2. Уважаемый господин...
 3. Уважаемый господин (указывается фамилия)...
 4. Уважаемый (ая) (имя и отчество)...
5. Какая заключительная фраза больше всего подходит для данной ситуации?
 1. С наилучшими пожеланиями...
 2. С дружеским приветом...
 3. Всего самого доброго...
 4. С уважением...
6. За что благодарна Шенгюл Захиде сотрудникам ФПК РУДН?
 1. За их сочувствие...
 2. За их сотрудничество...
 3. За их помощь...
 4. За открытие этих курсов...

II. Обратите внимание на выражения, которые вы можете использовать в письмах-запросах (а также и в других письмах) в аналогичных ситуациях.

I. Выражение заинтересованности.

1. Меня очень заинтересовала ваша реклама...
2. Меня интересует ваша программа...
3. Мне интересно, каким образом мы сможем работать вместе...

II. Запрос информации.

1. Меня интересует, возможно ли что-нибудь сделать...
2. Могла бы я узнать об условиях приёма в ваш университет...
3. Имеет ли возможность студент, поступивший в ваш университет, рассчитывать на получение общежития?
4. Сколько стоит обучение на экономическом факультете университета?
5. На какую работу может рассчитывать филолог, закончивший бакалавриат?

III. Просьба (запрос) выслать более детальную информацию.

1. Прошу Вас сообщить цены за обучение на различных факультетах университета.
2. Мы хотели бы узнать, когда состоится конференция по русскому языку делового общения?
3. Пришлите, пожалуйста, новый проспект с правилами приёма в ваш университет.

IV. Запрос дополнительной информации.

1. Кроме правил приёма в университет, я хотел(а) бы узнать о сроках обучения в бакалавриате и магистратуре.
2. Кроме сроков обучения на различных факультетах, меня интересует возможность продолжать обучение в аспирантуре.
3. В дополнение к списку экзаменов я хотел(а) бы получить программы курсов.
4. Кроме каталога ваших товаров, мне бы хотелось получить материалы об их стоимости.

V. Просьба ответить и выражение надежды на получение ответа.

1. Прошу Вас как можно скорее ответить на мои вопросы.
2. Прошу Вас сообщить о сроках экзаменов.
3. Прошу Вас предоставить студенту N общежитие.
4. Не могли бы прислать нам каталог Ваших товаров?
5. Не могли бы Вы сообщить нам, когда будет выставка китайских товаров в Москве?
6. Меня (нас) очень интересует вопрос не только о том, как студенты учатся, но и о том, как они отдыхают.

VI. Запомните эти выражения и словосочетания, которые часто встречаются в письмах-запросах

1. Меня интересует следующее...
2. Эти вопросы меня очень интересуют...
3. Не могли бы Вы ответить...
4. Каковы требования к претенденту на работу...
5. Не могли бы Вы прислать мне каталог...
6. Пришлите, пожалуйста, прейскуранты ваших товаров...
7. Могу ли я рассчитывать на получение работы на фирме, которой Вы руководите?
8. Я прошу Вас прислать мне проспект...
9. Я буду Вам очень благодарен (благодарна), если Вы будете так добры и отправите мне образцы Ваших новых тканей...

VII. Вставьте подходящие по смыслу слова

1. Разрешите ... к вам с запросом о количестве вакантных мест на вашей фирме.
2. Направляю вам ... об условиях приёма рукописей в вашем издательстве.
3. Разрешите ... у вас следующую информацию.
4. Направляем вам ... о правилах приёма в РУДН.
5. Пожалуйста, ... нас о стоимости обучения на курсах.
6. Пожалуйста, ... нам ваши каталоги.
7. Выставка ваших товаров очень ... нашу фирму.
8. Нас очень ... ваш ответ.
9. Направляем вам наш ответ на ваш ...
10. Разрешите ... у вас необходимую нам информацию.

Слова для справок. Обращаться – обратиться, просить – попросить, запросить – запрашивать, интересоваться – заинтересовать, информировать – проинформировать, прислать – присылать.

VIII. Составьте письма-запросы, используя данные здесь словосочетания и выражения.

1. Выразите вашу заинтересованность в какой-либо информации. Используйте эти выражения.

- а) Меня интересует...;
- б) нашу фирму заинтересовала(о)...;
- в) не могли бы вы сообщить нам...;
- г) имеет ли ваша фирма возможность...;
- д) мы очень хотели бы узнать...;
- е) интересует ли вас возможность сотрудничества с нашим...;
- ж) мне было бы интересно узнать, каковы...;
- з) не считаете ли вы возможным наше сотрудничество...

2. Напомните о прежних контактах, совместной работе, сошлитесь на статью в газете или рекламу. Используйте эти выражения.

- а) Ваша реклама в газете «Округа» очень заинтересовала нас...
- б) Ваше объявление в газете «Дружба» о летнем лагере для детей...
- в) Не могли бы вы дать более полную информацию об условиях обучения в вашем университете, чем та, которую...
- г) Разрешите напомнить Вам о нашей встрече и попросить Вас...

д) Я надеюсь, что Вы не забыли о нашей совместной работе в рекламном бюро, и хочу предложить Вам...

- е) Я хочу напомнить Вам, что конференция...
- ж) Меня заинтересовала возможность работы на вашей фирме, о которой я узнала из...

3. Просьба предоставить какие-либо материалы, документы и т.п.

- а) Просим Вас выслать нам каталоги ваших товаров...
- б) Просим выслать нам справочник об условиях приёма на краткосрочные курсы...
- в) Не могли бы Вы отправить нам более подробную информацию об учебно-образовательных

турах...

г) Просим Вас сообщить нам о стоимости транспортировки и страховых расходов тиража учебника «Русский язык» (1000 экз.)...

д) Наш университет будет очень рад, если Вы сможете в кратчайшие сроки сообщить нам о возможности проведения...

е) Кроме того, мы очень заинтересованы в получении сметы строительства...

ж) В дополнение к каталогу, мы просим Вас прислать нам...

IX. Составьте письмо-запрос.

1. Об условиях проведения олимпиады по русскому языку для иностранных студентов-филологов, обучающихся в России.

2. О стоимости обучения в аспирантуре кафедры русского языка и методики его преподавания по специальности 10.02.01 – «русский язык».

Постановление

Постановление – это правовой документ, принимаемый высшими исполнительными органами федеральной власти в целях разрешения наиболее важных задач и установления стабильных норм и правил.

Постановление состоит из 2 частей.

В первой (вступительной) части указываются причины, цели, которые послужили основанием для издания этого документа. Она заканчивается глаголом ПОСТАНОВЛЯЮ (глагол пишется большими буквами).

Во второй части (распорядительной) перечисляются установленные действия, их исполнители и сроки исполнения. Действие в каждом пункте постановления выражается инфинитивной конструкцией (*что сделать*).

Образец № 1

Постановление Правительства Российской Федерации
от 21 февраля 2008 г. N 105 г. Москва

О возмещении вреда, причиненного жизни и здоровью лиц в связи с их участием в борьбе с терроризмом

В соответствии со статьей 21 Федерального закона "О противодействии терроризму" и в целях возмещения вреда, причиненного жизни и здоровью лиц, участвовавших в осуществлении мероприятий по борьбе с терроризмом, Правительство Российской Федерации **ПОСТАНОВЛЯЕТ**:

1. Утвердить прилагаемые Правила возмещения вреда, причиненного жизни и здоровью лиц в связи с их участием в борьбе с терроризмом.

2. Расходы, связанные с возмещением вреда, причиненного жизни и здоровью лиц в связи с их участием в борьбе с терроризмом, производятся в пределах средств, предусматриваемых в федеральном бюджете на соответствующий год федеральным органам исполнительной власти, участвующим в осуществлении мероприятий по борьбе с терроризмом, на финансовое обеспечение расходов, осуществляемых в рамках специальных программ и специальных мероприятий...

Председатель Правительства РФ

В. Зубков

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

Правительства Российской Федерации
от 23 августа 2007 г. N 534

О проведении эксперимента по государственной поддержке

предоставления образовательных кредитов студентам образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию.

В целях разработки и апробации механизмов государственной поддержки образовательного кредитования Правительство Российской Федерации **ПОСТАНОВЛЯЕТ**:

1. Установить, что в 2007 - 2010 годах проводится эксперимент по государственной поддержке предоставления образовательных кредитов студентам образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию, направленный на:

повышение доступности качественного высшего профессионального образования, усиление социальной направленности системы образования, в том числе для граждан из малообеспеченных семей;

выявление потенциала и перспектив образовательного кредитования в существующей правовой и экономической среде;

подготовку предложений по разработке нормативных правовых актов по вопросам образовательного кредитования.

2. Утвердить прилагаемые:

Положение о порядке проведения эксперимента по государственной поддержке предоставления образовательных кредитов студентам образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию;

Правила возмещения за счет средств федерального бюджета части расходов поручителей по договорам поручительства по образовательным кредитам, предоставленным студентам образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию.

3. Министерству образования и науки Российской Федерации:

разработать и утвердить до 1 октября 2007 г. [формы документов, необходимых для реализации настоящего постановления](#);

представлять ежегодно с 2008 года в Правительство Российской Федерации в I квартале календарного года и по окончании эксперимента, указанного в пункте 1 настоящего постановления, доклад о ходе проведения эксперимента.

Председатель
Российской Федерации
Москва, 27 августа 2007 г., N 2175

Правительства
М. Фрадков

УТВЕРЖДЕНО
РФ от 23 августа 2007 г. N 534

постановлением
Правительства

Обратите внимание:

На тип документа указывает название постановления, а на содержание документа – предложно-падежная конструкция, отвечающая на вопрос о чем?

Задания:

1. Вспомните, какие типы документов имеют такую же структуру в оформлении заголовка?

2. Ответьте на вопросы по Постановлению №1:

-О чем этот документ?

-Кто принял данное Постановление?

-О каких лицах идет речь в документе?

-В чем они участвуют?

-Что является основанием данного документа?

-Сколько частей в постановлении? Какие?

3. Ответьте на вопросы по Постановлению №2:

- О каком эксперименте идет речь?
- Каких социальных групп он касается?
- Каковы цели данного эксперимента?
- Назовите сроки проведения его?
- Как Вы считаете, нужны ли кредиты в образовании?
- Знаете ли Вы кого-либо, обучающегося по образовательному кредиту?
- Каковы плюсы и минусы данного эксперимента?
- Есть ли в Вашей стране подобные программы?

ПИСЬМА-ПРИГЛАШЕНИЯ

Письма-приглашения решают несколько задач:

- письма-приглашения информируют адресата о каком-либо мероприятии;
- письма-приглашения сообщают о том, что присутствие адресата желательно на этом мероприятии;
- приглашая адресата, автор приглашения выражает свое уважение и доброе отношение к адресату.

Эти задачи определяют как содержание, так и оформление писем-приглашений (структуру, стилистику, оформление).

Содержание письма-приглашения должно быть любезным, благожелательным, достаточно кратким.

Краткость письма-приглашения не освобождает от необходимости решить все задачи, вызвавшие это приглашение:

- введение, в котором содержится обращение и сообщается о мероприятии;
- детальная информация о событии;
- просьба об ответе, принято или нет приглашение;
- информация о деталях проведения мероприятия, регламенте, адресе и т.п.

Оформление письма-приглашения зависит от характера приглашения. Письмо-приглашение может быть составлено в виде билета-приглашения, который используется для приглашения на открытие фирмы, на юбилей, дни рождения, а также другие торжественные и знаменательные события. В таком случае приглашение печатается на хорошей бумаге, художественно оформляется.

Приглашение для участия в научной конференции оформляется по-другому, оно гораздо больше по объему и оформлено просто, но детально. У таких приглашений своя специфика.

Полуофициальные и неофициальные приглашения оформляются проще и могут не упоминать о всех тех задачах, о которых шла речь выше. Стилистически официальные и неофициальные приглашения имеют существенные различия.

Задание 1.

1. Напишите официальное приглашение на открытие фирмы (коллеге, руководителю смежной фирмы, делегации деловых людей из дружественной фирмы за рубежом).

2. Напишите официальное приглашение на конференцию молодых ученых кафедры; укажите, когда состоится конференция, какова ее повестка, в какой форме возможно участие в этой конференции и на каких условиях; где будет проходить эта конференция, когда и т.д.

3. Напишите письмо-приглашение на юбилей руководителя фирмы. Укажите где, когда будет проходить празднование юбилея (торжественное заседание, фуршет, ужин и т.п.), приглашается ли

супруг(а), в какой форме будет проходить торжество (т.е. будет ли банкет с посещением ресторана, будет ли просто предложено вино или шампанское). При составлении таких приглашений продумайте их оформление.

4. Напишите письмо-приглашение для отправки его по SMS-почте.

Задание 2.

Составьте несколько вариантов (3-4) официальных обращений для приглашения:

1. на юбилей фирмы;
2. на юбилей заслуженного сотрудника;
3. на рождественскую вечеринку фирмы;
4. на экскурсию или выставку;

Задание 3.

Употребите в официальных приглашениях следующие формулы-клише:

1. Ученый совет факультета и кафедра русского языка и методики его преподавания приглашают Вас на торжественный вечер, посвященный...;
2. ...Приглашаем Вас на обсуждение романа А.Иванова «Географ пропил глобус»...

Употребите в неофициальных приглашениях следующие выражения:

1. Мы хотели бы пригласить Вас... (число, время, место) на вечер, посвященный свадьбе нашей дочери...;
2. Мы будем очень рады, если Вы сможете прийти...;

Надеемся, что Вы сможете прийти...;

3. Я хотел(а) бы пригласить Вас на экскурсию в Ясную Поляну...;
4. Не поехал бы ты с нами в Поленово?..

Задание 4.

Выразите в приглашении просьбу ответить на ваше письмо, употребив следующие выражения:

1. на официальное письмо:
 - Просим ответить...;
 - Мы были бы рады узнать о Вашем согласии участвовать...;
 - Просим сообщить заблаговременно о Вашем участии...
2. на неофициальное приглашение:
 - Сообщи, пожалуйста, сможешь ли ты прийти...;
 - Мы все очень надеемся, что увидим тебя в этот радостный для нас день...;
 - Позвони нам, сможешь ли ты приехать...

Задание 5.

Ответьте на приглашение, используя следующие выражения.

1. Принятие официального приглашения:
 - Сердечно благодарю Вас за любезное приглашение и непременно буду...;
 - С большим удовольствием принимаю Ваше приглашение...
2. Принятие неофициального приглашения:
 - Очень рада твоему приглашению и...;
 - Спасибо больше за приглашение...

Задание 6.

Отклоните приглашения (официальное и неофициальное).

1. Благодарю Вас за Ваше любезное приглашение, но, к сожалению, я не могу его принять, т.к. в эти дни меня не будет в городе...;
2. Мне очень жаль, что не смогу к Вам прийти, т.к. в этот день буду очень занят(а)...

Задание 7.

Напишите приглашения.

1. Пригласите вашего друга (подругу) на выпускной вечер по поводу окончания магистратуры;
2. Пригласите вашего профессора, приехавшего из вашей страны в Россию, на книжную выставку-ярмарку;
3. Пригласите вашего коллегу на выставку в музей А.С.Пушкина на Пречистенке;
4. Пригласите своих коллег на рабочее совещание по обсуждению задач фирмы в III-IV кварталах года.

Протокол

Протокол – документ с записью всего происходящего на совещании и собрании. Это запись и обсуждения вопросов, и принятия решений, и др.

Различают *полные* и *краткие* формы протокола.

Полный протокол составляют при особо важном заседании, совещании или собрании. В нем приводятся полные тексты выступлений.

Полный протокол строится по схеме:

СЛУШАЛИ – ВЫСТУПИЛИ – ПОСТАНОВИЛИ (РЕШИЛИ). Последний раздел является самым важным и должен содержать строгие и четкие формулировки.

Образец полного протокола:

(Наименование предприятия)

ПРОТОКОЛ

"__" _____ 199_ г.

№. _____

Председатель - _____
Секретарь - _____

Присутствовали: _____
(должности, фамилии, инициалы)

Приглашенные: _____
(должности, фамилии, инициалы)

ПОВЕСТКА ДНЯ:

1. _____

2. _____

1. СЛУШАЛИ: _____ - _____
(Ф.И.О., должность) (содержание доклада)

2. ВЫСТУПИЛИ:

_____ - _____
(Ф.И.О., должность) (содержание выступления)

_____ - _____
(Ф.И.О., должность) (содержание выступления)

3. ПОСТАНОВИЛИ:

1.1. _____

1.2. _____

Председатель _____
(подпись)

Секретарь _____
(подпись)

Обратите внимание на то, что:

1. слова СЛУШАЛИ, ВЫСТУПИЛИ, ПОСТАНОВИЛИ пишутся прописными буквами;
2. после слов СЛУШАЛИ, ВЫСТУПИЛИ ставится двоеточие, а затем следуют должность, имена и фамилии выступающих.

3. обсуждаемые вопросы формулируются в форме именительного падежа.

Например: СЛУШАЛИ: вопрос об итогах письменной аттестации студентов 1 курса.

Образец краткого протокола:

(Наименование предприятия)

ПРОТОКОЛ
"__" _____ 199__ г.
№. _____

Производственного

совещания

Председатель - _____
Секретарь - _____

Присутствовали: _____
(должности, фамилии, инициалы)

Рассмотренные вопросы:

1. _____

2. _____

Принятые решения:

1. _____

2. _____

Председатель _____
(подпись)

Секретарь _____
(подпись)

Задания:

1. Сравните схемы полного и краткого протокола. Что общего и чем они отличаются? Из каких частей состоят?
2. Обратите внимание на оформление каждой части.
3. Составьте по образцу краткий протокол какого-либо собрания (например, защиты вашей курсовой или дипломной работы или работы другого студента).

Письмо о расторжении договора

Каким бы успешным ни было деловое сотрудничество, случаются моменты, когда партнер демонстрирует недостаточную ответственность при исполнении договора: небрежность при оформлении документов, поставка некачественного товара; несвоевременный или ошибочный платеж за товар или услуги, задержка поставки и т.д. Это вызывает претензии одной стороны к другой, которые отражаются в рекламации, или письме-претензии.

Однако довольно часто письма-претензии остаются без рассмотрения. В таких случаях партнерам приходится прибегать к расторжению договора.

Расторжение договора происходит следующим образом. Сторона, имеющая претензии, отправляет письмо о расторжении договора другой стороне, указывая в нем:

1. основания, по которым расторгается договор;
2. ссылки на документы, где указываются необходимые детали;
3. выражение сожаления по поводу случившегося.

Подобные письма всегда неприятны для обеих сторон. Поэтому письмо должно быть выдержано в тактичном, вежливом и сдержанном тоне. Для этого при составлении письма следует использовать этикетные слова и конструкции. Даже прерывая деловые отношения надо следовать принципу вежливости.

Стандартные выражения, используемые при составлении деловых Писем о расторжении договора:

В начале письма:

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

К нашему сожалению, мы должны (вынуждены) сообщить Вам, что....

К нашему огромному сожалению, условия контракта Вами не были выполнены...

В конце:

Надеемся, что Вы сообщите нам о своем решении.

На основании вышесказанного убедительно просим Вас...

К сожалению, наша компания вынуждена настаивать на ...

Надеемся, что Вы с должным вниманием отнесетесь к нашему письму и ...

Образец:

О прекращении поставок по Договору поставки от 20.06.2008г.

Уважаемые господа!

В течение последних шести месяцев наша фирма неоднократно обращалась к Вам с просьбой о замене некачественных товаров, поставленных нам по счет-фактуре № 3 от 25.06.2008 г. Как Вы помните, речь идет о 700 наручных часах фирмы «SWATCH».

Несмотря на то, что замена бракованных товаров Вами успешно выполнена, потраченное нами время и отношение Вашей компании вынуждают нас, к большому сожалению, принять решение о прекращении дальнейших отношений по Договору поставки от 20.06.2008г.

С глубоким почтением,

ЗАО «ГОРТЕК»

Менеджер отдела продаж

Задания

1. Прочитайте письмо о расторжении договора. Ответьте на вопросы:
 - Кто автор делового письма?
 - От имени какой фирмы действует автор письма?
 - О каких некачественных товарах идет речь?
 - О чем просит фирма?
 - Была ли выполнена просьба? Когда?
 - Почему фирма «Гортек» все-таки приняла решение расторгнуть Договор?
 - На какие документы ссылается менеджер ЗАО «Гортек»?
2. Составьте план письма. Сколько в нем частей?
3. Сравните тон данного письма с образцом. В чем их отличие? Благодаря каким выражениям автор письма смог выдержать подобный тон?

О расторжении договора на оказание услуг электроэнергии от 23.02.2008г.

Уважаемый господин Петров!

Ссылаясь на наше письмо от 01.11.2008 г. «О просрочке платежа за услуги электроэнергии», хотели бы сообщить Вам следующее.

Из счета № 5 от 15.06.08 осталась неоплаченной сумма в размере 254 тысяч рублей.

Вам для оплаты был предоставлен последний срок до 31.10.2008 г. Однако в указанный срок сумма не была нами получена.

Наша фирма неоднократно предупреждала Вас о последствиях просрочки платежа и считает, что наши обязательства перед Вами выполнены полностью.

Мы вынуждены расторгнуть с Вами Договор на оказание услуг электроэнергии от 23.02.2008 г. и передать дальнейшее разрешение споров в арбитражный суд.

С уважением

Директор ООО «Искра»

А.В. Зотов

подпись

4. Составьте письмо о расторжении договора по следующим основаниям:
 - а) неоднократная поставка низкокачественного чая из Малайзии;
 - б) недостача сотовых телефонов модели NOKIA N 95, поставленных из ОАЭ;
 - в) порча товара (например, белых роз из Голландии) в связи с задержкой доставки.

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНЫЕ ПИСЬМА

Рекомендательные письма служат для того, чтобы с их помощью рекомендуемый мог охарактеризовать другого человека для получения им работы или охарактеризовать его работу (диссертацию, книгу, построенное здание) для решения вопросов, связанных с его дальнейшей профессиональной судьбой.

Это сложный вид писем, в которых меньше всего применимы штампы и в которых пишущий должен быть особенно объективен и честен.

Пишущий рекомендательное письмо должен не просто охарактеризовать рекомендуемого, а рекомендовать для той или иной деятельности, т.е. адресат попадает в положение (если он хорошо знает рекомендателя, уважает его, связан с ним какими-либо деловыми отношениями), когда он должен прислушаться к мнению рекомендателя.

Рекомендательные письма отличаются по своему предназначению, оформлению, структуре, стилю и содержанию. Рекомендательное письмо может быть в высшей степени благожелательным, может быть довольно нейтральным, а иногда даже и негативным.

Рекомендательные письма содержат:

- общую оценку рекомендуемого;
- обоснование рекомендации, т.е. описание профессиональных и личных качеств рекомендуемого;
- вывод, в котором рекомендатель склоняет адресата к тому или иному решению. Здесь же может быть указано, кто еще знает рекомендуемого и может дополнить рекомендацию.

Образцы рекомендательных писем

Формальное рекомендательное письмо

Генеральному директору
Издательства «Русские мотивы»
Дронову В.В.

Уважаемый Владимир Васильевич!

Настоящим письмом я рекомендую Вам Ольгу Ивановну Зиновьеву, которую в течение многих лет имею честь знать как добросовестного и исполнительного работника и перспективного молодого специалиста. Вы можете доверить ей любое дело, дать любое поручение – все будет выполнено хорошо и со знанием дела.

Я хочу уверить Вас, что за все время обучения в Университете и в аспирантуре Ольга Ивановна Зиновьева проявила себя как в высшей степени порядочный человек.

Настоящим письмом я с удовольствием рекомендую О.И.Зиновьеву для работы в качестве редактора в Вашем издательстве.

Благодарю Вас за внимание.

С уважением,

Подпись

В.В.Воробьев,
Заведующий кафедрой
русского языка
экономического факультета РУДН

Неформальное рекомендательное письмо

В качестве научного руководителя Дмитриевой Анны Ивановны, которая завершает в 2008 году свое обучение в магистратуре кафедры русского языка и методики его преподавания Российского университета дружбы народов (г. Москва), я рекомендую ее кандидатуру для рассмотрения в числе лиц, направляемых для обучения в аспирантуре.

Я знаю А.И.Дмитриеву как серьезную, вдумчивую, склонную к научной работе студентку, порядочного, доброго и толерантного человека, хорошего товарища и, надеюсь, перспективного ученого-педагога.

Я уверена, что хорошее знание русского языка, способности и трудолюбие О.И.Дмитриевой позволят ей в случае поступления в аспирантуру продолжить свою научную работу, посвященную изучению лексики и фразеологии официально-делового стиля русского языка, и после окончания аспирантуры и защиты диссертации кандидата филологических наук она станет хорошо подготовленным ученым, педагогом и методистом по русскому языку как иностранному.

Тема магистерской диссертации А.И.Дмитриевой перспективна как в теоретическом, так и в методическом плане.

В настоящее время, когда во всем мире возрос интерес к русскому языку делового общения, в сфере бизнеса, экономики, международных отношений, а значит, и в сфере преподавания русского языка появились разнообразные возможности реализации знаний русского языка делового общения во всех его разнообразных аспектах.

У А.И.Дмитриевой есть все возможности для реализации своего потенциала в научно-исследовательской и методической работе: умение работать, интерес к научной деятельности, сосредоточенность и добросовестное отношение к делу.

Все перечисленное позволяет мне рекомендовать Ольгу Ивановну Дмитриеву в качестве кандидата для обучения в аспирантуре.

С неизменным уважением,

Шаклеин В.М
профессор кафедры русского языка
и методики его преподавания РУДН
доктор филологических наук

Подпись

26.02.2008

Наиболее типичные выражения для рекомендательных писем

I. Рекомендую Вам...

Рекомендую Вам в качестве соискателя...

С удовольствием рекомендую Вам на вакантную должность...

II. Я знаю господина (госпожу) как...

Я знаю господина (госпожу) как ... работника и ... человека.

III. За время работы (учебы, работы над диссертацией, командировки) ... Ф.И.О. зарекомендовал себя как...

За время совместной работы я узнал его как серьезного ... работника и ... человека.

За время нашей совместной работы ... Ф.И.О. проявила себя с самой лучшей стороны...

IV. К письму прилагается...

Служебная характеристика будет предоставлена с получением запроса...

V. Буду рад(а) узнать, что рекомендуемый(ая) оказался(лась) Вам полезен(зна)...

Задания.

1. Напишите рекомендательное письмо коллеге, который работал с Вами в течение нескольких лет.

2. Дайте рекомендацию аспиранту, который закончил аспирантуру под Вашим руководством и теперь готов занять вакантную должность на кафедре Вашего коллеги.

ОФОРМЛЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ ПРИ УСТРОЙСТВЕ НА РАБОТУ

Основными документами при устройстве на работу являются резюме, письмо-резюме, заявление о приеме на работу, деловая автобиография, рекомендация (по возможности).

РЕЗЮМЕ

Резюме – это документ, который вам нужно написать, если вы хотите работать в какой-либо негосударственной (частной, акционерной, коммерческой, иностранной) фирме. Этот документ появился в России сравнительно недавно. Он представляет собой краткую историю карьеры и описание профессионально важных качеств. Человек, ищущий работу, составляет резюме и высылает его работодателям для предварительного ознакомления и принятия решения о приглашении заявителя на интервью (для собеседования).

В отличие от автобиографии, в резюме не нужно указывать факты личной жизни и описывать положение Ваших родственников (только мужа/жены). Зато будет очень хорошо, если Вы напишете о себе такие сведения, которые покажут, что Вы хороший работник. Например, Вы претендуете на должность гида переводчика в туристической фирме. Хорошо, если Вы можете указать, что участвовали в каких-либо деловых переговорах, что у Вас есть опыт перевода деловых бумаг или рекламы по данной тематике и т.п. Кроме того, резюме принято заканчивать информацией об уважаемом человеке или солидной организации, которые могли бы дать Вам рекомендацию. Чаще всего данные о себе излагают по пунктам.

Резюме обычно подается вместе с письмом-резюме.

Резюме разные люди пишут по-разному, и это понятно. Работник отдела кадров (менеджер по кадрам) стремится познакомиться с конкретным человеком, понять, какой человек подал это резюме, нужен ли фирме именно этот человек.

Резюме

(при рассмотрении соискателей на вакансию...)

| | | |
|--|--|--|
| Личные данные | Имя, отчество, фамилия | |
| | Адрес | Улица, № дома, п. индекс, населенный пункт |
| | Телефон | Обязательно сообщите номер |
| | Дата и место рождения, семейное положение, (гражданство) | Количество детей; для граждан других государств, если требуется разрешение на работу |
| Школьное образование | Вид школы | Срок обучения; какую школу Вы окончили? |
| Профессиональное образование | Вид профессионального образования (училище, курсы), местонахождение | Полученный по окончании диплом, свидетельство |
| Военная/альтернативная служба | учреждение, род службы, местонахождение, университет (институт), факультет (точное название), местонахождение, квалификация и документ (диплом, свидетельство) | При наличии, название дипломной работы и указание на профессиональные навыки и интересы |
| Профессиональный опыт с указанием мест и сроков работы | профессия, работодатель, местонахождение | Выполняемые задачи, направления работы, ее характер |
| повышение квалификации | Учебное заведение, учреждение (срок обучения) | Квалификации, важные для должности, на которую подано заявление; вид диплома, свидетельства. |
| Особые знания и умения | Владение иностранными языками, компьютером, водительскими правами и др. | Указываются только важные для должности |
| хобби/увлечения | Здесь указывается также общественная работа, социальная и политическая деятельность, занятия спортом | Следует учесть, сочетаются ли эти увлечения с должностью, на которую вы претендуете. В противном случае не следует их указывать. |

В конце указывается город и дата, под ними личная подпись.

1. Указывается интересующая вас вакансия, например, гид-переводчик, менеджер по кадрам.
2. В верхнем правом углу может быть помещена (приклеена) фотография (4,5 x 6).

3. У иностранцев могут быть указаны два-три имени, а отчество отсутствовать.

4. При указании мест работы данные могут быть даны, начиная с первого места работы, а также могут быть указаны, наоборот, начиная с последнего места работы.

Ниже приводится резюме человека, который хочет работать в туристической фирме. Данное краткое резюме является лишь вариантом резюме.

Резюме

При рассмотрении соискателей на вакантную должность гида-переводчика

| Карлова Анна Петровна | |
|------------------------------|--|
| Адрес | 119607, Москва, Мичуринский пр., 23. |
| Домашний телефон | 9322232 |
| E-mail | karlova@krvsha.spb.ru |
| Дата рождения | 29.02.1974 |
| ЦЕЛЬ | Гид-переводчик |
| ОБРАЗОВАНИЕ | Законченное высшее - РУДН. Институт гостиничного бизнеса и туризма. |
| КУРСЫ | 1994-1995 свидетельство об окончании курсов гидов-переводчиков при «Интуристе». |
| ОПЫТ РАБОТЫ | 1997-2000 референт в компании «Грушев и Сыновья»: одной из моих обязанностей была подготовка переговоров и информационное обеспечение сделок с партнерами из Германии и Люксембурга; приобрела навыки быстрого принятия решений в сложных конфликтных ситуациях. 1995-1996 переводчик в турфирме «Радость Плюс»; сопровождение туристов. За время работы приобрела опыт общения с иностранными клиентами на немецком и английском языках. |
| ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ | Немецкий - свободно, английский - со словарем. |
| ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ | Word, Excel, использование офисной техники. Водительские права категории В. |
| ЛИЧНЫЕ ДАННЫЕ | Не замужем, детей не имею. |
| УВЛЕЧЕНИЯ | Путешествия, народное прикладное искусство, национальная кухня. |
| РЕКОМЕНДАЦИИ | Более подробную информацию обо мне и моей работе можно получить по телефону 9324277 (турфирма «Радость Плюс», менеджер по персоналу В.И. Иванова). |

Москва, 28.02.08

(подпись)

Поупражняйтесь в написании нескольких вариантов резюме и письма-резюме, подумайте об их графическом оформлении. При этом не забывайте о том, что резюме и письмо-резюме должны дать о вас

наиболее полное представление, должны помочь решить вопрос о том, соответствуете ли вы конкретной вакантной должности.

Задания:

I. Фирма ищет менеджера с филологическим образованием, который мог бы участвовать в переговорах с англоговорящими клиентами, а также преподавать английский язык сотрудникам фирмы.

II. Фирма ищет гида-переводчика со знанием испанского языка для проведения экскурсий по Москве, московским музеям и достопримечательностям города.

III. Колледж ищет преподавателя русского языка как иностранного для студентов, говорящих по-китайски.

ПИСЬМО-РЕЗЮМЕ

Вместе с собственно резюме, которое имеет общепринятые рубрики и пункты, вы можете подать в пакете ваших документов письмо-резюме.

Письмо-резюме составляется с соблюдением правил деловой переписки. Соискатель получает при этом больше возможностей сказать о себе, о своих достоинствах и возможностях. В письме-резюме соискатель не ограничен строгой формой и подпунктами резюме, но он должен уже в лид-абзаце информировать работодателя о позиции, на которую он претендует, указать свою фамилию, имя, возраст, образование (без указания конкретного вуза), специальность.

Письмо-резюме предполагает краткое изложение наиболее важной информации о соискателе, об опыте его работы, о его профессиональных возможностях и интересах. Соискатель при этом заинтересован в том, чтобы вызвать интерес к себе.

В отдельном абзаце отразите контактную информацию.

Письмо-резюме должно быть дружелюбным, должно вызывать расположение к соискателю, желание узнать его ближе.

Образец краткого письма-резюме

Руководителю (директору) ООО «Ювента»

При рассмотрении соискателей на позицию:

Руководитель культурно-массовой работы детей, организатор кружков, концертных программ и т.п.

Орлов Максим Александрович, 35, в/о педагогическое. Преподаватель музыки, руководитель хора.

Опыт работы, характеризующий отношение к вакансии:

1997-1999 – педагог-воспитатель в лагере отдыха детей МГИМО (г. Москва)

1999-2003 – руководитель культурно-массовой работы в лагере отдыха для детей Академии труда и социальных отношений (г. Москва)

2003-н/вр. – педагог и руководитель коллектива художественной самодеятельности Государственного гуманитарного университета

Профессиональные и личные качества

Владею игрой на фортепиано, читаю с листа ноты; могу руководить организацией литературно-музыкальных вечеров, подготовкой театральных спектаклей, шоу и т.п.

Обладаю высокой коммуникабельностью, работоспособностью, любовью к своей работе.

Есть рекомендация с предыдущего места работы, которая может быть предоставлена.

Для связи:

т. 931-08-19; e-mail – g – Orlov@mail.ru.

Визовые документы

Приглашение

Для того чтобы иностранные граждане могли въехать на территорию России, им необходимо получить следующие документы: приглашение и российскую визу. Приглашение иностранцам в РФ оформляется компанией, имеющей лицензию (разрешение). Иностранным гражданам, желающим получить образование в России, приглашение оформляет то учебное заведение, в котором они намерены учиться.

Для оформления *приглашения* в Россию иностранцу потребуются:

1. ксерокопия первой страницы паспорта;
2. сведения о приглашаемом иностранном гражданине (*имя, фамилия, как в загранпаспорте, дата рождения, гражданство, номер загранпаспорта и срок его действия*);
3. сведения о месте работы приглашаемого (*где работает, название учреждения, занимаемая должность*);
4. сведения о виде запрашиваемой визе (*однократная или многократная*);
5. срок пребывания в РФ (*сколько дней, месяцев, лет он собирается жить в РФ*);
6. сведения о том, какие города в РФ будет посещать приглашаемый иностранный гражданин;
7. копии предыдущих российских виз (*если они есть*).

Образец заявления о выдаче приглашения, используемого в РУДН:

Место для индивидуального номера анкеты

Учет. дело № 10150

Приложение №1
к Инструкции о порядке оформления и
выдачи приглашений на въезд в
Российскую Федерацию иностранных
граждан и лиц без гражданства, учета и
хранения бланков приглашений

ЗАЯВЛЕНИЕ
о выдаче приглашения на въезд в Российскую Федерацию
Сведения о приглашающей организации

Исх.№ _____ от _____
ИНН _____

Дата в формате ДД ММ ГГ

Контактный телефон с кодом города (всего 10 знаков)

Телефон

Полное

наименование

РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ

Желательно оформить в срок до _____
Основания для срочного оформления прилагаются

**ОБ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА СООБЩЕНИЕ ЛОЖНЫХ СВЕДЕНИЙ В ЗАЯВЛЕНИИ ИЛИ
ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ПОДДЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ ПРЕДУПРЕЖДЕН. С СОДЕРЖАНИЕМ
СТАТЕЙ 26, 27 ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О ПОРЯДКЕ ВЫЕЗДА ИЗ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ И ВЪЕЗДА В РОССИЙСКУЮ ФЕДЕРАЦИЮ" ОЗНАКОМЛЕН.**

Подтверждаю достоверность указанных в заявлении сведений на _____ м.п.

приглашаемое лицо и Следующих с ним детей. _____
Фамилия и инициалы уполномоченного лица, подпись

Сведения о поездке

Цель поездки _____ На срок (дней) _____
Менее 3-х цифр дополняются нулями, например 015

Предполагаемый въезд в Россию с _____ по _____
не позднее шести месяцев с момента подачи заявления

Кратность визы (однократная, двукратная, многократная) _____
Подчеркнуть или заполнить

Вид визы: _____

Пункты (города) посещения в России (не более 5 пунктов) МОСКВА

Сведения о приеме и получении документов

Дата приема документов _____ Рег. Номер _____

Документы принял: фамилия _____ Подпись _____

Приглашение № _____
Девятизначный номер приглашения _____
Серия бланка _____
Семизначный номер бланка

Дата получения _____
Дата в формате ДД ММ ГГ _____
подпись, фамилия и инициалы уполномоченного лица, получившего приглашение

Сведения о приглашаемом лице:

Оборотная сторона заявления

Сведения о приглашаемом лице

(Сведения о приглашаемом лице подтверждаются копией паспорта приглашаемого)

Фамилия _____
Буквами русского алфавита _____ Буквами латинского алфавита _____

Имена _____
Буквами русского алфавита _____ Буквами латинского алфавита _____

Отчество _____
Буквами русского алфавита _____ Дата рождения

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Дата в формате ДД ММ ГГ (год полностью)

Пол _____ Гражданство (подданство) _____
Если имеется второе (либо более того) гражданство (подданство), они указываются через запятую

Государство рождения _____ место _____
Страна _____ Точное место рождения _____

Государство постоянного проживания _____ Регион _____
Страна _____ Регион в стране постоянного проживания _____

Место получения визы: страна _____ Город _____
Стран, город, в котором есть консульское учреждение России

Место работы: _____
Полное название организации (фирмы) за рубежом

Адрес места работы: _____
Полный адрес организации (фирмы) за рубежом

Т/факс: _____ Должность: _____
Полный адрес организации (фирмы) за рубежом _____ Должность по месту работы _____

Серия паспорта

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|

 №

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

 Дата выдачи

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

 Действителен до

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Дата в формате ДД ММ ГГ

Адрес предполагаемого места пребывания _____ **РФ, МОСКВА** _____
Республика, край, область, населенный пункт

УЛ. МИКЛУХО-МАКЛЯЯ, Д. 15 Телефон

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 9 | 5 | 4 | 3 | 4 | 7 | 4 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

(ОБЩЕЖИТИЕ) _____
Район, улица, дом, корпус, квартира _____ Предполагаемый телефон с кодом города (всего 10 знаков)

Сведения о следующих с приглашаемым детях до 16 лет, вписанных в его (её) паспорт

1. Фамилия _____
Буквами русского алфавита _____ Буквами латинского алфавита _____

Имена _____
Буквами русского алфавита _____ Буквами латинского алфавита _____

Дата рождения

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Дата в формате ДД ММ ГГ (год полностью)

Пол _____ Гражданство (подданство) _____
Если имеется второе (либо более того) гражданство (подданство), они указываются через запятую

2. Фамилия _____
Буквами русского алфавита _____ Буквами латинского алфавита _____

Имена _____
Буквами русского алфавита _____ Буквами латинского алфавита _____

Дата рождения

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

Дата в формате ДД ММ ГГ (год полностью)

Пол _____ Гражданство (подданство) _____
Если имеется второе (либо более того) гражданство (подданство), они указываются через запятую

ПРИГЛАШЕНИЕ №
на посещение Российской Федерации

| | | |
|---|----------------|----------------|
| Вид визы | Кратность визы | |
| Гражданство | | |
| Въезд с | по | На срок (дней) |
| Фамилия | | |
| Имя, отчество (имена) | | |
| Дата рождения | | |
| | | Пол |
| Номер паспорта | | |
| Цель поездки | | |
| Принимающая организация, ее адрес (или ф., и., о. и адрес приглашающего лица) | | |
| Маршрут | | |
| Следует с детьми (до 16 лет) | | |
| Дополнительные сведения | | |
| <p style="text-align: center;">О</p> Орган, оформивший приглашение: | | |
| М. П. | | |
| Подпись должностного лица ПВС-1 0000000 Дата | | |

КОНТРОЛЬНЫЙ ТАЛОН
к ПРИГЛАШЕНИЮ №
на посещение Российской Федерации

| | | |
|---|----------------|----------------|
| Вид визы | Кратность визы | |
| Гражданство | | |
| Въезд с | по | На срок (дней) |
| Фамилия | | |
| Имя, отчество (имена) | | |
| Дата рождения | | |
| | | Пол |
| Номер паспорта | | |
| Цель поездки | | |
| Принимающая организация, ее адрес (или ф., и., о. и адрес приглашающего лица) | | |
| Маршрут | | |
| Следует с детьми (до 16 лет) | | |
| Дополнительные сведения | | |
| <p style="text-align: center;">А</p> Орган, оформивший приглашение: | | |
| М. П. | | |
| Подпись должностного лица ПВС-1 0000000 Дата | | |

Виза

После получения приглашения необходимо оформить российскую визу. Виза – это официальное разрешение на въезд в страну. Ее можно получить в любом посольстве или консульстве России по месту жительства иностранного гражданина.

В зависимости от цели въезда и пребывания в РФ выдаваемая виза может быть дипломатической, служебной, обыкновенной, транзитной и визой временно проживающего лица.

Обыкновенная виза подразделяется, в свою очередь, на частные, деловые, туристические, учебные, рабочие, гуманитарные и визы на въезд в РФ в целях получения убежища.

Обыкновенная частная виза в Россию выдается на срок до трех месяцев. *Обыкновенная деловая и учебная* виза выдается на срок до одного года. *Обыкновенная туристическая* виза выдается на срок до 1 месяца.

Виза может быть *однократной, двукратной и многократной*. Однократная виза дает право иностранному гражданину пересечь государственную границу РФ только один раз при въезде и один раз при выезде. Многократная - более двух раз. Иностранцы студенты, приехавшие учиться в российских вузах, получают *многократную обыкновенную учебную визу*. Она может иметь следующие цели поездки: «аспирантура», «стажировка», «курсы», «учеба», «специализация».

Для получения визы необходимо представить в консульство следующие документы:

паспорт;
3 черно-белые или цветные фотографии;
приглашение на въезд;
билеты;
заполненную анкету.

Образец анкеты

| | |
|---|--|
| Фамилия | |
| Имя | |
| Дата рождения (дд.мм.гггг.) | |
| Пол | |
| Страна и город рождения (государство) | |
| Гражданство | |
| Страна и город проживания | |
| Место получения визы (город и страна, где есть консульское учреждение РФ) | |
| Место работы за рубежом (полное название) | |
| Должность | |
| Адрес места работы (полный) | |
| Рабочий тел. (с кодом города) | |
| Цель поездки | |
| На срок (дней) | |
| Дата въезда/дата выезда | |
| Кратность визы (однократная, двукратная, многократная) | |
| Города посещения в России (не более 6 пунктов) | |
| Контактный телефон в Москве | |

Задание:

Заполните анкету.

Российская виза содержит следующие сведения: фамилия, имя (*написанные буквами русским и латинским алфавитов*), дату рождения, пол, гражданство (подданство), номер основного документа (паспорта), удостоверяющего личность иностранного гражданина, дату выдачи визы, разрешенный срок пребывания в РФ, номер приглашения на въезд в РФ либо решения государственного органа, срок действия визы, цель поездки, данные о приглашающей организации (приглашающем физическом лице), кратность визы.

Срок действия визы может быть продлен во время пребывания иностранца в РФ.

Иностранный гражданин, въехавший в РФ, обязан зарегистрироваться в течение 3 рабочих дней со дня прибытия в РФ. Для студентов местом регистрации чаще всего является общежитие.

Образец визы

ВИЗА
М-V № 0000000

Гр.

Фамилия

Имя, отчество
(имена)

Дата рождения Пол

С детьми
до 16 лет

Цель поездки

Из учреждения

В пункте

Действительна для выезда с 20..... г.
и въезда до 20..... г.
через пограничные пункты, открытые
для пассажирского движения

М. П.

Выдана 20..... г.

К паспорту №

Подпись

По прибытии в пункт назначения въезжающий обязан в течение 3-х суток, включая праздничные и выходные дни, представить свой заграничный паспорт для регистрации.

Every person is required to register his passport within 3 days after his arrival in the destination point with the exception of holidays and days off.

Tou visiteur est prié dans un délais de 3 jours après son arrivée au point de destination, exceptés les jours de fête et de sortie, d'enregistrer son passeport.

Срок действия визы ПРОДЛЕН
до "....." 20..... г.

М. П. Подпись

Срок действия визы ПРОДЛЕН
до "....." 20..... г.

М. П. Подпись

Задания:

1. Объясните значение следующих слов и запишите их.

Виза -

Кратность визы-

Сведения о ком-либо-

Срок действия визы-

Срок пребывания в стране-

Приглашающий-

Приглашаемый-

2. Прочитайте образцы приведенных выше визовых документов. Заполните их.

3. Ответьте на вопросы:

-Какие документы нужно иметь, чтобы въехать в Россию?

-Какие организации занимаются оформлением приглашений?

-Где оформляется российская виза?

-Перечислите виды виз. Какова цель их получения?

-Назовите виды обыкновенной визы. На какой срок они выдаются?

- Какая у вас виза? Охарактеризуйте ее?
- Какие сведения о вас представлены в ней?
- Визы каких стран вы уже получали? Сравните их с российской визой. Что у них общего и чем они отличаются?

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Визитная карточка широко используется в деловом общении: при знакомстве и представлении, во время переговоров и в дипломатической практике, а также в деловой переписке.

Визитная карточка может быть использована не только в очном общении, но и для заочного представления.

Визитная карточка может быть средством поздравления с любым событием, праздником: с днем рождения, повышением в должности, с каким-либо семейным событием, но она не может быть средством выражения соболезнования; с ее помощью можно передать благодарность, познакомиться, а в ряде случаев визитная карточка может помочь поблагодарить за визит, за сувенир. В ответ на проявленный знак внимания вместе с визитной карточкой можно отправить сувенир, цветы, фотографии и т.п.

Визитные карточки возникли в Древнем Китае, позже они появились в Японии, а потом уже в Европе, когда Марко Поло привез их из стран Дальнего Востока. Визитные карточки широко распространились по Европе. В современной форме их стали использовать с середины XVIII века. С тех пор они мало изменились. При Екатерине II визитные карточки широко распространились по России. Украшенные гербами владельцев и орнаментами, визитные карточки были очень популярны. После 1917 года визитные карточки были объявлены буржуазным пережитком, но они были востребованы жизнью и скоро вновь появились в обиходе. В советское время визитки имели одинаковый размер, они не украшались и служили только официальным целям.

В наше время визитка стала стилем новых деловых отношений, респектабельности, представительности. Визитку стали декоративно украшать, используя разный цвет, шрифты, объемное тиснение и т.д. Текст визитной карточки стали писать с обеих сторон, иногда используют «двойные», «тройные» карточки со сгибами. Некоторые владельцы визитных карточек помещают там максимум информации, перечисляя все должности и звания, эмблемы и символы и т.п.

Иногда встречаются профессионально оформленные, художественные визитные карточки.

Визитные карточки делают из мягкого картона, размер карточки 50x90 мм, карточка имеет прямоугольную форму. Карточка женщины (супруги) на 10 мм меньше.

Менеджеры высшего звена имеют визитные карточки размером 60x100 мм.

Визитная карточка должна иметь черный текст на светлом фоне. Рамок, завитушек, вензелей не должно быть. По этикету не рекомендуются цветные визитные карточки. Хорошо, если визитная карточка напечатана на очень хорошей бумаге, лучше, если бумага без глянца, чтобы при необходимости можно было сделать необходимые записи.

Шрифт визитных карточек строго не регламентируется. Но ошибочным является использование декоративных шрифтов.

Визитная карточка – одна из составляющих имиджа делового человека, а также фирменного, корпоративного вкуса.

В российском бизнесе сложилась практика печатания текста с одной стороны на русском языке, а с обратной стороны – на английском. Не следует забывать, что по протоколу текст визитной карточки должен печататься с одной стороны, а другая сторона должна оставаться чистой, чтобы можно было сделать какие-либо записи. Поэтому правильнее иметь визитки на двух языках, если это вызвано деловой необходимостью.

Задания:

1. Составьте свою персональную деловую визитную карточку.

Сообщите о себе персональную информацию (фамилия, имя, отчество, наименование вашей должности, звание; дайте краткую информацию об организации (учреждении, фирме, предприятии), в которой вы работаете. Приведите контактную информацию (номера служебных телефонов, номера мобильных телефонов, факсов, телексов, E-mail, адрес Интернет-ресурса), сообщите служебный почтовый адрес.

ЗАЯВЛЕНИЕ

Письма-заявления бывают нескольких типов.

I. Заявление – документ, выражающий просьбу или предложение лица (или ряда лиц) и адресованный должностному лицу или учреждению. Заявление о приеме на работу, об увольнении, о предоставлении отпуска, о лечении в санатории и т.д. пишут обычно от руки, в произвольной форме. Такое заявление состоит из следующих элементов:

1. Наименование должности, фамилии, инициалов должностного лица, которому адресована просьба (указывается в дательном падеже – кому?).
2. Наименование должности, фамилии, имени, отчества в родительном падеже – от кого?) заявителя; может употребляться в родительном падеже с предлогом «от» или без предлога.
3. Наименование самого документа – «Заявление».
4. Текст заявления.
5. Дата (обычно обозначается цифрами).
6. Подпись заявителя

Ключевое слово жанра «заявление» в деловой речи – глагол «прошу» + инфинитив:

прошу принять ... (на должность)

прошу разрешить ... (командировку)

прошу предоставить ... (отпуск)

Примеры заявлений от частного лица в организацию

1. Образцы личных заявлений.

а)

Директору туристической фирмы «Алмаз»
Иванову Н.Н.
от гида-переводчика фирмы Морозова А.И.

Заявление.

Прошу предоставить мне очередной трудовой отпуск
с 01.07.08 года.

Дата.

Подпись

профессору Коваленко Н.Т.
студента 4 курса филологического факультета, группы ФБ-42
Иванова И.Я.

Заявление.

Прошу разрешить мне досрочно сдать экзамен по английскому языку в связи с тем, что я должен лечь в больницу (справку от врача прилагаю).

С уважением,

Дата.

Подпись

б)

В заявлении не принято употреблять архаизмы. Архаичную лексику лучше заменять современными словами.

При необходимости аргументировать свои мысли используются словосочетания «в связи с тем, что», «потому что» и т.п.

2. Пример служебного заявления, которое уже не является личным документом.

в)

Директору ...
Преподавателя ...

Заявление.

Прошу разрешить мне командировку в г. Тулу, где в ТГУ с 15.02.08 по 18.02.08 состоится конференция «Методика проведения экзаменов по русскому языку по системе ЕГЭ». На этой конференции мне предстоит сделать доклад.

Дата.

Подпись

II. Второй тип заявлений представляют собой заявления, в которых излагается официальная позиция организации или ее члена по какому-либо деловому вопросу или о намерениях организации по тому или иному вопросу. В таких заявлениях ключевым словом будет «заявляем» («заявляю») или «уполномочен заявить». К такому заявлению прилагаются необходимые документы и справочные материалы, о чем в заявлении должна быть соответствующая ссылка.

Ключевые слова и основные формулировки таких писем-заявлений следующие:

заявляем за наших намерениях ...

... о планах кафедры ...

... о предстоящих мероприятиях ...

считаем необходимым заявить ...

не остается ничего иного, как заявить ...

Задания

1. Напишите письмо-заявление о необходимости вашей командировки в вуз любой страны для чтения лекций по какому-либо предмету.
2. Напишите заявление о приеме на работу.
3. Напишите заявление о приеме в детский сад вашего ребенка (сына или дочери).
4. Напишите заявление на имя ректора университета с просьбой предоставить вам академический отпуск на 1 год. Укажите причину, по которой необходим отпуск.

Обратите внимание на то, что во внутреннем заявлении, адресованном ректору, студент указывает факультет, курс, группу, а во внешнем заявлении указывается, где человек учится (работает), и его адрес.

В заявлении этого типа не принято употреблять архаизмы. Архаичные слова, если это не наносит ущерба содержанию, следует заменять общеупотребительными современными словами. Не используются также слова «весьма», «убедительно», «заранее признателен» и т.п., которые не характерны для канцелярских текстов официально-делового стиля.

ДЕЛОВАЯ АВТОБИОГРАФИЯ

Автобиография (от греч. autos – сам, bios – жизнь, grapho – писать) – жизнеописание лица, составленное им самим.

Автобиография пишется от руки. При поступлении на работу, на учебу в высшее учебное заведение и в некоторых других случаях пишут автобиографию.

В автобиографии указывается место и дата рождения, в какой семье родился, чем занимаются родители, когда и где учился, какую специальность имеет, где и на какой должности работал, сообщается, какие награды и поощрения имеет человек, приводятся краткие сведения о составе семьи и ближайших родственниках. В автобиографию можно включить дополнительные сведения, которые пишущий сочтет нужным осветить. Под текстом слева сообщается дата написания автобиографии, справа – подпись автора.

Автобиография должна включать сведения, важные для представления о жизни человека, его семье, интересах. Если человек поступает на работу, следует назвать свою специальность, время окончания вуза, должности и т.п. При поступлении в вуз нужно назвать истоки интереса к будущей специальности, публикации (если они есть), участие в конкурсах и т.п.

Образец автобиографии

АВТОБИОГРАФИЯ

Я, Иванова Татьяна Ивановна, родилась 15 мая 1960 года в семье рабочего.

Отец мой, Иванов И.И., работает слесарем на Автозаводе им. Лихачева, мать, Иванова П.И., - домохозяйка.

В 1968 году я поступила в среднюю школу № 23 Свердловского района города Москвы, которую окончила в 1978 году.

После окончания школы я поступила в Университет дружбы народов им. П. Лумумбы.

За время учебы в Университета я была заместителем председателя студсовета историко-филологического факультета, дважды выезжала в составе ИССО "Легенда" на работу в Казахстан, была в ВНР в качестве стажера на семинаре русского языка для венгерских школьников. Награждена грамотой ректората за участие в конкурсе на лучшую студенческую работу по общественным наукам.

Задания

1. Ответьте на вопросы:

Где и когда вы родились?

Где работают ваши отец и мать?

Где и когда вы поступали и окончили начальную и среднюю школу (колледж, лицей, гимназию)?

Если вы работали, то где и кем?

Какой общественной работой вы занимаетесь?

Когда вы поступили в Российский университет дружбы народов?

Есть ли у вас награды, если есть, то какие?

2. Напишите автобиографию, укажите в ней год, месяц, число рождения, профессию родителей, образование, охарактеризуйте свою трудовую деятельность, общественную работу, и т.д.

ЗНАЧЕНИЕ СЛОВА И ЛЕКСИЧЕСКАЯ СОЧЕТАЕМОСТЬ В ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОМ СТИЛЕ

Обратите внимание на типичные речевые ошибки, связанные с незнанием значения слова, т.к. смысловая точность – важнейшее требование, предъявляемое к любому деловому тексту.

I. Правильно употребляйте синонимы.

Синонимы – слова, различные по звучанию, но близкие по значению; очень редко они бывают полностью однозначными. В деловых документах необходимо особое внимание к выбору слова, наиболее точно выражающему значение, которое вам необходимо.

Задание 1.

Составьте словосочетания с данными синонимами.

1. поддержать, помочь, подкрепить;
2. зарегистрировать, зафиксировать, изобразить;
3. беспокойство, волнение, тревога;
4. вероятность, возможность, шанс;
5. большой, громадный, гигантский;
6. близкий, ближний, недалекий.

Задание 2.

Составьте словосочетания с данными синонимами. Обратите внимание на различия в сочетаемости.

1. безвозмездно, бесплатно;
2. дистанция, расстояние;
3. жизнерадостный, оптимистичный;
4. заботиться, хлопотать;
5. машинально, автоматически;
6. недостатки, ошибки.

II. Избегайте неразличения паронимов.

Паронимы – это близкие по звучанию однокоренные слова, различающиеся по значению. Иногда их значения сближаются, но чаще различия в значении у паронимов выступают довольно отчетливо.

Задание 3.

Объясните различия значений данных паронимов. Составьте с ними предложения.

Командированный – командировочный, осудить – обсудить, контакт – контракт, преемник – приемник, океанский – океанический, поместить – разместить, проводить – производить, усвоить – освоить.

Обратите внимание, что паронимы могут различаться не только по значению, но и по стилистической окраске. Например: туристский, туристический маршрут, но туристская тропа (не туристическая), океанское, океаническое течение, но океанский (не океанический) простор.

Различаются паронимы и по способам грамматической связи с другими словами. Например, глаголы «заплатить», «оплатить», «уплатить» означают одно – внести плату, но «заплатить» и «уплатить» употребляются с предлогом «за» (заплатить за квартиру), а глагол «оплатить» управляется существительным в винительном падеже без предлога (оплатить квартиру, ремонт).

Задание 4.

Составьте предложения с данными паронимами. При необходимости проверьте себя по Толковому словарю или Словарю трудностей русского языка.

Безответный – безответственный, двойной – двойственный, укоротить – сократить, обобщить – объединить, проведенный – произведенный, представленный – предоставленный, проводить – производить, невежда – невежа, сытный – сытый, подделка – поделка, адресант – адресат.

III. Избегайте плеоназмов и тавтологий.

1. **Плеоназм** (от греч. *pleonasmus* – избыток, чрезмерность) – употребление в одном словосочетании близких по смыслу и логически излишних слов: членам делегации вручили *памятные сувениры* (сувенир – памятный подарок); *передовой авангард* (авангард – те, кто впереди); *взаимно помогать друг другу* (взаимно – и есть друг другу); он держит *штурвал руля* (штурвал – рулевое колесо).

Разновидностью плеоназмов являются выражения типа «очень огромный», «очень прекрасный», т.к. прилагательные, обозначающие признак в предельно сильном или предельно слабом проявлении, не нуждаются в характеристике степени этого признака. В деловой речи плеоназмы производят очень плохое впечатление.

2. **Тавтология** (от греч. *tauto* – то же самое, *logos* – слово) – повторение однокоренных слов или одинаковых морфем.

Активисты активно работают в стройотрядах.

Студенты *настроены* на деловой *настрой*.

Задание 5.

Исправьте ошибки в следующих предложениях.

1. В своей работе руководители учреждений руководствуются новыми положениями.
2. Из лекции по искусству общения мы узнали много новых и полезных знаний.
3. Беседа подошла к завершающему концу.
4. Депутату приходится встречаться со всеми социальными слоями общества.
5. В речи он употребляет диалектизмы и областные слова.
6. Они пожелали успехов нашему новому начинанию.
7. На музыкально-литературный салон пригласили старых ветеранов факультета.

IV. Будьте внимательны при употреблении слов в значениях, не закрепленных традицией официально-делового стиля.

В деловом языке необходимо учитывать функционально-стилевую принадлежность лексики. В официально-деловом стиле принято использовать слова в значениях, признанных нормами общелитературного языка. При этом чаще всего слова употребляются в тех значениях и в той контекстно-лексической сочетаемости, которая традиционна и не нарушает сложившихся норм словоупотребления в тех или иных жанрах документов. Несмотря на то, что в последние годы часто наблюдаются нарушения стиливых особенностей литературного языка, в официально-деловом словоупотреблении признаком «хорошего тона» считается максимальное соблюдение норм литературного языка.

Задание 6.

Учитывая стиливые особенности официально-деловой речи, укажите случаи «смешения стилей», постарайтесь их прокомментировать, напишите предложения правильно.

1. Не убоившись прессинговой политики, депутаты дали отбой центру, приняв специальное постановление...
2. Нормативных документов по приватизации жилья пришлось проанализировать аж 57 (включая законы, подзаконные акты, указы и т.п.).
3. Продукт пользуется авторитетом у покупателя.
4. В последние годы в нашем обществе наблюдается упадок речи.
5. На конкурсе явно лидировал квартет резцов...
6. Днями в Кремлевском дворце открывается международный форум «Рождественские чтения».
7. В докладе были констатированы факты прямого нарушения регламента работы рынка.
8. Наш университет в последние годы переживает расцвет.
9. Этому вопросу следует уделить серьезное значение.

Морфолого-синтаксические особенности официально-делового стиля русского языка

Деловая речь должна соответствовать качествам, которые обуславливают эффективность делового общения. Одним из таких качеств является знание и следование *грамматическим (морфологическим и синтаксическим нормам)* официально-делового стиля.

Грамматические нормы официально-делового стиля связаны с особенностями использования в деловых документах разных частей речи и их вариантных форм, а также с закономерностями организации простых и сложных предложений, использования причастных и деепричастных оборотов и др.

1. В деловых текстах активно используются словосочетания с несколькими именами существительными в одной и той же падежной форме без предлога (*чаще в родительном падеже*). Обычно это называется «нанизыванием» падежей (акт *проверки причины протекания полов душевых кабин* и т.д.).

Задание Найдите в данных предложениях нанизывание падежей.

-Факт уклонения арендатора от внесения арендной платы подтверждается решением арбитражного суда г. Москва.

-Для выполнения требования устранения отставания производства деталей автомобиля намечены новые конкретные меры.

-Познакомьтесь с правилами прохождения таможенного контроля при перемещении граждан России и граждан других государств на воздушном транспорте.

-Проходило обсуждение возможности назначения старшего преподавателя кафедры современного русского языка Российского университета дружбы народов Иванова Сергея Павловича на должность доцента той же кафедры.

- Полностью разделяем необходимость дальнейшего обсуждения конкретных аспектов возможного сотрудничества Мэрии Москвы и руководства финской столицы.

2. Обратите внимание:

сущ. руководитель

начальник + (ЧЕГО?) сущ. в р.п.

президент (*президент компании*)

директор

ректор

НО! *заведующий* + (ЧЕМ?) сущ. в тв. п.

(*заведующий отделом*)

Задание *Раскройте скобки.*

-По приказу ректора (университет) летние каникулы будут продлены до 1 октября.

-Заведующий (секция) журналистики проводит консультации в понедельник в 14 ч. до 17 ч.

-На совещании руководитель (отдел) наметил основные этапы в разработке новых компьютерных программ.

-По предложению президента (компания) была начата подготовка к празднованию юбилея компании.

-Заведующий (кафедра) выступил на открытии конференции молодых ученых.

3. В деловых документах довольно часто встречаются сложные существительные, состоящие из 2 слов. Согласование в роде, числе и падеже со сложными словами ведется по главному слову, которое, как правило, стоит на первом месте:

Фирма-поставщик – сущ. ж.р. ед.ч. *Молодая фирма-поставщик*

счет-фактура – сущ. м.р. ед.ч. *Измененный счет-фактура.*

Задание

Согласуйте определение *новый* в роде и числе со следующими сложными именами существительными:

Предприятие-поставщик, фирма-партнер, акт-извещение, фирмы-агенты письмо-запрос, факс-просьба, письмо-рекламация, летчик-испытатель, бизнес-план, холдинг-компания.

4. При склонении сложных слов нужно посмотреть на первое слово: если оно неизменяемое, то склоняется только вторая часть сложного слова (*о бизнес-центре*). Если обе части выражены склоняемыми словами, то изменяются обе части (*произвести оплату по счету-фактуре, письмо от фирмы-подрядчика*).

Задание

Перепишите предложения, раскрывая скобки.

-Директор (холдинг-центр) рассмотрел представленный Вами первый вариант (бизнес-план).

-В качестве благодарности компания предоставляет Вам возможность провести две недели в (бизнес-круиз).

-На сегодняшний день наши отношения с (фабрика-поставщик) временно прекращены.

-На встрече обсуждался эксперимент по (кредит-образование).

-Качество многих товаров, привезенных из (шоп-тур), является низким.

-В качестве (инструктор-испытатель) я привлекался для работы с новейшими марками самолетов.

-(Банк-гарант) в настоящей сделке выступает «Райффайзен-банк».

-В качестве (тур-оператор) будет выступать фирма «TEZ-tour».

-Я прошел собеседование на должность менеджера по продаже в (холдинг-компания) в центре Москвы.

5. В русском языке мужские имена и фамилии, оканчивающиеся на согласный звук, склоняются (*нет Мицкевича, Джексона, Петросяна*), женские имена и фамилии иностранного происхождения, оканчивающиеся на согласный, не склоняются. Довольно часто встречаются фамилии, совпадающие по звучанию с названиями животных и неодушевленных предметов. В официально-деловых текстах такие фамилии рекомендуется **не склонять**.

Неверно:

кому? – студенту Борщу

с кем? – с Николаем Конем

кого? – Михаила Мороза

Верно:

кому? – студенту Борщ

с кем? – с Николаем Конь

кого? – Михаила Мороз

Задание

Измените имена и фамилии? Ответьте на вопрос *кому?*:

Сергей Лемох, Николай Данкевич, Андрей Крыса, Булат Окуджава, Стив Форд, Игорь Гусь, Мстислав Растропович, Арнольд Щварценеггер, Сергей Васюта, Михаил Камень, Александр Друзь, Анатолий Вассерман, Борис Крюк.

6. В отличие от качественных и относительных прилагательных, притяжательные прилагательные в текстах официально-делового стиля не употребляются. Их заменяют сочетания с существительными в родительном падеже:

университетские преподаватели – преподаватели из университета

- преподаватели университета.

Задание

Замените данные словосочетания существительными с предлогом *из* или без предлога.

Офисные работники –

Заводские мастера –

Человеческие права –

Избирательские списки –

Лабораторское имущество –

Студенческий реферат –

Аспирантская работа –

Преподавательский пропуск –

7. Обратите внимание на тот факт, что наряду с цифровыми обозначениями имен числительных в текстах деловых документов следует давать и их буквенные обозначения в нужном падеже, например: *120 рублей (сто двадцать рублей)*.

Задание

Запишите числительные в нужной форме:

- Просим Вас рассмотреть наше предложение и подтвердить его в течение 14 дней.
- Ожидается прибытие самолета из Лондона с 754 пассажирами на борту.
- Стоимость некачественного товара составляет 843 925 рублей.
- Покупатель запрашивает у ООО «Авиаполет» 39 самолетов и 146 вертолетов.
- Президент встретился с 2750 рабочими.

8. В деловой речи широко представлены так называемые расщепленные сказуемые (*помочь=оказать помощь, оплатить=произвести оплату и др.*)

Задание

Найдите расщепленные сказуемые. Замените их на простые глаголы:

- Производственный холдинг завершает освоение новой модели Nissan Murano.
- Коллектив холдинга взял обязательство удвоить выпуск продукции за год.
- Наша фирма выражает полную уверенность в долгосрочном деловом сотрудничестве с Вами.
- За последнее время было несколько раз проведено обследование деятельности автомобильного холдинга.
- Особое внимание на производстве уделяется необходимости в кратчайшие сроки произвести освоение нового оборудования.

Задание Замените следующие глаголы «расщепленными» глагольно-именными словосочетаниями:

- Продавать –
- Заказать –
- Доставить –
- Поставлять –
- Отремонтировать –
- Поддерживать –
- Учесть –
- Контролировать –
- Предлагать –
- Убрать –

9. В деловой речи активно используется страдательный залог при необходимости подчеркнуть факт совершения действия (*предложение одобрено, письмо отправлено*).

Задание Замените обороты с действительным залогом на обороты со страдательным залогом в следующих предложениях.

- Завод освоил выпуск самолетов-истребителей новых моделей.
- К сожалению, Ваша просьба не может удовлетвориться.
- Компания не получила обещанный товар.
- Фирма подтвердила сроки поставки инженерного оборудования.
- Комиссия установила причины возгорания помещения.

10. Словосочетания с предлогом **по** активно употребляются в письменных деловых текстах: *менеджер по кадрам, правила по перевозке*. Нередко конструкции с предлогом *по* замещают конструкции с родительным и предложным падежом. При этом важно отличать допустимые варианты от ошибочных. В случаях сомнений следует обращаться к словарям и справочникам и не забывать о том, что: предлог **по** используется в словосочетаниях со значением:

- *Название лица по профессии, деятельности:* инструктор по плаванию, менеджер по продажам.
- *Название разного рода бумаг, документов, предприятий и учреждений:* агентство по продаже недвижимости, комиссия по борьбе с терроризмом, смета по строительству.
- *Название какого-либо вида деятельности:* подготовка работ по предоставлению образовательного кредита, внедрение программы по предоставлению жилья молодой семье.

Задание Укажите ошибки в употреблении предложных конструкций и запишите их в исправленном виде. Следуйте вышеприведенному правилу.

Работа по ремонту по крыше, реклама по России, договор по реализации продукции, решение по зарплате, ведение делопроизводства по кадрам, предоставление услуг по тестированию, база данных по клиентам.

11. Обратите внимание:

предлоги *благодаря,*
 согласно + сущ. в дат.п. (ЧЕМУ?)
 вопреки
(благодаря вашему предложению)

Задание

Раскройте скобки и поставьте слова в нужном падеже.

- Согласно (наша договоренность) товары должны быть отправлены завтра.
- Прошу оплатить услуги согласно (договор).
- Благодаря (мужество) водителя авария была предотвращена.
- Вопреки (большой наплыв) посетителей время работы выставки будет сокращено до 15.00.
- Согласно (приложение) к договору нашей фирме имеет разрешение на проведение ремонтно-строительных работ.

Задание Передайте смысл высказывания, используя предлог *вопреки*.

Родители не хотели, чтобы он стал музыкантом. Но он пошел учиться в консерваторию. – Он пошел учиться в консерваторию вопреки желанию родителей.

-Вчера по радио сообщили, что погода будет плохая. А весь день светило солнце.

- Она ни у кого не просила прощения. Но на этот раз неожиданно для всех сделала это.
- Он привык курить в сложной ситуации. Вчера ему было очень трудно, а он не закурил.
- Врач запретил больному вставать с постели. А больной встал и начал ходить.

12. Особенностью делового стиля является активное употребление *простых предложений с обособленными оборотами* (причастными, деепричастными, определениями и др.)

Часто в деловых документах наблюдаются нарушения правил употребления деепричастных оборотов.

Запомните: действия, выраженные в предложении деепричастным оборотом и сказуемым, должны осуществляться **одним и тем же лицом и относиться к одному лицу**. Поэтому **нельзя** использовать деепричастия в следующих случаях:

-если действие, выраженное сказуемым, и действие, выраженное деепричастием, относятся к разным лицам;

-если предложение выражено страдательной конструкцией;

-если в безличном предложении имеется логическое подлежащее (предмет мысли).

Например:

Соблюдая режим питания, она улучшила самочувствие.

Задание

Найдите ошибки в употреблении деепричастного оборота и исправьте предложения.

-Прочитав это письмо, мне стало даже смешно.

-Подъезжая к станции, у меня слетела шляпа.

-Проработав всего 2 месяца, у него возникли проблемы с руководителем отдела.

-Думая о ней, мне становится грустно.

-Едва научившись ходить, у него возникла потребность рисовать.

-Приехав в Киев, спортсмены были размещены в лучших гостиницах города.

-Взяв ее под руку, они пошли вместе.

-Рекомендуя в аспирантуру, кафедры должны быть ознакомлены с работой кандидатов на производстве.

-Приехав домой, голова перестала болеть.

Задание

Выберите нужную форму деепричастия.

Начиная – начав

-...работу на незнакомом рынке, необходимо прежде всего найти надежного партнера.

Составляя – составив

-.....контракт, необходимо указать дату и место его подписания.

Принимая – приняв

-..... во внимание сложившиеся между нашими фирмами отношения, мы согласны пересмотреть указанную в нем цену.

Получая – получив

-... ваше письмо-рекламацию, мы немедленно приступили к выяснению обстоятельств.

Деепричастные обороты легко можно заменить придаточными предложениями, как правило, придаточными условия (*если*) или времени (*когда, после того как, пока, в то время как, перед тем как, до того как, с тех пор как, прежде чем...*).

Сравни: Читая эту лекцию, обратите внимание на подчеркнутые места. – Когда вы будете читать эту лекцию, обратите внимание на подчеркнутые места.

Задание

Замените предложения с деепричастными оборотами предложениями с придаточными условия или времени.

- Записываясь на прием к ректору университета, приходится получать пропуск.
- Однажды одевшись в «Рибок», вам не захочется покупать спортивную одежду другой марки.
- Рассмотрев Ваше предложение о сокращении срока поставок, мы решили пойти Вам навстречу.
- Ссылаясь на нашу договоренность, платеж будет произведен через банк.
- Отвечая на Ваше письмо-запрос, нами была собрана следующая информация.

13. В деловой письменной речи преобладают простые предложения. Однако сложные предложения не менее значимы для текстовой организации официально-деловых документов. Смысловые отношения в сложных предложениях помогают выражать союзы и союзные слова. Иногда логические связи в структуре сложного предложения нарушаются. Это происходит из-за:

- 1) контаминации составного союза (например, **вместо** *не только..., но и, - не только..., а также*);
- 2) неоправданное усложнение текста. Для исправления подобных предложений используется рубрикация (т.е. деление на составные части, графически отделенные одна от другой), которая облегчает восприятие информации.

Вместо: *В повестку дня совещания были включены не только проблемы строительства, а также бытовые и социальные проблемы строителей.*

Нужно: *В повестку дня совещания были включены не только проблемы строительства, но и бытовые и социальные проблемы строителей.*

Задание

Отредактируйте сложные предложения.

-Охрана освобождается от ответственности за кражу имущества, если установлено, что охрана была лишена возможности вскрыть и осматривать объект для выяснения причин срабатывания сигнализации, если посторонние лица задержаны охраной при совершении кражи, и в других случаях, если охрана докажет отсутствие своей вины.

-Об этом происшествии говорили не только на совещании отдела, а также на Совете директоров.

Не только крупные и средние предприятия стоят сегодня перед угрозой закрытия, а также малый бизнес исчезает из-за непомерных налогов.

14. Нарушается порядок слов в предложении.

Неверно: Каждая из сторон имеет право прекратить действие Договора, уведомив не менее чем за 3 дня другую сторону в письменном виде.

Верно: Каждая из сторон имеет право прекратить действие Договора, уведомив другую сторону в письменном виде не менее чем за 3 дня.

Задание Исправьте предложения. Объясните характер ошибок.

1. Взяв без разрешения это оборудования на складе, у него начались неприятности с руководством.
2. Мы рассмотрели вопрос согласно полученного заявления.
3. Приняв смену, дежурные водители направляются диспетчером по объектам.
4. В обсуждении диссертации принял участие заведующий кафедры психологии.
5. Принимая во внимание наше длительное сотрудничество, товар будет поставлен Вам со скидкой в 5 %.
6. Гражданин Петров похитил ящик с гражданином Чернышевым.
7. Отвечая на Ваше письмо относительно финансового положения компании, нами была собрана следующая информация.
8. Пользуясь газовыми плитами, населению необходимо сначала убедиться в их исправности.
9. В это время в реках и водоемах области ловля рыбы запрещена всеми способами.

Задание Их приведенных ниже предложений, выпишите существительные – названия людей.

- Поставщик принимает на себя обязанности по текущему ремонту многоэтажного дома, принадлежащего заказчику.
- В ответ на претензию ответчик отказался возместить недостачу товара.
- Свидетеля можно допрашивать о фактах дела, а также о личности обвиняемого и потерпевшего.

-Запрещается изъятие паспортов у гражданина, кроме случаев, предусмотренных законодательством РФ.

Задание Найдите отглагольные существительные, характерные для официально-делового стиля.

- В результате расследования установлено, что пожар возник вследствие неисправностей в системе электропроводки.
- Резкое торможение автомобиля на скользких участках дороги может привести к заносу и опрокидыванию.
- В выделении дополнительных денежных средств отделу было отказано.
- Оплата заказа гарантируется.
- Суд прекращает рассмотрение дела о краже до выяснения подробностей.

1. Методические и дидактические материалы

1.1. КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Работник сферы управления – секретарь, референт, инспектор, инженер, руководитель, предприниматель, бизнесмен, – преподаватель русского языка должны владеть специальной терминологией. Им следует знать терминологию из области делопроизводства, документирования, почтово-телеграфных связей и даже лингвистики. Предлагаемый ниже словарь наиболее употребительных терминов в сфере управления составлен с учетом требований, которые получили отражение в государственных стандартах, рекомендациях Международной организации по стандартизации, нормативно-технических разработках. В словаре зафиксированы лишь ключевые понятия.

АДРЕСАТ – получатель письма, телеграммы и т.п.

АДРЕСАНТ – отправитель почтовых отправлений.

АКТ – это документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий установленные факты и события.

АННОТАЦИЯ – краткое изложение первоисточника.

АСПЕКТ – точка зрения, с которой производится поиск документа или извлечение из него необходимых сведений.

БЛАНК – белый лист с частично напечатанным текстом и пробелами, которые заполняются актуальной информацией, например, анкетные бланки.

ВИЗА – 1. Подпись, подтверждающая факт ознакомления должностного лица с документом. *Поставить свою визу.* 2. Разрешение на въезд, выезд.

ВНУТРЕННИЙ АДРЕС ПИСЬМА – наименование и адрес организации или фамилия и адрес лица, которому направлено письмо.

ВНУТРЕННИЙ ДОКУМЕНТ – документ, предназначенный для использования тем учреждением, в котором он создан.

ВХОДЯЩИЙ ДОКУМЕНТ – документ, поступивший в учреждение.

ВЫПИСКА – копия части текстового документа.

ГАРАНТИЙНОЕ ПИСЬМО – письмо, выражающее гарантию.

ГРИФ – пометка, указывающая на особый характер или особый способ пересылки деловой корреспонденции («секретно», «срочно», «не подлежит оглашению», «лично»).

ДАТА – число, месяц и год составления или подписания документа, указанные на нем арабскими цифрами.

ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО – документ, применяемый для связи, передачи информации на расстояние между двумя корреспондентами, которыми могут быть и юридические, и физические лица.

ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО – ведение канцелярских дел, совокупность работ по документированию деятельности учреждений и по организации документов в них.

ДЕПОНИРОВАНИЕ ДОКУМЕНТОВ – установленный порядок их хранения в справочно-информационном фонде.

ДИРЕКТИВНЫЙ ДОКУМЕНТ – документ, содержащий обязательные к исполнению указания вышестоящих органов.

ДОГОВОР – это документ, фиксирующий соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

ДОГОВОРНОЕ ПИСЬМО – один из видов сопроводительного письма, указывающего на факт отправки договора.

ДОКУМЕНТ – информация на материальном носителе, имеющая юридическую силу.

ДЕЛО – единица хранения письменных документов в архиве, помещенных в отдельную папку.

ДОКУМЕНТООБОРОТ – 1. Движение документов в учреждении с момента их получения или создания до завершения исполнения или отправки. 2. Количество входящих, внутренних и исходящих документов учреждения за определенный период времени.

ДОСЬЕ – документы, относящиеся к какому-либо делу.

ДУБЛЕТНЫЙ ДОКУМЕНТ – один из экземпляров размноженного документа.

ДУБЛИКАТ – экземпляр документа, составленный взамен отсутствующего подлинника и имеющий одинаковую с ним юридическую силу.

ЖАНРЫ ДЕЛОВОЙ РЕЧИ – каждый подстиль ОДС имеет свои жанры, хотя при этом они могут встречаться в других подстилях. Жанры ОДС подразделяются на устные и письменные. К устному деловому общению относятся деловая беседа, переговоры, презентации, торги, совещание, пресс-конференция, дискуссия, полемика, дебаты и многие другие жанры; к письменному деловому общению относятся все жанры деловой переписки (всевозможные письма, факсы, телефаксы), справки, протоколы, заявления, распорядительные документы (приказы, распоряжения, решения), организационные, юридические и дипломатические документы.

ЗАГОЛОВOK ПИСЬМА – указание на содержание письма, выражается формой предложного падежа с предлогом «о».

ЗАПИСКА – краткое изложение какого-либо вопроса или пояснение содержания какого-либо документа, факта, события (например, служебная з., памятная з., докладная з., объяснительная з.)

ЗАПРОС – коммерческий документ, представляющий собой обращение импортера к экспортеру с просьбой дать подробную информацию о товаре (услугах и т.п.) и(или) направить предложение на поставку товара

ЗАЯВЛЕНИЕ – документ, содержащий просьбу или предложение лица (лиц) учреждению или должностному лицу, например, о приеме на работу, о предоставлении отпуска и т. д.

ИЗВЕЩЕНИЕ – документ, информирующий о предстоящем мероприятии (заседании, собрании, конференции) и предлагающий принять в нем участие.

ИНДЕКСЫ – словные обозначения, присваиваемые документам в процессе учета (регистрации) и исполнения.

ИНДЕКС ДЕЛА – порядковый номер дела по номенклатуре и условное обозначение структурной части учреждения, проставляемые на обложке дела.

ИНДЕКСАЦИЯ – проставление индекса.

ИСХОДЯЩИЙ ДОКУМЕНТ – документ, отправленный из учреждения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА – слова, каждое из которых необходимо, а всех вместе достаточно для отражения содержания документа.

КОММЕРЧЕСКОЕ ПИСЬМО – название делового документа, принятого в коммерческой практике, в международной торговле и в делопроизводстве.

КОНСЕРВАЦИЯ ДОКУМЕНТА – предохранение документа от разрушающего действия внешней среды.

КОНТРАКТ – договор об установлении, изменении или прекращении правоотношений

КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТ – талон для индивидуальной регистрации документов, включающий резолюцию и тему письма.

КОРРЕСПОНДЕНТ – учреждение или отдельное лицо, с которым ведется переписка.

ЛИМИТ – документ, определяющий предельный размер ассигнований денежных средств, отпуска материалов и т.д. из государственных фондов

ЛИЦЕВОЙ СЧЕТ – бухгалтерский документ, отражающий передачу какого-либо конкретного вида средств (материалов, инструментов, продукции, зданий и т.д.) определенной организации или лицу и содержащий денежные расчеты с ними

ЛИЧНОЕ ДЕЛО – дело, включающее документы о каком-либо лице (о биографии, образовании, трудовой или общественной деятельности)

МАРКИРОВКА – индексация технических документов или товаров.

МАШИНОЧИТАЕМЫЙ ТЕКСТ – документ, использование которого требует применения специально предназначенных технических средств.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ – это процесс общения (вербального и невербального) между коммуникантами, являющимися носителями разных культур и языков, – вернее, совокупность специфических процессов взаимодействия людей, принадлежащих к разным культурам и языкам.

НАЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ – это поведение личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума.

НОМЕНКЛАТУРА ДЕЛ – систематизированный перечень или список наименований дел, заводимых в делопроизводстве учреждения.

НОМЕР ВХОДЯЩЕГО ПИСЬМА – регистрационный номер документа, проставляемый адресатом.

НОМЕР ИСХОДЯЩЕГО ПИСЬМА – регистрационный номер документа, проставляемый отправителем.

НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ – документы, в которых устанавливаются какие-либо правила, нормы.

ОБЪЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА – 1. документ, поясняющий содержание отдельных положений основного документа (плана, отчета, проекта); 2. сообщение должностного лица, поясняющего какое-либо действие, факт, происшествие, представляемое вышестоящему должностному лицу

ОПИСЬ – юридически оформленный перечень документов».

ОРИГИНАЛ ДОКУМЕНТА – 1. Первоначальный экземпляр документа. 2. Экземпляр документа, являющийся исходным материалом, для копирования.

ОСОБЫЕ ОТМЕТКИ – степень секретности, срочность исполнения документов.

ОТЧЕТ – документ, содержащий сведения о подготовке, проведении и итогах выполнения планов, заданий, командировок и других мероприятий, представляемый вышестоящему учреждению или должностному лицу

ОФЕРТА – см. **ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ – документы, составленные учреждением или должностным лицом и оформленные в установленном порядке.

ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ (ОДС) – один из функциональных стилей современного русского литературного языка. Используется в сфере официально-деловых отношений между людьми и учреждениями, в области права, законотворчества и законодательства. Подстили ОДС: канцелярский, коммерческий, юридический, дипломатический.

ПИСЬМО – обобщенное наименование различных по содержанию документов, служащих средством общения между учреждениями, частными лицами.

ПИСЬМО-ИЗВЕЩЕНИЕ – письмо, в котором что-либо сообщается или утверждается. Обычно письма-извещения являются ответом на запрос и начинаются со слов: «Сообщаем (Извещаем)», «Доводим до Вашего сведения», «Ставим Вас в известность».

ПИСЬМО ИНФОРМАЦИОННОЕ – письмо, своевременно информирующее другое предприятие или заинтересованное лицо о свершившемся факте или о планируемом мероприятии.

ПИСЬМО-НАПОМИНАНИЕ – письмо, в котором вторично содержится информация о каком-либо факте. Такое письмо приближается к телеграмме.

ПИСЬМО-ПОДТВЕРЖДЕНИЕ – письмо, подтверждающее факт отправки документов, состоявшийся ранее разговор и т. д.

ПИСЬМО-ПРИГЛАШЕНИЕ – такие письма адресуются конкретному лицу или нескольким лицам и служат основанием для их участия в планируемом мероприятии.

ПИСЬМО-ПРОСЬБА – письмо, выражающее просьбу о выполнении какого-либо действия, получении документации или материальных ценностей. Начинается со слов: «Прошу (просим)».

ПИСЬМО-РАСТОРЖЕНИЕ ДОГОВОРА – это деловое письмо, по которому одна из сторон договора, имеющая претензии к другой, заявляет о прекращении договорных отношений.

ПОВЕСТКА – официальное сообщение частному лицу или учреждению с предложением куда-либо выслать своего представител

ПОДЛИННИК ДОКУМЕНТА – 1. Документ официального происхождения в окончательной редакции, достоверный соответствующим образом. 2. Рукопись.

ПОДПИСЬ НА ДОКУМЕНТЕ – подпись должностного лица или автора документа, удостоверяющая подлинность или заверяющая копию документа.

ПОИСКОВЫЕ ДАННЫЕ ДОКУМЕНТА – сведения о месте хранения документа, включающие архивный шифр и ссылку на номер листа (страницы) документа.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ – это правовой документ, принимаемый высшими исполнительными органами федеральной власти, в целях разрешения наиболее важных задач и установления стабильных норм и правил.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – письменное заявление от имени предприятия, адресованное другому предприятию, о готовности заключить с ним договор на определенных условиях.

ПРЕТЕНЗИОННОЕ ПИСЬМО – письмо, отправляемое виновной стороне в случае невыполнения ею заключенных ранее договоров и разного рода обязательств.

ПРОЕКТ ДОКУМЕНТА – предварительный вариант документа, предназначенный для рассмотрения.

ПРОТОКОЛ – документ с записью всего происходящего (обсуждение вопросов, принятие решений и др.) на совещании и собрании.

РЕГИСТРАЦИОННЫЙ ШТАМП – штамп, содержащий следующую информацию: название учреждения, дату регистрации, регистрационный индекс, номер дела, в которое будет помещен документ.

РЕГИСТРАЦИОННАЯ КАРТОЧКА – карточка, предназначенная для регистрации документов в делопроизводстве учреждения.

РЕГИСТРАЦИОННЫЙ НОМЕР ДОКУМЕНТА – порядковый номер, присваиваемый входящему или исходящему документу при его регистрации, являющийся частью делопроизводственного индекса или заменяющий его.

РЕГИСТРАЦИЯ ДОКУМЕНТОВ – запись в учетных формах (журналах, карточках и т. п.) кратких сведений о документе и проставлении на документе делопроизводственного индекса и даты регистрации.

РЕЕСТР – перечень (список) чего-либо, применяемый в бухгалтерском учете и делопроизводстве (р. описей).

РЕЗОЛЮЦИЯ НА ДОКУМЕНТЕ – письменное указание руководителя исполнителю о характере и сроках исполнения документа.

РЕКВИЗИТЫ – обязательные элементы служебного документа.

РЕКВИЗИТ ДОКУМЕНТА – обязательный информационный элемент (автор, дата и т. п.), присущий тому или иному виду письменного документа.

РЕКЛАМАЦИОННОЕ ПИСЬМО – заявление об обнаружении недостачи, дефектов в полученной продукции или в выполненной работе.

СДАТОЧНАЯ ОПИСЬ (разг.) – опись документальных материалов, составленная учреждением при передаче дел в архив.

СИСТЕМА ДОКУМЕНТИРОВАНИЯ – принятый в учреждении порядок создания, оформления и исполнения документов.

СЛУЖЕБНЫЙ ДОКУМЕНТ – текст, обладающий юридической значимостью (паспорт, удостоверение личности, свидетельство о рождении и мн.др.). Каждый служебный документ имеет свое оформление (реквизиты) и содержание (структурные части). В служебных документах действуют два типа норм: а) текстовые нормы, которые определяют построение текста, его организацию; б) языковые нормы, которые регулируют употребление языковых единиц. Стандарты служебных документов закреплены в ГОСТах. В оформлении служебных документов большую роль играет деловой речевой этикет, которым должен владеть каждый вступающий в письменную деловую коммуникацию. Перечислить все особенности письменного делового языка и этикета невозможно. Следует всегда помнить, что служебные документы пишутся в нейтральном, деловом, доброжелательном тоне, в котором не допускаются ирония, грубость, вычурность выражений, чрезмерная книжность.

СОПРОВОДИТЕЛЬНОЕ ПИСЬМО – письмо, указывающее на факт отправки приложенных к письму документов и других материальных ценностей.

СТЕНОГРАММА – дословная запись докладов, речей и других выступлений на собраниях, совещаниях и заседаниях, осуществленная методом стенографии.

СТИЛЬ ОБЩЕНИЯ – структурное единство выразительных средств, применяемых коммуникаторами в общении и создающих, во-первых, семиотическое, т.е. смысловое поле коммуникаций, а также, во-вторых, определяющих меру совместимости коммуникативных ценностей и харизматических качеств лидеров общения, «уровни глубинного общения» (Г.С.Батищев).

ТЕЗИС – это утверждение, которое требует обоснования.

ТЕЛЕКС – телеграмма, посланная по телетайпу.

ТЕЛЕТАЙП – телеграфный аппарат с клавиатурой типа пишущей машинки.

ТРАФАРЕТНЫЙ ДОКУМЕНТ – документ, имеющий заранее отпечатанный стандартный текст (часть текста) и дополняющее его конкретное содержание.

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР – это письменное соглашение, которое заключается между работодателем и кандидатом при приеме на работу и фиксирует их согласие на установление трудовых правоотношений

ФАКСИМИЛЕ – 1. Воспроизведение техническими средствами точного изображения подписи (текста), сделанного от руки. 2. Клише, печатка, позволяющая многократно воспроизводить собственноручную подпись на деловом документе.

ФОРМУЛЯР ДОКУМЕНТА – совокупность расположенных в установленной последовательности реквизитов документа (автор, адрес, дата, заголовок, содержание и т. п.).

ЦИРКУЛЯРНОЕ ПИСЬМО – письмо, направленное из одного источника в несколько адресов;

ЭКСПЕДИЦИЯ – специальный аппарат учреждения по приемке документов.

1.2. Хрестоматийные статьи

1.2.1. Тема 8, с.151 – Роджер Фишер, Уильям Юри «Путь к согласию Или переговоры без поражения» - http://lib.aldebaran.ru/author/yuri_uillyam/yuri_uillyam_put_k_soglasiyu_ili_peregovory_bez_porazheniya/yuri_uillyam_put_k_soglasiyu_ili_peregovory_bez_porazheniya_0.html

1.2.2. Тема 7, с.135 – Эверетт Шостром «Анти-Карнеги, или Человек – манипулятор» - <http://lib.ru/PSIHO/SHOSTROM/antikarnegi.txt>

1.2.3. Тема 7, с. 139 – В. Тарасов « Искусство управленческой борьбы» - <http://www.epress.wsdb.net/books/tarasov/art-of-administrative-fight/chapter-1-9.htm>

1.2.4. Тема 3, с. 58 – Ф.А. Кузин «Культура делового общения» - <http://www.i-u.ru/biblio/archive/kusin%5Fculture/>

1.2.5. Тема 3, с. 59 – Ф.А. Кузин «Культура делового общения» - <http://www.i-u.ru/biblio/archive/kusin%5Fculture>

1.2.6. Тема 4, с.65 – Т.И. Холопова, М.М. Лебедева «Протокол и этикет для деловых людей» – см. Хрестоматия

1.2.7. Тема 5, с. 81 – Т.И. Холопова, М.М. Лебедева «Протокол и этикет для деловых людей» – см. Хрестоматия

1.2.8. Тема 5, с. 78 – Лейл Лаундес «Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций» - [http://www.fictionbook.ru/author/laundes_leyil/kak_govorit_s_kem_ugodno_i_o_chem_ugodno/read_online.html?page=1;](http://www.fictionbook.ru/author/laundes_leyil/kak_govorit_s_kem_ugodno_i_o_chem_ugodno/read_online.html?page=1)

http://www.koob.ru/books/contact/kak_govorit_s_kem_ugodno_o_chem_ugodno.rar

1.2.9. Тема 7, с.134 – Д. Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей» - <http://karnegi.ru/category/karnegirar/>

2. Контрольные и тестовые материалы

2.1. Вопросы для самопроверки и обсуждений по темам

Тема 1. Современное состояние и история развития языка делового общения.

1. Почему на современном этапе так выросли значение и роль языка делового общения?
2. Чем объясняется возросший за последнее время интерес к деловому языку?

3. Почему иностранцу-филологу (магистру) так важно овладеть языком делового общения?
4. Основные лексические черты современного ОДС.
5. Основные морфолого-синтаксические черты ОДС.
6. Как складывался язык делового общения в XI – XV вв.?
7. С чем связано возникновение литературно-письменного языка в X – XI вв.?
8. Чем характеризуется язык грамот (XII-XIII вв.)?
9. Как складывались предпосылки централизации государства в XIV – XV вв.?
10. Что собой представлял приказный язык?
11. К какому времени относится становление русского национального литературного языка?
12. Расскажите о взаимодействии газетно-публицистического, научного и делового языков?
13. Каким образом менялся литературный язык в XVIII в.?
14. Коренные изменения в истории литературного языка XVIII-XIX
15. В чем основные особенности официально-делового стиля, как он образовался?

Тема 2. Подстили официально-делового стиля.

1. Чем отличается стиль от подстиля?
2. Каковы характерные особенности официально-делового стиля (ОДС)?
3. Что такое служебный документ?
4. Что собой представляют реквизиты отдельных служебных документов?
5. Каковы два типа норм в письменной деловой речи?
6. Какие сферы общения обслуживает официально-деловой стиль?
7. Охарактеризуйте административно-канцелярский подстиль ОДС.
8. Охарактеризуйте законодательно-юридический подстиль ОДС.
9. Охарактеризуйте дипломатический подстиль ОДС.
10. Охарактеризуйте коммерческий подстиль ОДС.
11. В чем проявляется специфика терминологии деловой речи?
12. Назовите основные жанры каждого подстиля ОДС.

Тема 3. Риторика и современное деловое общение

1. Почему риторику называют наукой и искусством?
2. Назовите основные виды риторики ?
3. Назовите этапы подготовки к риторическому выступлению?
4. Что является предметом деловой риторики?
5. В чем заключаются принципы речевого поведения, и как они реализуются в деловой риторике?
6. Какие риторические факторы влияют на эффективность делового общения?
7. Охарактеризуйте основные логические законы. В чем их значимость для делового общения?
8. Что такое доказательство?
9. Какие требования предъявляются к доказательствам?

Тема 4. Учет национально-коммуникативного поведения в деловом общении

1. Каково значение национально-коммуникативного поведения в деловом общении?
2. Что Вы думаете о стиле русского делового общения?
3. Как относятся российские деловые люди ко времени? Всегда ли они его хорошо организуют?
4. На какие отрицательные черты русского делового стиля общения указывают иностранные предприниматели?
5. Какие позитивные черты отмечаются ими у русских?
6. Как вы понимаете выражения: *Не дал слово – крепись, а дал слово – держись; Что посеешь, то и пожнешь; Старый друг лучше новых двух; Любишь кататься – люби и саночки возить.*

Тема 5. Духовная культура, этика и этикет делового общения

1. В чем заключается роль духовной культуры и этики в деловом общении?
2. Какова роль делового этикета в деловом общении?
3. Почему важно обучать деловому этикету филологов, будущих преподавателей русского языка?

Тема 6. Телефонные разговоры и этикет делового общения по телефону.

1. Какова роль телефонных разговоров в деловом общении?
2. Каковы основные черты деловых телефонных разговоров?
3. В чем сложности ведения телефонных разговоров?
4. Охарактеризуйте правила ведения телефонных разговоров, когда звонят вам.
5. Охарактеризуйте правила ведения телефонных разговоров, когда звоните вы.
6. Составьте телефонограмму делового содержания.
7. Каковы приемы рационализации телефонного делового общения?

Тема 7. Современные коммуникативные технологии и деловое общение

1. Что характеризует современное деловое общение?
2. Назовите основные аспекты современного делового общения.
3. Что делает современное деловое общение более технологичным и совершенным?
4. Как вы относитесь к коммуникативным взглядам Д.Карнеги?
5. В чем выражается актуальность и современный характер теории Эверетта Шострома?
6. Охарактеризуйте новые коммуникативные профессии.
7. Какую роль в преподавании русского языка делового общения и в межкультурной коммуникации играет овладение новыми коммуникативными технологиями?

Тема 8. Роль переговоров в современном деловом общении. Толерантность делового общения

1. Чем отличаются переговоры от обычных бесед, разговоров, которые тоже могут проходить в деловой обстановке?
2. Каково значение деловых переговоров в современном деловом общении?
3. Какова роль деловых встреч для проведения переговоров?

4. Что включает в себя подготовка деловых переговоров?
5. От чего зависит успех переговоров?
6. Какая предварительная работа должна быть проведена при подготовке к переговорам?
7. Что предлагают Р.Фишер и У.Юри для проведения успешных переговоров в своей книге «Путь к согласию Или переговоры без поражения»?
8. Охарактеризуйте важнейшие тактические приемы проведения переговоров.
9. Какую роль играет толерантность в деловом общении (вообще) и в переговорах (в частности)?
10. Как определяют переговоры авторы книги «Управление переговорами» (США) и российские авторы М.М. Лебедева и Чумиков А.Н.?
11. На что должно быть в первую очередь ориентировано обучение умению вести деловые переговоры при преподавании РКИ?

Тема 9. Технические средства (компьютер, мобильный телефон, SMS и др.) в деловом общении

1. Какова роль технических средств в современном письменном деловом общении?
2. Какова роль компьютера в деловом общении?
3. В чем достоинства использования электронной почты в деловом общении?
4. В чем недостатки использования электронной почты в деловом общении?
5. Охарактеризуйте основные особенности речевого этикета электронных средств связи.
6. Что дает использование мобильного телефона в деловом общении?

2.2. Перечень вопросов итоговой аттестации по курсу

1. Морфолого-синтаксические и стилистические особенности русской деловой речи.
2. Лексические и фразеологические особенности русской деловой речи.
3. Формирование навыков общения в различных ситуациях устного и письменного делового общения.
4. Методика отбора, организации и презентации материала при преподавании русского языка как средства делового общения.
5. Новые коммуникативные технологии в деловом общении.
6. Жанровое своеобразие подстилей официально-делового стиля.
7. Риторические основы официально-деловой речи.
8. Этика и этикет делового общения.
9. Краткая история развития и становления официально-делового стиля.
10. Специфика и возможности деловых переговоров.
11. Роль деловых переговоров в современном мире.
12. Владение различными видами речевой деятельности в деловом общении.
13. Межкультурное деловое общение в условиях глобализации.
14. Роль толерантности в деловом общении.
15. Деловое общение и культура речи.
16. Вербальные и невербальные средства в деловом общении.

17. Характерные процессы фразеологизации в современном русском деловом общении.
18. Трудные случаи словоупотребления в русском языке делового общения.
19. Трудные случаи в нормативном произношении и ударении, часто встречающиеся в устном деловом общении.
20. Лингвокультурологические основы русских деловых разговоров, переговоров и бесед в лингводидактическом аспекте.
21. Логическая культура делового общения.
22. Духовная культура и этика делового общения.
23. Обучение деловому этикету (поведенческому и речевому) филологов-иностранцев, будущих преподавателей русского языка.
24. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звонят Вам.
25. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звоните Вы.
26. Культура речи делового телефонного общения.
27. Особенности технологий делового стиля общения.
28. Новые коммуникативные профессии, воздействующие на индивидуальное и массовое сознание.
29. Положительные и отрицательные стороны использования электронного общения.
30. Мобильные телефоны в деловом общении.

2.3. Перечень рефератов и тем магистерских работ

1. Речевая культура русского делового разговора и деловой беседы с точки зрения носителя китайского (или любого другого иностранного) языка.
2. Устные и письменные жанры дипломатического подстиля русской официально-деловой речи и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
3. Устные и письменные жанры канцелярского подстиля официально-деловой речи и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
4. Жанры коммерческого подстиля русской официально-деловой речи и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
5. Лексика и фразеология официально-делового стиля на современном этапе и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
6. Коммуникативные особенности официально-делового стиля и методика работы над ними в иностранной аудитории.
7. Закономерности функционирования лексической системы официально-делового стиля на современном этапе.
8. Трудные случаи русской орфографии (существительные, числительные причастия, деепричастия, глаголы) и работа над ними в аудитории филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения при изучении русского языка делового общения.
9. Трудные случаи русской пунктуации простого и сложного предложения и работа над ними в аудитории филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения при изучении русского языка делового общения.
10. Методика работы и виды заданий по редактированию и оформлению деловой переписки и служебных документов.

11. Новые коммуникативные технологии в устном и письменном деловом общении.
12. Русское коммуникативное поведение в структуре обучения русскому языку делового общения (указывается язык) учащихся.
13. Методика работы по подготовке к государственному тестированию по русскому языку как иностранному иностранных граждан и лиц без гражданства для приема в гражданство Российской Федерации.
14. Социокультурные аспекты деловой коммуникации и методика работы над ними в иностранной аудитории.
15. Методика работы по культуре деловой речи в иностранной аудитории.
16. Особенности оформления и стиля разных жанров официальной и неофициальной деловой переписки и электронной корреспонденции и методика работы над ней при изучении русского языка письменного делового общения в иностранной аудитории.
17. Новые возможности использования риторики в современном деловом общении.
18. Роль русского языка делового общения для формирования мировой повестки дня на русском языке.
19. Особенности формирования русского делового менталитета.
20. Межкультурное деловое общение в условиях глобализации.
21. Роль делового общения в формировании современного делового человека.
22. Роль русского языка как языка международного общения.
23. Востребованность языка русского делового общения как основной мотивации изучения русского языка как иностранного.
24. Проблемы риторизации русского языка делового общения на современном этапе.
25. Формирование лингвострановедческой компетенции и фоновых знаний материале языка официально-деловых текстов.

Контрольные и тестовые материалы

Вопросы для самопроверки и обсуждений по темам

Тема 1. Современное состояние и история развития языка делового общения.

1. Почему на современном этапе так выросли значение и роль языка делового общения?
2. Чем объясняется возросший за последнее время интерес к деловому языку?
3. Почему иностранцу-филологу (магистру) так важно овладеть языком делового общения?
4. Основные лексические черты современного ОДС.
5. Основные морфолого-синтаксические черты ОДС.
6. Как складывался язык делового общения в XI – XV вв.?
7. С чем связано возникновение литературно-письменного языка в X – XI вв.?
8. Чем характеризуется язык грамот (XII-XIII вв.)?
9. Как складывались предпосылки централизации государства в XIV – XV вв.?
10. Что собой представлял приказный язык?
11. К какому времени относится становление русского национального литературного языка?
12. Расскажите о взаимодействии газетно-публицистического, научного и делового языков?
13. Каким образом менялся литературный язык в XVIII в.?
14. Коренные изменения в истории литературного языка XVIII-XIX
15. В чем основные особенности официально-делового стиля, как он образовался?

Тема 2. Подстили официально-делового стиля.

1. Чем отличается стиль от подстиля?
2. Каковы характерные особенности официально-делового стиля (ОДС)?
3. Что такое служебный документ?
4. Что собой представляют реквизиты отдельных служебных документов?
5. Каковы два типа норм в письменной деловой речи?
6. Какие сферы общения обслуживает официально-деловой стиль?
7. Охарактеризуйте административно-канцелярский подстиль ОДС.
8. Охарактеризуйте законодательно-юридический подстиль ОДС.
9. Охарактеризуйте дипломатический подстиль ОДС.
10. Охарактеризуйте коммерческий подстиль ОДС.
11. В чем проявляется специфика терминологии деловой речи?
12. Назовите основные жанры каждого подстиля ОДС.

Тема 3. Риторика и современное деловое общение

1. Почему риторику называют наукой и искусством?
2. Назовите основные виды риторики ?
3. Назовите этапы подготовки к риторическому выступлению?
4. Что является предметом деловой риторики?

5. В чем заключаются принципы речевого поведения, и как они реализуются в деловой риторике?
6. Какие риторические факторы влияют на эффективность делового общения?
7. Охарактеризуйте основные логические законы. В чем их значимость для делового общения?
8. Что такое доказательство?
9. Какие требования предъявляются к доказательствам?

Тема 4. Учет национально-коммуникативного поведения в деловом общении

1. Каково значение национально-коммуникативного поведения в деловом общении?
2. Что Вы думаете о стиле русского делового общения?
3. Как относятся российские деловые люди ко времени? Всегда ли они его хорошо организуют?
4. На какие отрицательные черты русского делового стиля общения указывают иностранные предприниматели?
5. Какие позитивные черты отмечаются ими у русских?
6. Как вы понимаете выражения: *Не дал слово – крепись, а дал слово – держись; Что посеешь, то и пожнешь; Старый друг лучше новых двух; Любишь кататься – люби и саночки возить.*

Тема 5. Духовная культура, этика и этикет делового общения

1. В чем заключается роль духовной культуры и этики в деловом общении?
2. Какова роль делового этикета в деловом общении?
3. Почему важно обучать деловому этикету филологов, будущих преподавателей русского языка?

Тема 6. Телефонные разговоры и этикет делового общения по телефону.

1. Какова роль телефонных разговоров в деловом общении?
2. Каковы основные черты деловых телефонных разговоров?
3. В чем сложности ведения телефонных разговоров?
4. Охарактеризуйте правила ведения телефонных разговоров, когда звонят вам.
5. Охарактеризуйте правила ведения телефонных разговоров, когда звоните вы.
6. Составьте телефонограмму делового содержания.
7. Каковы приемы рационализации телефонного делового общения?

Тема 7. Современные коммуникативные технологии и деловое общение

1. Что характеризует современное деловое общение?
2. Назовите основные аспекты современного делового общения.
3. Что делает современное деловое общение более технологичным и совершенным?
4. Как вы относитесь к коммуникативным взглядам Д.Карнеги?
5. В чем выражается актуальность и современный характер теории Эверетта Шострома?
6. Охарактеризуйте новые коммуникативные профессии.

7. Какую роль в преподавании русского языка делового общения и в межкультурной коммуникации играет овладение новыми коммуникативными технологиями?

Тема 8. Роль переговоров в современном деловом общении. Толерантность делового общения

1. Чем отличаются переговоры от обычных бесед, разговоров, которые тоже могут проходить в деловой обстановке?
2. Каково значение деловых переговоров в современном деловом общении?
3. Какова роль деловых встреч для проведения переговоров?
4. Что включает в себя подготовка деловых переговоров?
5. От чего зависит успех переговоров?
6. Какая предварительная работа должна быть проведена при подготовке к переговорам?
7. Что предлагают Р.Фишер и У.Юри для проведения успешных переговоров в своей книге «Путь к согласию Или переговоры без поражения»?
8. Охарактеризуйте важнейшие тактические приемы проведения переговоров.
9. Какую роль играет толерантность в деловом общении (вообще) и в переговорах (в частности)?
10. Как определяют переговоры авторы книги «Управление переговорами» (США) и российские авторы М.М. Лебедева и Чумиков А.Н.?
11. На что должно быть в первую очередь ориентировано обучение умению вести деловые переговоры при преподавании РКИ?

Тема 9. Технические средства (компьютер, мобильный телефон, SMS и др.) в деловом общении

1. Какова роль технических средств в современном письменном деловом общении?
2. Какова роль компьютера в деловом общении?
3. В чем достоинства использования электронной почты в деловом общении?
4. В чем недостатки использования электронной почты в деловом общении?
5. Охарактеризуйте основные особенности речевого этикета электронных средств связи.
6. Что дает использование мобильного телефона в деловом общении?

Перечень вопросов итоговой аттестации по курсу

1. Морфолого-синтаксические и стилистические особенности русской деловой речи.
2. Лексические и фразеологические особенности русской деловой речи.
3. Формирование навыков общения в различных ситуациях устного и письменного делового общения.
4. Методика отбора, организации и презентации материала при преподавании русского языка как средства делового общения.
5. Новые коммуникативные технологии в деловом общении.
6. Жанровое своеобразие подстилей официально-делового стиля.
7. Риторические основы официально-деловой речи.
8. Этика и этикет делового общения.
9. Краткая история развития и становления официально-делового стиля.

10. Специфика и возможности деловых переговоров.
11. Роль деловых переговоров в современном мире.
12. Владение различными видами речевой деятельности в деловом общении.
13. Межкультурное деловое общение в условиях глобализации.
14. Роль толерантности в деловом общении.
15. Деловое общение и культура речи.
16. Вербальные и невербальные средства в деловом общении.
17. Характерные процессы фразеологизации в современном русском деловом общении.
18. Трудные случаи словоупотребления в русском языке делового общения.
19. Трудные случаи в нормативном произношении и ударении, часто встречающиеся в устном деловом общении.
20. Лингвокультурологические основы русских деловых разговоров, переговоров и бесед в лингводидактическом аспекте.
21. Логическая культура делового общения.
22. Духовная культура и этика делового общения.
23. Обучение деловому этикету (поведенческому и речевому) филологов-иностранцев, будущих преподавателей русского языка.
24. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звонят Вам.
25. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звоните Вы.
26. Культура речи делового телефонного общения.
27. Особенности технологий делового стиля общения.
28. Новые коммуникативные профессии, воздействующие на индивидуальное и массовое сознание.
29. Положительные и отрицательные стороны использования электронного общения.
30. Мобильные телефоны в деловом общении.

Перечень рефератов и тем магистерских работ

1. Речевая культура русского делового разговора и деловой беседы с точки зрения носителя китайского (или любого другого иностранного) языка.
2. Устные и письменные жанры дипломатического подстиля русской официально-деловой речи и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
3. Устные и письменные жанры канцелярского подстиля официально-деловой речи и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
4. Жанры коммерческого подстиля русской официально-деловой речи и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
5. Лексика и фразеология официально-делового стиля на современном этапе и работа над ними в (указывается язык) аудитории.
6. Коммуникативные особенности официально-делового стиля и методика работы над ними в иностранной аудитории.
7. Закономерности функционирования лексической системы официально-делового стиля на современном этапе.

8. Трудные случаи русской орфографии (существительные, числительные причастия, деепричастия, глаголы) и работа над ними в аудитории филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения при изучении русского языка делового общения.

9. Трудные случаи русской пунктуации простого и сложного предложения и работа над ними в аудитории филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения при изучении русского языка делового общения.

10. Методика работы и виды заданий по редактированию и оформлению деловой переписки и служебных документов.

11. Новые коммуникативные технологии в устном и письменном деловом общении.

12. Русское коммуникативное поведение в структуре обучения русскому языку делового общения (указывается язык) учащихся.

13. Методика работы по подготовке к государственному тестированию по русскому языку как иностранному иностранных граждан и лиц без гражданства для приема в гражданство Российской Федерации.

14. Социокультурные аспекты деловой коммуникации и методика работы над ними в иностранной аудитории.

15. Методика работы по культуре деловой речи в иностранной аудитории.

16. Особенности оформления и стиля разных жанров официальной и неофициальной деловой переписки и электронной корреспонденции и методика работы над ней при изучении русского языка письменного делового общения в иностранной аудитории.

17. Новые возможности использования риторики в современном деловом общении.

18. Роль русского языка делового общения для формирования мировой повестки дня на русском языке.

19. Особенности формирования русского делового менталитета.

20. Межкультурное деловое общение в условиях глобализации.

21. Роль делового общения в формировании современного делового человека.

22. Роль русского языка как языка международного общения.

23. Востребованность языка русского делового общения как основной мотивации изучения русского языка как иностранного.

24. Проблемы риторизации русского языка делового общения на современном этапе.

25. Формирование лингвострановедческой компетенции и фоновых знаний материале языка официально-деловых текстов.

Список рекомендуемой литературы

Обязательная литература

1. Андреев В.П. Деловая риторика. Казань. Изд-во Казанского ун-та, 1998.
2. Аннушкин В.И. Риторика: Вводный курс: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2007.
3. Акишина А.А., Акишина Т.Е. Этикет русского телефонного разговора. М., 1990.
4. Акишина А.А., Формановская Н.П. Русский речевой этикет. М.: Русский язык, 1978.
5. Атватер И. Я вас слушаю. М., 1988.
6. Аасамаа И. Правила хорошего тона. Таллин, 1996.
7. Байбурин А.К., Топорков А.Л. У истоков этикета. Л., 1990.

8. Балыхина Т.М., Ельникова С.И., Маркина Т.В., Харитоновна О.В. Уроки толерантности. Русский язык и межкультурная коммуникация. М., 2005.
9. Балыхина Т.М., Маерова К.В., Шаклеин В.М. Практикум по современной русской орфографии. М.: РУДН, 1999.
10. Бушелева С. Этикет от «А» до «Я». Хабаровск, 1987.
11. Введенская Л. А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: Учебное пособие для вузов. Ростов-на-Дону: издательский центр «МарТ», 2002.
12. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. М.: Русский язык, 1990.
13. Веселов П.В. Служебный телефонный разговор. – «Русская речь». М., 1990, №5.
14. Веселов П.В. Как составить служебный документ. М., 1982.
15. Веселов П.В. Аксиомы делового письма: Культура делового общения и официальной переписки. М., 1993.
16. Виноградов В.В. Современный русский язык. М.: Наука, 1970.
17. Винокур Г.О. Русский язык. Исторический очерк. Избранные работы. М.: 1960.
18. Волгин Б.Н., Полянская Е.Е. Деловой телефон. М., 1987.
19. Голуб И.Б. Стилистика современного русского языка. М., 2002.
20. Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. М., 2001.
21. Иссерлин Е.М. Официально-деловой стиль. Учебное пособие по курсу «Стили русского языка» М., 1970.
22. Д.Карнеги. «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей». М., 1977.
23. Колтунова М.В. Деловое общение: нормы, риторика, этикет: Учебное пособие. М.: Логос, 2005.
24. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1997.
25. Кузин Ф. А. Культура делового общения: Практическое пособие. М.: Ось-89, 2000.
26. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. М: Флинта: Наука, 1997.
27. Куницына В.Н. Стиль общения и его формирование. Л., 1985.
28. Лебедева М.М. Вам предстоит переговоры. М.: Экономика, 1993.
29. Маёрова К.В. Обучение студентов-иностранцев официально-деловой речи. М., 1983.
30. Маёрова К.В. Преподавание курса «Язык русского делового общения», «Бизнес русского студентам – филологам, будущим преподавателям РКИ. Международная научная конференция».
31. Маёрова К.В. Обучение навыкам делового общения в школе и ВУЗе. Материалы конференции «Теория и практика преподавания русского языка и литературы в школьном и довузовском образовании». М., 1998.
32. Маёрова К.В. Вопросы межкультурной коммуникации в преподавании русского языка делового общения. – Сб. Проблемы межкультурной языковой коммуникации. М.: РУДН, 1998.
33. Милославский И. Русский язык для бизнесменов. М., 1990.
34. Национально-культурная специфика речевого поведения. М., 1977.
35. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. «Рефл-бук», «Ваклер», 2000.
36. Русский язык делового общения / Под общей ред. И.А. Стернина. Воронеж: ВГУ, 1995.
37. Русский язык и культура речи: Учебник / Под ред. проф. В.И. Максимова. М.: Гардарики, 2001.
38. Русские: коммуникативное поведение / Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. М.: Флинта: Наука, 2007.

39. Роджер Фишер и Уильям Юри. Путь к согласию, Или переговоры без поражения. – М.: Наука, 1992.
40. Соловьев Э.Я. Современный этикет. Деловой протокол. М.: Ось-89, 2001.
41. Уткин Э. А. Этика бизнеса. Учебник для вузов. М., Издательство «Зерцало», 1998.
42. Ухтомский А.А. Избр. соч. М., 1986
43. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М.: Инфра-М, 1995.
44. Чумиков А.Н. Ведение переговоров: стратегия, коммуникация, фасилитация, медиация. М., 1997.
45. Шостром Э. Анти-Карнеги, или Человек-манипулятор. Минск, 1992.

Дополнительная литература

1. Айви. Лицом к лицу. Практическое пособие для освоения приемов и навыков делового общения. Новосибирск: Экор, 1995.
2. Борзенко А., Федоров А. Мультимедиа для всех. М., Компьютер Пресс, 1996
3. Ваш Зарубежный партнер: переписка, документация, контракты. М.: Мир. «Технология», 1984.
4. Васильева А.Н. Основы культуры речи. М., 1976.
5. Виноградов В.В. Проблемы русской стилистики. М.: «Высшая школа», 1981.
6. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: АН СССР, 1963.
7. Винокур Т.Г. «Правильность речи. Стилистический отбор» М., 1963.
8. Головин Б.Н. Основы культуры речи. М., 1976.
9. Дерябо С.Д., Ясвин В.А. Гроссмейстер общения: иллюстрированный самоучитель психологического мастерства. М: Смысл; Эрудит-К, 2002.
10. Зарницкий К. А надо ли нам больше? – «Hard&Soft», 2003, № 9. С.19.
11. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов. М., 1998.
12. Кожухарь Г. С. Модель усиленной мотивации: взаимодействие базовых механизмов межличностной толерантности. – «Вопросы психологии», 2007, № 2. С. 15-29.
13. Кукушин В.С. Деловое общение. М., 2003.
14. Культура парламентской речи. М., 1994.
15. Клобукова Л.П., Михалкина Л.В., Солтановская Т.В., Хавронина С.А. Русский язык в деловом общении. Вашингтон, 1997.
16. Ламекин В.Ф. Окно в мультимедиа и Internet. Курс лекций. Ростов н/Д.: Издательство «Феникс», 1996.
17. Леви В.Л. Искусство быть собой. М., 1977.
18. Лукин Ю.А. Структура культуры и место в ней художественной культуры – «Культурология: новые подходы». Альманах-ежегодник. Вып.1. М., 1995.
19. Лексические трудности русского языка. М., 1994.
20. Маерова К.В. Выразительное чтение. М: РУДН, 2001.
21. Маёрова К.В. Учет психолого-лингвистических и лингво-культурологических особенностей адресата при обучении языку делового общения. – «Теория практики преподавания русского языка иностранным учащимся в ВУЗе». М., 1999.

22. Маёрова К.В. Практикум по русской устной и письменной речи. Официально-деловая речь. М.: РУДН, 1977.
23. Орфоэпический словарь русского языка / Под ред. Р.И. Аванесова. М., (любое издание).
24. Можжевельников Б. В вашей фирме звонит телефон – «Коммерческий вестник». М., 1992.
25. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. М., 1998.
26. Прикладная конфликтология: Хрестоматия. Сост.К.В. Сельченко. – Мн.: Харвест, М.: Аст, 2001.
27. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность / А. В. Сергеева. М.: Флинта: Наука, 2006.
28. Рыбкин И.В. Эффективный телефонный контакт М.: Издательство «Институт общегуманитарных исследований» (серия «Мастер продаж»), 2005.
29. Скворцов Э.С., Скворцов А.Э. Мой компьютер. М.: Экслибрис-Пресс, 1996.- 192 с.
30. Садохин А.П. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Юнити, 2006.
31. Словарь иностранных слов. М., (любое издание).
32. Словарь латинских крылатых слов. М., 1988.
33. Словарь омонимов русского языка. М., 1974
34. Словарь синонимов русского языка. М., 1975.
35. Словарь ударений для работников радио и телевидения / Под ред. А.Э. Розенталя. М., (Любое издание).
36. Сидоренко Е.В. Тренинг коммуникативной компетенции в деловом взаимодействии. СПб., 2002.
37. Соловьев Э.Я. Этикет. М., 1996.
38. Скворцов Л.И. Теоретические основы культуры речи. М., 1980.
39. Спивак В. Этикет делового общения. Спб, 1996.
40. Трудности словоупотребления и варианты русского литературного языка: Словарь-справочник. Л., 1974.
41. Ухтомский А.А. Избр. соч. М., 1986
42. Честар Дж. Деловой этикет. М., 1997.
43. Щерба Л.В. Современный русский язык. М., 1957.

Хрестоматийные статьи

Роджер Фишер, Уильям Юри «Путь к согласию Или переговоры без поражения» -
http://lib.aldebaran.ru/author/yuri_uillyam/yuri_uillyam_put_k_soglasiyu_ili_peregovory_bez_porazheniya/yuri_uillyam_put_k_soglasiyu_ili_peregovory_bez_porazheniya_0.html

Эверетт Шостром «Анти-Карнеги, или Человек – манипулятор» -
<http://lib.ru/PSIHO/SHOSTROM/antikarnegi.txt>

В. Тарасов « Искусство управленческой борьбы»

<http://www.epress.wsdnet.net/books/tarasov/art-of-administrative-fight/chapter-1-9.htm>

Ф.А. Кузин «Культура делового общения»

<http://www.i-u.ru/biblio/archive/kusin%5Fculture/>

Ф.А. Кузин «Культура делового общения»

<http://www.i-u.ru/biblio/archive/kusin%5Fculture>

Лейл Лаундес «Как говорить с кем угодно и о чем угодно. Психология успешного общения. Технологии эффективных коммуникаций»-

http://www.fictionbook.ru/author/laundes_leyil/kak_govorit_s_kem_ugodno_i_o_chem_ugodno/read_online.html?page=1;

http://www.koob.ru/books/contact/kak_govorit_s_kem_ugodno_o_chem_ugodno.rar

Д. Карнеги «Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей»-

<http://www.karnegi.ru/category/karnegirar/>

-

ОПИСАНИЕ И ПРОГРАММА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА (УМК) "ИННОВАЦИОННАЯ МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ МАГИСТРАМ-ФИЛОЛОГАМ, БУДУЩИМ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ РУССКОГО ЯЗЫКА".

I. Общее описание курса УМК.

Название курса «Инновационная методика преподавания русского языка делового общения магистрам-филологам, будущим преподавателям русского языка»

Область знаний: русский язык как иностранный.

Уровень обучения: магистры I-II курсов (5-6 годы обучения).

Специальность: филологи, будущие преподаватели русского языка как иностранного.

Обязательный курс.

Направленность: основными видами работы являются как лекции, которые предваряют работу по каждому разделу программы (18 часов), так и практические занятия (66 часов). Основная направленность работы практическая. Основными видами контроля являются 6 тестов (по 2 теста в каждом семестре (промежуточный и итоговый), доклады и сообщения, которые студенты делают на занятиях, зачёт, экзамен^[1].

Магистрам-филологам в числе тем для магистерских диссертаций предлагаются и темы по русскому языку делового общения.

Введение курса «Русский язык делового общения» в образовательный стандарт филологов-иностранцев (магистров) был связан с необходимостью также познакомить их с принципами организации и презентации материалов при преподавании русского языка как средства делового общения.

Курс включает рассмотрение основных особенностей русской устной и письменной речи на современном этапе, краткую историю развития и становления официально-деловой речи, наиболее характерные инновационные процессы на современном этапе развития официально-делового стиля русского языка, а также роль русского языка как средства устного и письменного делового общения в современном мире.

В программу включена систематизированная характеристика лексических, морфолого-синтаксических, стилистических особенностей официально-деловой речи русского литературного языка, основных проблем изучения различных видов документов, наиболее распространённые приёмы их правки и редактирования, а также изучения её коммуникативных, этикетных и этических особенностей.

При работе над программой были учтены актуальные проблемы общего языкознания, стилистики, современной методики преподавания иностранных языков, риторики, культуры речи. Овладение языком официально-делового общения готовит студента (магистра) к устному и письменному деловому общению на русском языке, к переводу русской деловой документации, к правке и редактированию деловых документов, а при необходимости и к их составлению, а будущему преподавателю РКИ даёт необходимый материал и методические установки для преподавания официально-деловой речи в иностранной аудитории.

Изучение стилистических и жанровых особенностей официально-деловой речи представляет как практический, так и теоретический интерес.

В настоящее время, когда общее число иностранцев, изучающих русский язык, значительно сократилось, число изучающих язык делового общения резко возросло. Можно сказать, что подавляющее число изучающих русский язык обратились к официально-деловой речи, которая необходима для их деятельности в области коммерческого бизнеса, деловой переписки и переговоров, для международного дипломатического общения и т.п.

УМК предназначен для обучения русскому языку делового общения магистров-филологов (иностранцев), будущих преподавателей русского языка, а также может быть использован иностранными руководителями деловых кругов, представителями менеджмента и маркетинга, иностранными переводчиками устной и письменной деловой речи различных жанров. Возросший за последние десятилетия имидж российского бизнеса, экономический рост, интерес к деловому межкультурному общению привели к необходимости не только знания русского языка делового общения, но и к востребованности преподавателей деловой речи на продвинутом этапе обучения, способных подготовить это общение. Для формирования мировой повестки дня на русском языке как языке международного общения необходимо владеть этим деловым общением (слышать, думать, говорить на русском языке о делах), т.е. действовать словом в разных подстилях делового языка во всех его жанровых разновидностях. Русский язык может сохранить статус мирового, прежде всего, как инструмент бизнеса, а потом уже – политики. Прагматизм современного мира убедительно показывает, что востребованность языка делового общения на продвинутом этапе обучения – основная мотивация изучения русского языка не только для зарубежных иностранцев, но и для населения СНГ, для мигрантов, а также для носителей русского языка, которые нуждаются в профессиональном овладении деловым общением.

Цели курса:

- обеспечить изучающих русский язык делового общения эффективными материалами для овладения устным и письменным деловым общением на русском языке в жанровом многообразии всех подстилей официально-делового стиля русского литературного языка;
- обеспечить изучение лексических морфолого-синтаксических, стилистических и жанровых особенностей русской деловой речи;
- познакомить студентов с различными подстилями официально-деловой речи в их жанровом многообразии;
- формировать навыки действия словом в различных ситуациях устного и письменного делового общения;
- формировать понимание качеств русского коммуникативного делового поведения;
- знакомить с основными чертами русского делового менталитета;
- формировать владение коммуникативными навыками делового устного и письменного общения, его этикетом и этикой;
- познакомить студентов с принципами отбора, организации и презентации материала при преподавании русского языка как средства делового общения.

В УМК рассматриваются следующие темы.

I. Официально-деловой стиль речи (ОДС).

Современный русский литературный язык и официально-деловой стиль.

Официально-деловой стиль речи как функциональная разновидность современного русского литературного языка.

Особенности русской устной и письменной деловой речи.

Понятие «документ» - «служебный документ».

Русская деловая речь в современном мире.

Специфика официально-делового общения на современном этапе.

Речевое поведение современного делового человека (корректность в суждениях, решениях, компетентность, логичность, последовательность изложения, чёткость формулировок, однозначность интонации и др.)

II. Краткая история развития и становления официального делового стиля русского литературного языка, основные этапы развития ОДС.

III. Языковые особенности ОДС.

1. Лексика русской официально-деловой речи.

Специфические особенности лексики ОДС.

Основные словообразовательные модели в ОДС.

Значение отдельных общеупотребительных слов в русском языке делового общения.

Употребление деловой лексики в значениях, не закреплённых традицией.

Использование специальной терминологии в соответствии со сферой деятельности, в которой используются документы.

Специальная книжно-письменная, устная, архаическая, заимствованная лексика в ОДС.

Лексика и фразеология со специфической окраской ОДС.

Распространение клишированных лексических форм. Канцеляризм.

Разграничение клише и штампа. Лексические и фразеологические клише и штампы в ОДС.

Сокращения, аббревиатуры, словосложение, сложносокращённые слова, кодифицированные наименования, отглагольные существительные, специфические местоименные формы, отсутствие субъективно-оценочных образований, большое количество отглагольно-именных словосочетаний – характерные особенности ОДС. Отсутствие (как правило) диалектизмов, жаргонизмов, просторечий. Минимальное использование междометий, модальных слов.

2. Морфологические особенности русской официально-деловой речи.

Трудности в употреблении имён существительных, связанные с категориями рода, числа, одушевлённости. Варианты падежных окончаний существительных, наиболее употребительных в деловом языке. Склонение имён существительных собственных. Особенности образования и употребления существительных, являющихся названиями лиц. Употребление полной и краткой форм имён прилагательных в деловой речи. Особенности образования и употребления качественных, относительных и притяжательных прилагательных. Образование, употребление, правописание количественных, порядковых, собирательных числительных в устной и письменной деловой речи. Особенности сочетания числительных с именами существительными.

Особенности употребления личных, притяжательных, определительных, указательных, неопределённых местоимений и местоимения «себя» в деловой устной и письменной речи.

Образование и употребление отдельных форм времени и склонения глагола. Специфические особенности употребления возвратных глаголов, некоторых причастий и деепричастий. Стилистическое использование наречий, союзов, союзных слов и некоторых предлогов.

3. Синтаксические особенности официально-деловой речи.

Синонимичное употребление предложных и беспредложных конструкций и предлогов. Ошибки в управлении, связанные с многозначностью слова и с синонимичностью. Употребление предлогов при однородных членах предложения. Простое предложение в деловой речи. Особенности сложного предложения в ОДС. Порядок слов в синтаксисе ОДС. Широкое распространение сложных предложений, причастных и деепричастных оборотов.

Косвенная речь как стилистическая примета ОДС. Современные тенденции развития ОДС (стремление к свободе, простоте, разнообразию средств выражения, лаконизм, лексические, стилистические и графические заимствования). Устойчивые деловые обороты и фразы в ОДС.

IV. Подстили официально-деловой речи.

А. Канцелярский (управленческий) подстиль, его особенности и жанры (резюме, личный листок по учёту кадров, автобиография, заявление, анкета, доверенность, протокол, контракт, договор и т.п.).

Техническая документация (технические условия, госты, инструкции, стандарты, заявки (на финансирование, на изобретения) и т.п.).

Б. Коммерческий подстиль, его особенности и жанры (контракт, коммерческие предложения, деловые письма (сообщения, напоминания, извещения, гарантии, рекламации, соболезнования, приглашения, поздравления) и др.).

В. Дипломатический подстиль, его особенности и жанры (международное приглашение, меморандум, ноты, коммюнике и др.)

Г. Законодательный (юридический) подстиль, его особенности и жанры (законы, подзаконный акт, кодекс, конституция, законодательное распоряжение, протокол и др.)

V. Письменные формы делового русского языка.

А. Основные особенности составления различных документов и их редактирования. Логические основы редактирования и техника правки документов.

Б. Языковые стандарты русской официальной переписки. Официальная и неофициальная деловая переписка (служебное письмо и личная деловая корреспонденция). Язык и стиль служебной переписки. Этикет служебной переписки.

В. Резюме. Основные требования к составлению и оформлению резюме. Письма-резюме. Автобиография. Заявление о приёме на работу. Советы ищущим работу. Советы готовящимся к собеседованию (интервью).

Г. Коммерческая корреспонденция (коммерческое письмо, телекс, деловые коммерческие извещения, заказы, отказ от заказов, письма об условиях и сроках поставки товара, подтверждения заказов, коммерческие запросы, предложения, контракты (договоры), рекламации, гарантии, справки).

Д. Заявление. Протокол. Докладная записка. Справка. План.

Е. Доверенность. Расписка. Завещание.

Ж. Декларация. Визовые документы.

З. Аукционы. Выставки. Ярмарки. Салоны.

И. Законы, постановления, акты.

К. Реклама. Типы рекламы. Язык рекламы.

Л. Условия и сроки поставки товаров. Упаковка и маркировка товара. Сервисное обслуживание клиентов.

М. Цена. Платёж.

VI. Различные виды деловых писем.

Письма-просьбы.

Письма-запросы и письма-ответы.

Письма-напоминания.

Письма-подтверждения.
Письма-извещения.
Письма-приглашения.
Письма-отказы от приглашения.
Гарантийные письма.
Циркулярные письма.
Письма о дефектах товара и рекламации (письма-претензии).
Письма-поздравления.
Письма-соболезнования.
Личные письма в учреждение.
Письма благодарственные.
Письма-извинения.

VII. Компьютер, e-mail, Интернет в деловом общении.

Электронная почта и её возможности в общении.

SMS-сообщения, их специфика.

Интернет в современном деловом общении.

Роль компьютера в современном делопроизводстве. Компьютер как хранитель деловой информации.

Компьютер и редактирование деловых документов и переписки.

Речевая культура деловой Интернет-среды.

«Допустимые» и «недопустимые» речевые проявления в языке виртуального делового общения.

VIII. Визитная карточка.

Оформление визитной карточки. Вручение визитных карточек и другие особенности возможностей их использования.

IX. Краткий очерк развития речевой культуры общества и риторики и современное деловое общение.

Античная риторика. Ораторы Древней Греции и Рима. Древнерусское красноречие. Ораторы Древней Руси. Формирование риторики в России («Риторика» митрополита Макария, «Краткое руководство к красноречию» М.В. Ломоносова, риторические работы И.С. Сперанского, А.И. Галича, К. Зеленецкого). Русское красноречие в XIX-XX вв. (В.О. Ключевский, В.С. Соловьёв, В.И. Вернадский, Е.Ф. Ферсман, К.А. Тимирязев, А.И. Солженицын). Современная риторика и её особенности. Неориторика.

Риторика и герменевтика. Особенности русского красноречия.

X. Основы устной официально-деловой коммуникации.

А. Риторические основы официально-деловой речи.

Основные требования к речи участника деловой коммуникации. Основные нормы устной деловой речи. Риторическая этика официально-деловой речи. Важнейшие качества устного делового общения.

Б. Подготовка к деловому общению.

В. Требования к деловому разговору.

XI. Техника и логика речи в деловом общении.

А. Роль темпа, ритма, артикуляции, использование возможностей голоса в деловом общении.

Б. Логика речи, смыслового интонирования, логических и психологических пауз в деловом общении.

В. Речевые такты, различные типы логических пауз, синтагматическое членение (упражнения по технике и логике деловой речи). Дикция. Чтение вслух официально-деловых текстов.

XII. Основы психологической культуры устного делового общения.

XIII. Роль соблюдения основных логических законов в деловом общении.

XIV. Средства невербальной коммуникации (жесты, мимика, позы и др.) в деловом общении.

XV. Внешний вид участника деловых переговоров. («По платью встречают, по уму провожают?»)

XVI. Основные черты русского менталитета и его роль в деловом общении. Влияние русского менталитета на деловую межкультурную коммуникацию.

XVII. Учёт особенностей коммуникативного поведения участников делового общения.

XVIII. Этика и этикет профессионального делового общения.

Этикетные формы делового общения в различных сферах профессиональной деятельности (гуманитарной, коммерческой, законодательной, дипломатической и др.). Этикет взаимоотношений руководителя и подчинённых (соблюдение субординации). Этикет проведения деловых встреч, переговоров. Международный деловой этикет, связанный с этнокультурными особенностями делового и бытового этикета других народов.

XIX. Телефон и деловое общение.

А. Правила этикета и речевые особенности проведения телефонных разговоров, когда звонят вам.

Б. Правила этикета и речевые особенности проведения телефонных разговоров, когда звоните вы.

В. Приёмы подготовки и рационализации деловых телефонных переговоров.

Г. Правила и единицы этикета деловых телефонных переговоров.

Д. Учёт общемировых стандартов в телефонном деловом общении.

XX. Современные коммуникативные технологии и их влияние на межличностное общение и массовое сознание.

Коммуникативное пространство и его организация в начале XXI вв. Коммуникативные технологии и профессии, специализирующиеся на воздействии на индивидуальное и массовое сознание

(имиджмейкер, спиндоктор, переговорщик, спичрайтер, пресс-секретарь, рекламист и др.). Культура речи, деловое общение и коммуникативные технологии современности.

XXI. Технологии преодоления конфликтов.

1. Роль переговоров в деловом общении, в общественных, коммерческих и политических процессах. Роль переговоров в преодолении войн, конфликтов, напряжённости.

Преодоление нетерпимости, эгоизма, торопливости, неумения слушать, навязывания своего мнения и др., мешающих общению особенностей - залог успешных деловых переговоров и преодоления конфликтов.

Зависимость устойчивости результатов переговоров от умения избегать «позиционного торга», не поддаваться постороннему давлению, искать взаимовыгодные варианты решения вопросов, стараться увеличить взаимовыгодные варианты пунктов делового общения. Основной метод решения спорных деловых вопросов – поиск взаимовыгодных вариантов в переговорах.

2. Роль умения преодолевать конфликты в деловом общении. Основные принципы разрешения конфликтов мирным путём. Конструктивное деловое общение – путь к пониманию и интеллектуальному общению. Наиболее важные конфликтологические приёмы в качестве средства проблеморазрешающих технологий.

Наиболее типичные ошибки в общении, вызывающие или углубляющие конфликт (неправильно взятый тон общения – «тон делает погоду», чрезмерная скорость речи, раздражённая поза, голос; оценка говорящим события, о котором он говорит, и мн. др.

Характер инновации УМК.

Создание эффективного многокомпонентного УМК позволяет варьировать обучение официально-деловому общению (теоретический материал, хрестоматия, образцы документов разных жанров и подстилей, лексико-грамматическое и стилистическое описание деловой речи, задания по устному и письменному деловому общению, а также широкое использование аудио- и видеоматериалов, деловых игр, различных форм тестирования (по преимуществу коммуникативного) делают УМК современным инновационным многоадресным учебным комплексов, формирующим филолога магистра не только как носителя языка делового общения, а также как преподавателя этого общения. УМК может быть также широко использован различными специалистами-нефилологами, которые нуждаются в знании устного и письменного русского языка делового общения (иностранцы деловые люди, рабочие из СНГ, студенты различных специальностей как иностранцы, так и носители языка).

В УМК по русскому языку делового общения учтены характерные для нынешнего времени изменения в направленности, целях и содержании российского образования, УМК ориентирует преподавателей русского языка делового общения, а также магистров, которых они обучают, на овладение навыками делового общения, востребованными в современном обществе как в России, так и в странах приёма, а также обеспечивают будущих преподавателей русского языка делового общения учебными материалами и методическими указаниями по преподаванию ОДС.

УМК соответствует Государственным требованиям по русскому языку как иностранному (III-IV уровням Стандарта).

Инновационный характер УМК иллюстрируется также чрезвычайно важными и незнакомыми иностранным учащимся указаниями на теоретические и практические проблемы современного русского коммуникативного поведения, межкультурного общения и русского менталитета, влияющие на коммуникативное поведение и коммуникативные реакции русских деловых людей.

Важной чертой инновационного характера УМК по русскому языку делового общения является его толерантность, лингвокультурологическая и лингводидактическая направленность, которые являются определяющими при построении лекций, практических занятий, игр, тестов, определении тематики докладов, сообщений и тематики магистерских диссертаций.

Язык русского делового общения, включённый в учебные планы филологов-магистров V-VI курсов, подтверждает важность владения навыками деловой коммуникации на русском языке, вселяет в студентов, а также в представителей других групп, изучающих русский язык делового общения, уверенность в возможности работать в этом направлении (преподавание ОДС, переводы и составление документов, деловая переписка, реклама и мн. др.).

Все особенности инновационного характера УМК трудно перечислить (широкое использование Интернета, компьютера, игр, фрагментов различного рода делового общения, русского коммуникативного поведения, этикета, иллюстрированных записями TV и многое др.).

Инновационность содержания учебного процесса УМК «Язык русского делового общения».

Инновационность содержания УМК во многом объясняется тем, что комплекс ориентирован не просто на более совершенную подготовку иностранных специалистов со знанием русской устной и письменной речи, а ещё и тем, что эти студенты за время обучения в РФ, где подавляющее число из них (90-95%) уже работают и столкнулись с острой необходимостью владеть не только русским литературным языком других функциональных разновидностей, но и особенно, русским языком делового общения во всём многообразии жанров всех подстилей официально-делового стиля (резюме, автобиография, многожанровая деловая переписка, интервью, переговоры и т.д. и т.п.)

Работа каждый день ставит магистров перед необходимостью владеть языком русского устного и письменного делового общения, его лингвокультурологическими особенностями, этикетом и спецификой русского коммуникативного делового поведения. Это является стимулом серьёзной и глубокой мотивации для изучения, которая ещё больше подтверждается тем, что магистры надеются на получение работы у себя на родине (Китай, Корея, Индонезия, Тайвань, Гвинея-Бисау, Турция и мн. др.) или в качестве преподавателей русского языка делового общения, или как переводчики с русского языка на родной или с родного языка на русский в ситуациях делового общения, прекрасно понимая, что вряд ли многие из них смогут найти работу без знания русского языка делового общения в качестве научных работников, преподавателей университетских курсов факультетов славистики, переводчиков художественной литературы.

Эта же мотивация объясняет интерес к изучению русского языка делового общения у многочисленных работников различных иностранных фирм, компаний, предприятий, а также у людей разных профессий, приезжающих на работу в различные регионы России. Все эти люди нуждаются в оформлении всевозможных документов на русском языке, а также в общении в различных деловых официальных и неофициальных ситуациях.

Содержание УМК даст возможность различным группам людей, интересующихся русским языком делового общения, найти необходимый для них материал, образцы современных документов и деловой переписки.

Филологов-магистров УМК обеспечит не только необходимым учебным материалом для усвоения курса «Русский язык делового общения», не только подготовит их для делового общения в России, но и даст им в достаточно полной форме материалы для преподавания курса «Русский язык делового общения» с образцами документов, писем, речей и т.п., которые они впоследствии смогут использовать в будущей работе, получив полный комплект учебных материалов, заданий, образцов устной и письменной деловой речи, программу курса, а также видео- и компьютерные материалы, позволяющие иллюстрировать лингвокультурологические особенности использования коммерческого, канцелярского, дипломатического, законодательного подстилей ОДС в различных ситуациях делового общения, а также своеобразие русского

коммуникативного поведения и этикета. Следует заметить, что эти материалы построены на современном лингвокультурологическом материале, стимулируют дискуссии, деловые игры и письменные работы разного характера.

Сведения об авторе.

Маёрова Ксения Владимировна, кандидат филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и методики его преподавания РУДН.

Объём УМК «Русский язык делового общения» и виды учебной работы.

I.

| Виды учебной работы | Всего часов | |
|-------------------------------|------------------|---------------------|
| Общая трудоёмкость дисциплины | 108 ч. ауд. зан. | 108 ч. самост. зан. |
| Лекции | 18 часов | 9 часов |
| Семинарские занятия | 12 часов | 12 часов |
| Практические занятия | 66 часов | 66 часов |
| Тесты | 12 часов | 12 часов |
| Зачёт[2] | | 4 часа |
| Экзамен | | 5 часов |

Распределение учебной работы по семестрам.

| IX семестр | | | X семестр | | | XI семестр | | |
|----------------------|-------|----------------|----------------------|-------|----------------|----------------------|-------|----------------|
| Аудиторная работа | | самост. работа | Аудиторная работа | | самост. работа | Аудиторная работа | | самост. работа |
| Лекции | 9 ч. | 4 ч. | Лекции | 9 ч. | 4 ч. | Лекции | 9 ч. | 4 ч. |
| Семинарские занятия | 6 ч. | 6 ч. | Семинарские занятия | 6 ч. | 6 ч. | Семинарские занятия | 6 ч. | 6 ч. |
| Практические занятия | 33 ч. | 33 ч. | Практические занятия | 33 ч. | 33 ч. | Практические занятия | 33 ч. | 33 ч. |
| Тестирования | 6 ч. | 6 ч. | Тестирования | 6 ч. | 6 ч. | Тестирования | 6 ч. | 6 ч. |
| | | | Зачёт | | 4 ч. | Экзамен | | 5 ч. |

II. Возможный вариант распределения учебного времени при общем объёме курса 72 часа, который может быть в другом учебном заведении (допустим, при непрерывном обучении магистров иностранцев) или на каких-либо краткосрочных курсах.

| Вид учебной работы | Объём в часах | |
|-------------------------------|-------------------|------------------------|
| | Аудиторная работа | Самостоятельная работа |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 72 ч. | 72 ч. |
| Лекции | 18 ч. | 9 ч. |
| Семинарские занятия | 6 ч. | 6 ч. |
| Практические занятия | 42 ч. | 42 ч. |
| Тесты | 6 ч. | 6 ч. |
| Подготовка к зачёту | | 4 ч. |
| Подготовка к экзамену | | 5 ч. |

В IX, X, XI семестрах проводятся промежуточный и итоговый тесты, каждый из которых оценивается 100 баллами. Задания оцениваются в зависимости от их сложности.

Тест оценивается при получении:

- от 100 до 84 баллов – оценкой отлично,
- от 72 до 83 баллов – оценкой хорошо,
- от 71 до 60 баллов – оценкой удовлетворительно.

Тесты контролируют овладение различными видами и формами письменного делового общения, наиболее важными конструкциями, формулами и особенностями стиля официальной и неофициальной деловой переписки устного общения. Оценки за тесты влияют на оценки зачёта и экзамена.

Темы курсовых работ, бакалаврских выпускных работ и магистерских диссертаций по «Русскому языку делового общения»[\[3\]](#).

I. Примерные темы курсовых работ.

1. Особенности обучения иностранца, изучающего РКИ, деловой коммуникации.
2. Задания, формирующие устную деловую коммуникацию на РКИ.
3. Задания, формирующие письменную деловую коммуникацию на РКИ.
4. Наиболее типичные ошибки в деловой речи иностранцев, связанные с незнанием значения слова.
5. Современные тенденции употребления в языке делового общения слов, не закреплённых стилевыми традициями официально-деловой речи.
6. Фразеология деловой речи.
7. Ошибки в употреблении фразеологизмов в русском языке делового общения.
8. Характерные процессы фразеологизации в современном русском официальном стиле.
9. Трудные случаи правильного и точного словоупотребления в русском языке делового общения.

10. Трудные случаи нормативного произношения и ударения, часто встречающиеся в устном деловом общении.
11. Морфологические особенности официально-деловой речи.
12. Трудности в употреблении имён существительных, связанные с категориями рода, одушевлённости-неодушевлённости, склонения имён существительных собственных.
13. Трудные случаи употребления количественных и собирательных числительных в устной и письменной официально деловой речи.
14. Особенности употребления местоимений в устном и письменном деловом общении.
15. Наиболее типичные случаи неправильного или стилистически не оправданного употребления глаголов в языке официально-делового стиля.
16. Смысловые и стилистические различия в употреблении предложных и беспредложных конструкций в деловой речи.
17. Синтаксические особенности официально-делового стиля.
18. Особенности употребления союзов и союзных слов в деловой речи.
19. Основные правила редактирования служебных документов.
20. Культура письменной официально-деловой речи и работа над ней в иностранной аудитории (с указанием языка).

II. Примерные темы магистерских диссертаций, которые могут быть предложены студентам.

1. Речевая культура русского делового разговора и деловой беседы с точки зрения носителя китайского (или любого другого иностранного) языка.
2. Устные и письменные жанры дипломатического подстиля русской официально-деловой речи и работа над ними в ... (указывается язык) аудитории.
3. Устные и письменные жанры канцелярского подстиля официально-деловой речи и работа над ними в ... (указывается язык) аудитории.
4. Устные и письменные жанры коммерческого подстиля ОДС и работа над ними в ... (указывается язык) аудитории.
5. Лексика и фразеология официально-делового стиля на современном этапе и работа над ними в ... (указывается язык) аудитории.
6. Жанры коммерческого подстиля русской официально-деловой речи и работа над ними в ... (указывается язык) аудитории.
7. Коммуникативные особенности официально-делового стиля и методика работы над ним в иностранной аудитории.
8. Закономерности функционирования лексической системы официально-делового стиля на современном этапе.
9. Трудные случаи русской орфографии (существительных, числительных, причастий и деепричастий, глаголов) и работа над ними в аудитории филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения при изучении русского языка делового общения.
10. Трудные случаи русской пунктуации в простом и в сложном предложениях и работа над ними в аудитории филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения при изучении русского языка делового общения.
11. Методика работы и виды заданий по редактированию и оформлению деловой переписки и служебных документов.
12. Новые коммуникативные технологии в деловом общении.

13. Русское коммуникативное поведение в структуре обучения русскому языку делового общения ... (указывается язык) учащихся.

14. Методика работы по подготовке к государственному тестированию по русскому языку как иностранному иностранных граждан и лиц без гражданства для приёма в гражданство Российской Федерации.

15. Социокультурные аспекты деловой коммуникации и методика работы над ними в иностранной аудитории.

16. Методика работы по культуре деловой речи в иностранной аудитории

17. Особенности оформления и стиля различной официальной и неофициальной деловой переписки и электронной корреспонденции и методика работы над ней при изучении русского языка письменного делового общения в иностранной аудитории.

Приложения к УМК «Русский язык делового общения».

1. Выражения и фразеологизмы деловой речи, часто встречающиеся в устном и письменном деловом общении.

2. Образцы ответов и формулировки решений на часто встречающиеся типичные деловые вопросы.

3. Краткий словарь терминов официально-делового стиля русского литературного языка.

4. Типичные сокращения, встречающиеся в письменном деловом языке.

5. Аббревиатуры, принятые в письменном русском деловом языке.

6. Образцы деловых писем разных подстилей официальной и неофициальной письменной деловой речи.

7. Хрестоматия.

8. Телевизионные фильмы:

а) для самостоятельного внеаудиторного просмотра и последующего обсуждения на занятиях;

б) фрагменты фильмов для аудиторного просмотра, обсуждения и проведения деловых игр и дискуссий.

Список рекомендуемой литературы.

Обязательная литература.

1. Акишина А.А., Формановская Н.П. Русский речевой этикет. – М.: Русский язык, 1978.

2. Андреев В.П. Деловая риторика. – Казань: Издательство Казанского ун-та, 1993.

3. Атватер И. Я вас слушаю. – М., 1988.

4. Балыхина Т.М., Ельникова С.И., Маркина Т.В., Харитоновна О.В. Уроки толерантности. Русский язык и межкультурная коммуникация. М., 2005.

5. Балыхина Т.М., Маёрова К.В., Шаклеин В.М. Практикум по современной русской орфографии. – М.: РУДН, 1999.

6. Веселов П.В. Как составить служебный документ. – М., 1982.

7. Веселов П.В. Аксиомы делового письма. М., 1993.

8. Кузин Ф.А. Культура делового общения. – М., 1997.

9. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – М.: Флинта, Наука, 1997.

10. Культура русской речи. Учебник для вузов. Ответственные редакторы д.ф.н. Л.К. Граудина, д.ф.н. Е.Н. Ширяев. М.: Норма-Инфра М, 1999.
11. Колтунова М.В., Деловое общение. Нормы. Риторика. Этикет М.: Лотос, 2005.
12. Кукушин В.С. Деловое общение. М., 2003.
13. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи. М., 1997.
14. Лебедева М.М. Вам предстоят переговоры. М.: Экономика, 1993.
15. Маёрова К.В. Обучение студентов-иностранцев официально-деловой речи. М., 1983.
16. Национально-культурная специфика речевого поведения. – М., 1977.
17. Ю.Е. Прохоров, И.А. Стернин. Русское коммуникативное поведение. М., 2003.
18. Рахманин Л.В. Стилистика деловой речи и редактирование документов. – М., 1982.
19. Русский язык. Культура речи. Под редакцией профессора В.И. Максимова. М.: Гардарики, 2002.
20. Русский язык делового общения / Под общей ред. И.А. Стернина. – Воронеж: ВГУ, 1995.
21. Садохин А.П. Теория и практика межкультурной коммуникации. М.: Юнити, 2006.
22. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию или переговоры без поражения. Перевод с англ. – М.: Наука, 1992.
23. Холопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. М., 2001.
24. Честар Дж. Деловой этикет. М., 1997.

Дополнительная литература.

1. Айви. Лицом к лицу. Практическое пособие для освоения приёмов и навыков делового общения. – Новосибирск: Экор, 1995.
2. Ваш зарубежный партнёр: переписка, документация, контракты. – М.: Мир. «Технология», 1984.
3. Васильева А.Н. Основы культуры речи. М., 1990.
4. Головин Б.Н. Основы культуры речи. М., 1976.
5. Культура парламентской речи. М., 1994.
6. Клобукова Л.П., Михалкина Л.В. Солтановская Т.В., Хавроница С.А. Русский язык в деловом общении, Вашингтон, 1997.
7. Лексические трудности русского языка. М., 1994.
8. Маёрова К.В. Выразительное чтение. М.: РУДН, 2001.
9. Орфоэпический словарь русского языка / под ред. Р.И. Аванесова. – М., (любое издание).
10. Прикладная конфликтология: Хрестоматия. Сост. К.В. Сельчёнок. – Мн.: Харвест, М.: Аст, 2001.
11. Словарь иностранных слов. – М., (любое издание).
12. Словарь латинских крылатых слов. – М., 1988.
13. Словарь омонимов русского языка. – М., 1974.
14. Словарь синонимов русского языка. – М., 1975.
15. Словарь ударений для работников радио и телевидения / под ред. А.Э Розенталя. М., (любое издание).
16. Сидоренко Е.В. Тренинг коммуникативной компетенции в деловом взаимодействии. С-Пб., 2002.

17. Соловьёв Э.Я. Этикет. М., 1996.
18. Скворцов Л.И. Теоретические основы культуры речи. М., 1980.
19. Трудности словоупотребления и варианты русского литературного языка: Словарь-справочник. Л. – 1974.
20. Спивак В. Этика делового общения. С-Пб, 1996.
21. Шостром Эверетт Антикарнеги, или человек-манипулятор. М., 2001.

[1] В РУДН на кафедре русского языка и методики его преподавания с 1991 года введён курс «Русский язык делового общения» (для иностранных магистров-филологов (108 часов, 3 семестра, по 2 ч. в неделю); аналогично «Английский язык делового общения» для российских магистров-филологов ведёт кафедра иностранных языков.

Следует заметить, что группу магистров-филологов (иностранцев) составляют как студенты, закончившие бакалавриат в РУДН, так и студенты, окончившие университет в странах приёма, после этого прошедшие подготовку по русскому языку в РУДН. К сожалению, они не знакомы с материалом лекционных курсов, семинаров и практических занятий, знание которых необходимо для овладения русским языком делового общения. Три семестра занятий позволяют в какой-то степени компенсировать эти пробелы. За два семестра занятий этого сделать невозможно.

[2] Курс изучается 3 семестра, после первых двух семестров (IX, X) проводится зачёт, XI семестр завершает экзамен; в каждом семестре 2 теста, обучающие и контролирующие владение письменной речью.

[3] Тематика курсовых работ предлагается студентам I-IV курсов. Для курсовой работы студент может выбрать тему, связанную с рассмотрением какого-нибудь частного вопроса русского языка делового общения (сложность тематики соответствует уровню подготовки и возможностей студентов). В дальнейшем, если тема работы интересует студента, курсовая работа может перерасти в бакалаврскую работу, а позже в более сложной формулировке даже стать магистерской (кандидатской) диссертацией, что является довольно типичным явлением. В тематике работ со временем всё большую роль играют учёт особенностей делового языка, родного для студента-иностранца, методика его преподавания, а также востребованность русского языка делового общения в той или иной области деятельности магистра в его стране.

Надо заметить, что предлагаемые здесь темы курсовых и магистерских работ сформулированы приблизительно; обычно окончательная формулировка темы корректируется с учётом интересов студента и состояния изучения русского языка делового общения на его родине.



Маёрова Ксения Владимировна.

Кандидат филологических наук, член-корреспондент РАН. Работает в Российском университете дружбы народов на кафедре русского языка и методики его преподавания с 1967 года со студентами-филологами из всех стран приема.

За время работы в университете читала курсы русского языка, диалектологии, лингвострановедения, культуры речи. В настоящее время читает лекционный курс и ведет практические занятия по "языку русского делового общения", спецкурсы по "лингвокультурологическому анализу художественного текста", методике обучения культуры речи", "русской диалектологии".

Была в долгосрочных командировках в Германии (Рурский ун-т, Ин-т славистики, Ин-т русского языка Земли Северный Рейн-Вестфалия), в Дании (Копенгагенский ун-т, Ин-т славистики). В краткосрочных командировках работала в Великобритании, Финляндии, Японии, Италии, Польше и др. странах.

Сферу научных интересов представляют: язык делового общения, лингвострановедение, лингвокультурология, лингвострановедческий и лингвокультурологический анализ художественного текста, методика обучения культуре речи и выразительному чтению, русская диалектология и этнолингвистика. Опубликовано больше 100 статей (по вопросам преподавания русского языка как иностранного и как родного, официально-делового стиля, выразительного чтения, диалектологии, культуры речи, лингвокультурологического анализа художественного текста и другим аспектам русского языкознания) и 60 учебных пособий ("Самоучитель русского языка для говорящих на английском языке" (три изд.), "Учебник русского языка для говорящих на китайском языке" (четыре изд.), "А.С. Пушкин" (лингвострановедческое учебное пособие), серия учебных пособий для чтения с лингвострановедческими комментариями, словарем и вводными статьями, учебное пособие "Выразительное чтение", книга для чтения (учебное пособие) "А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Н.В. Гоголь", учебное пособие с лингвокультурологическим комментарием "Даешь сердце", "Практикум по современной русской орфографии", "Лингафонный курс", "Обучение студентов-иностранцев официально-деловой речи", учебное пособие "Практикум по русской устной и письменной речи (деловой язык)". Многие годы руководит научной работой студентов (курсовыми, бакалаврскими работами, магистерскими и кандидатскими диссертациями. С 1990 по 2008 гг. это зачастую работы по русскому языку делового общения.

Научные публикации.

- 1.Льно-прядельно-ткацкая терминология сел Бобровка и Черемшанки Шемонаихинского района ВКО. (Статья). Печ. Филологический сборник, вып.1, Алма-Ата, 1963, с. 121-127. 0,5 п.л.
- 2.Вокализм первого предупредительного слога после мягких согласных в говоре села Бобровка Шемонаихинского района ВКО. (Статья). Печ. Филологический сборник, вып.3, Алма-Ата, 1964, с. 194-199. 0,5 п.л.
- 3.Изучение диалектных ошибок в школе. (Статья). Печ. Сб. «Педагогика, психология», вып.3, Алма-Ата, 1965, с. 141-151. 1 п.л.
- 4.Консонантизм говора села Бобровка Шемонаихинского района ВКО. (Статья). Печ. Филологический сборник, вып.5, Алма-Ата, 1966, с. 155-167. 1 п.л.
- 5.Говор села Бобровка Шемонаихинского района Восточно-Казахстанской области. (Автореферат диссертации на соискание ученой степени к.ф.н.) Рукопись. М., МГПИ, 1967. 1,5 п.л.
- 6.Говор села Бобровка Шемонаихинского района Восточно-Казахстанской области. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Т. 1. Рукопись. М., МГПИ, 1967. 574 с.
- 7.Лексико-семантические особенности льно-прядельно-ткацкой терминологии говора села Бобровка ВКО в ее отношении к другим говорам и литературному языку. (Статья). Печ. «Материалы XII зональной научной конференции языковедов Среднего и Нижнего Поволжья». Астрахань, 1969, с. 119-126. 0,5.
- 8.Из наблюдений над лексической группой «названия людей» в говоре села Бобровка Шемонаихинского района ВКО. (Статья). Печ. «Исследования по русскому языку», УДН, 1970, с. 130-156. 2 п.л.
- 9.Из опыта занятий по лингвистическому комментированию текста. (Статья). Печ. Сб. Статей Мин. просвещения. 1970. М., с.121-129, 0, 25 п.л.
- 10.Лингвистическое комментирование художественного текста и его выразительное чтение как средство преподавания русского языка как иностранного в аудитории студентов-филологов. (Тезисы). Печ. Тезисы

докладов и сообщений V Конгресса МАПРЯЛ. Варшава, 1982. 2 с.

11. Лингвистические основы обучения русскому языку. Сборник статей. Печ. М., 1986, 10 п.л./ 5 п.л. Редактирование Веневидова Н.К., Маерова К.В.

12. Методические проблемы создания самоучителя русского языка для начального этапа обучения. (Статья). Печ. Сб. «Лингвистические основы обучения русскому языку». М., УДН 1986, с. 20-28. 0,5 п.л.

13. Выразительное чтение в системе обучения филолога-иностранца, будущего преподавателя русского языка и литературы. (Тезисы). Печ. Тезисы докладов и сообщений VI Конгресса МАПРЯЛ. Прага, 1986. 0,5 п.л.

14. Методические основы функционально-коммуникативного учебного комплекса по русскому языку. (Тезисы). Печ. Тезисы докладов на научно-метод. конференции «Функциональное описание русского языка» М., 1989, 2с.

15. Методические основы использования компьютера в целях преподавания русского языка как иностранного. (Тезисы). Печ. Доклад на конференции зав. кафедрами русского языка. М., МИИТ, 1989. 2/1 с. Вашик К.(ФРГ).

16. К вопросу о преемственности в организации самостоятельной работы с помощью ЭВМ. (Тезисы). Печ. Доклад на конференции зав. кафедрами русского языка. М., МИИТ, 1989, 2/1 с. Н.Румянцева.

17. Использование компьютера при комментировании художественного текста. (Тезисы). Печ. IX Конгресс МАПРЯЛ, «Тезисы докладов...» М., 1990, 2/1 с К.Вашик.

18. Некоторые закономерности функционирования лексических единиц в языке делового общения на современном этапе (1985-1995). (Тезисы). Печ. Конференция «Функциональная лингвистика. Проблемы и перспективы», Ялта, 1995. 2 с.

19. Культурно-исторический компонент волжских топонимов в «Истории Пугачева» и «Капитанской дочке» А.С.Пушкина. (Тезисы) . Печ. «Волжская ономастика» Материалы VII конф. Изд. «Перемена», 1995. 2 с.

20. Функционирование фразеологизмов в эпопее А.И. Солженицына «Красное Колесо». (Тезисы). Печ. «Функционирование языковых единиц в разных языковых сферах». Материалы конференции. Волгоград, изд. «Перемена», 1995. 2 с.

21. Преподавание курса «Язык русского делового общения – Бизнес русского» студентам филологам, будущим преподавателям русского языка как иностранного. (Тезисы). Печ. Тезисы докладов и сообщений международной научной конференции «Итоги и перспективы развития методики: теория и практика преподавания русского языка и культуры России в иностранной аудитории». М., 1995. 2 с.

22. Общие закономерности и тенденции функционирования лексических единиц в официально-деловом и газетно-публицистическом стилях на современном этапе. (Тезисы). Печ. Тезисы докладов и сообщений, М.: Международная научная конференция «Итоги и перспективы развития методики: теория и практика преподавания русского языка и культуры России в иностранной аудитории». М., 1995. 2/1 с. Синячкина Н.Л.

23. Стилистические и семантические особенности использования пословиц в эпопее А.И. Солженицына «Красное Колесо». (Тезисы). Печ. Международная конференция «Функциональная семантика языка, семиотика знаковых систем и методы их изучения». Тезисы докладов. Москва, 1997. 2 с.

24. Лингвокультурологический комментарий художественного текста и его выразительное чтение в аудитории филологов-иностранцев, будущих преподавателей РКИ. (Тезисы). Печ. «Теория практики преподавания русского языка иностранным учащимся в ВУЗе». Межвузовский семинар. Тезисы докладов. М., МГИМО, 1997. 2 с.

25. Лексико-семантические процессы в русских старообрядческих переселенческих говорах Рудного Алтая. Тезисы. Печ. Международная конференция «Принципы и методы функционально-семантического описания языка: итоги, направления, перспективы». М. - 1997, Симферополь. 3 с.

26. Герменевтическое толкование текста с использованием компьютера как средство соизучения языка и культуры и усиления мотивации обучения. (Тезисы). Печ. Тезисы Международной научной конференции «Теория и практика русистики в мировом контексте», посвященной 30-летию МАПРЯЛ». М., 1997. 2 с.

27. Духовные стихи, песнопения и бытовые песни русских старообрядцев на Алтае (1953-1997), Москва, Диалог. МГУ, 1997г. 32с.

28. Социальнокультурные феномены, формирующие языковую личность (на материале речи алтайских старообрядцев; записи 1996 -1997). (Тезисы). Печ. Международная конференция «Языковая личность». Волгоградский государственный университет. Волгоград, изд. «Перемена» 1998 . 2 с.

29. Вопросы межкультурной коммуникации в преподавании языка русского делового общения - «Бизнес русского». (Тезисы). Печ. Международная конференция «Проблемы межкультурной языковой коммуникации». Тезисы докладов. М., РУДН. 1998. 2 с.

30. Алтайские старообрядцы как лингвокультурные личности. (Статья). Печ. Сборник «История церкви. Изучение и преподавание». -УГУ, Екатеринбург, 1999. 5 с.

31. Специфика этносоциологических процессов, формирующих лингвокультурологическую личность (на материале речи алтайских старообрядцев; записи 1996, 1997, 1998 годов). (Тезисы). Печ. Международная научная конференция «Алтай и Центральная Азия: культурно-историческая преемственность». Тезисы

докладов. Горно-Алтайск 1998. 5 с.

32. Традиционные и современные особенности поселений, жилищ и хозяйственных построек алтайских старообрядцев (по материалам экспедиций 1953-1967, 1996, 1997, 1998 гг.). (Тезисы). Республиканская конференция «Анохинские чтения», Горно-Алтайск, 1998г. 12с.

33. Обучение навыкам делового общения в школе и ВУЗе. (Тезисы). Научно-практическая конференция «Теория и практика преподавания русского языка и литературы в школьном и довузовском образовании». Москва, 1998г. 1с.

34. Выразительное чтение как одно из средств гуманизации образования и повышения квалификации. (Тезисы) Печ. Научно-практическая конференция «Теория и практика преподавания русского языка и литературы в школьном и довузовском образовании». Москва, 1998г. 1/0,5с. Соавтор. Соколова Л.А.

35. Лингвокультурологический анализ лицейских «годовщин» А.С. Пушкина (1825-1836), (Тезисы). Печ. Доклады и сообщения международной конференции «А.С. Пушкин и современность». М., РУДН, 1999. 2 с.

36. А.С.Пушкин в истории художественного чтения и в методике его преподавания. (Тезисы). Печ. Доклады и сообщения международной конференции «А.С. Пушкин и современность». М., РУДН, 1999.2/1с., Шаклеин В.М.

37. Внеаудиторная работа в ВУЗе (со студентами-филологами) и в школе на материале произведений А.С. Пушкина. (Тезисы). Печ. Доклады и сообщения международной конференции «А.С. Пушкин и современность». М., РУДН, 1999. 2/1 с. Балыхина Т.М., Шаклеин В.М.

38. Заметки о языке и стиле эпопеи А.И.Солженицына «Красное колесо». (Статья). Печ. «Литературное обозрение». № 1, М., 1999, с. 55-58, 0,5 п.л.

39. Основные этапы формирования культуры и «картины мира» алтайских старообрядцев. Печ. Материалы конференции «Функциональная лингвистика. Язык. Культура. Общество». Ялта, 1999. 3 с.

40. Лингвокультурологический и психолингвистические аспекты писем Пушкина и людей его круга. Тезисы. Печ. Материалы конференции «Обучение русских и иностранных национальных кадров на подготовительных факультетах в условиях международного образования». М., РУДН, 1999. 2 с.

41. Лингвокультурологическое описание женской одежды старообрядцев Алтая. (Статья). Печ. «Мир старообрядчества» Сборник научных работ МГУ. Издание МГУ, выпуск 5, 1999. 1,5 п.л.

42. Алтайские старообрядцы. История, традиции, лингвокультурные особенности «картины мира». (Статья). Печ. Старообрядчество. История, культура, современность. Материалы музея культуры старообрядчества. Москва, 1998. с.195-200.

43. Основные этапы формирования культуры и «картины мира» алтайских старообрядцев. (Тезисы). Печ. Материалы конференции «Функциональная лингвистика. Язык. Культура. Общество.» Ялта, 1999. 3 стр.

44. Учет психолого-лингвистических и лингвокультурологических особенностей адресата при обучении языку делового общения. Печ. Межвузовский семинар «Теория практики преподавания русского языка иностранным учащимся в ВУЗе» Москва, МГИМО, 1999. 4 с.

45. Лингвокультурологическое описание мужской одежды (и одежды, которую носили как мужчины, так и женщины) старообрядцев деревень Бобровка, Секисовка, Тархинка, Черемшанка и др. Шемонаихинского района ВКО (по материалам записей 1953-1967, 1996 года) (Статья)Международная научно-практическая конференция сборник статей «Старообрядчество, история, традиции, современность». М., 2000 1 п.л.

46. Социальные и лингвокультурные феномены алтайских старообрядцев в свете современных поисков национальной идеи и будущего России. (Статья) Всероссийская конференция «Русский язык на рубеже тысячелетий». С-П., 2000, 0,5 п.л.

47. Психолингвистические особенности понимания текста в процессе преподавания иностранного языка на продвинутом этапе обучения. (III сертификационный уровень, филологический модуль) (Тезисы)Традиционные и новые концепции, методы и приемы обучения иностранным языкам (применительно к условиям ВУЗа). М., МГИМО, 2000 2 с.

48. Общение на занятиях по обучению общению. Материалы международной конференции «Общеобразовательные дисциплины и языковые специальности в профессиональной подготовке научных кадров». М., РУДН, 2000.

49. Социальные и лингвокультурные феномены алтайских старообрядцев в свете современных поисков национальной идеи и будущего России. Статья. Всероссийская конференция «Русский язык на рубеже тысячелетий».СПб, 2000, 8с.

50. Психолингвистические особенности понимания текста в процессе преподавания иностранного языка на продвинутом этапе обучения. (III сертификационный уровень, филологический модуль). Тезисы. «Традиционные и новые концепции, методы и приемы обучения иностранным языкам». Сборник материалов. М.: МГИМО, 2000.

51. Выразительное чтение как средство преподавания и контроля в преподавании РКИ. Материалы международной конференции «Проблемы и перспективы подготовки иностранных граждан в вузах России на рубеже III тысячелетия» Липецк, 2000, 2 с.

52. Обучение общению как социально-культурная проблема Материалы международной конференции «Язык

- и культура» М., РУДН, 2000 3 с. Соавт. Соколова Л.А.
53. Методические вопросы анализа художественного текста и его выразительного чтения на продвинутом этапе преподавания РКИ (3 сертификационный уровень) Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000, 2 с.
54. Разговорный стандарт, как фильтр речевого поведения Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000 1 с. Соавт. Матевосян Л.Б.
55. Редактирование сборника материалов конференции «Язык и культура» Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000, 25п.л. Соавт. Шаклеин В.М.
56. Преподавание русского языка в условиях двуязычия. Тезисы докладов III Всероссийской научно-практической конференции РОПРЯЛ «Русский язык в современной социокультурной ситуации», 2001, 3 с.
57. Международная научная конференция «Язык и культура» Изучение и преподавание. Вестник РУДН, М., 2001, 4 с. Соавт.
- Шаклеин В.М. 58. Осмысление действительности как основа устной повествовательной культуры (на материале анализа устной повествовательной культуры алтайских старообрядцев). Статья. Сборник статей Международной научной конференции «Теория языкознания и русистика: наследие Б.Н. Головина и современность» Н-Новгород, 2001, 5 с.
59. Роль риторизации обучения в школе и обучения общению при преподавании РКИ. Тезисы. Материалы конференции «Функциональная лингвистика. Язык. Человек. Власть.» Ялта, 2001, 2 с.
60. Формирование коммуникативного пространства в условиях стажировки. Материалы конференции РГГУ «Обучение языку в условиях стажировки» М., РГГУ, 2001, 2 с.
61. Из наблюдений над названиями людей, связанными с их характеристикой по их физическим особенностям и недостаткам в говорах алтайских старообрядцев (по материалам диалектологических экспедиций 1953-2001гг.) Статья. Сборник статей «Владимир Даль и современная филология» Н.-Новгород, 2001, 5 с.
62. Лингвострановедческий комментарий художественного текста в преподавании РКИ как средство формирования языковой, культурной и социально-этической компетенции в аудитории филологов продвинутого этапа обучения. Тезисы Материалы межвузовского научно-методического семинара «Теория и практика преподавания русского языка иностранным учащимся в вузе». М., МГИМО, 2001 2 с.
63. Выразительное чтение в аудитории студентов-филологов, будущих преподавателей русского языка и литературы как действенное средство приобретения навыков риторизации и гуманизации обучения и повышения общей культуры речи (Статья) Материалы конференции «Проблемы гуманитаризации и роль исторической науки в процессе подготовки студентов», М., РУДН, 2001, 5 стр.
64. Обучение языку делового общения филологов, будущих преподавателей русского языка. Статья. Сборник статей международной научной конференции «Проблемы гуманитаризации и роль исторической науки в процессе подготовки студентов», М., РУДН, 2001 стр. 231-239
65. Концепт «Метель» в контексте русской культуры. Тезисы. Материалы конференции «Русский язык на рубеже тысячелетий». Иваново, 2002, 1с. Соавт. Новикова В.В.
66. Выразительное чтение как средство обучения иностранцев РКИ. Тезисы. Материалы конф. «Русский язык на рубеже тысячелетий». Иваново, 2002, 1 стр. Соавт. Синадская К.А.
67. Формирование лингвокультурной и социально-этической компетенции у филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения (на материале анализа художественного текста с использованием компьютера, III сертификационный уровень., филологический модуль). Статья. Сборник статей международной научной конференции «Проблемы гуманитаризации роль исторической науки в процессе подготовки студентов» М., РУДН, 2001 С.147-153
68. Выразительное чтение в обучении русскому языку как иностранному. Статья. Учебная монография «Традиции и новации в профессиональной деятельности преподавателя русского языка как иностранного» М., 2002 С. 401-420.
69. Оптимальные возможности формирования коммуникативного пространства языковой личности при обучении РКИ во время стажировки. Материалы международной научно-практической конференции «Язык и культура в условиях языковой стажировки». М., РГГУ, 2001. 2с.
70. Из наблюдений над наименованиями людей по характеру их поведения в говорах алтайских старообрядцев (по материалам диалектологических экспедиций 1953-2001 гг.) Статья Сборник статей «К столетию Д.Е. Михальчи» М., РУДН, 2002 стр. 177-192.
71. Традиционные и современные особенности поселений, жилищ и хозяйственных построек алтайских старообрядцев (по материалам экспедиций 1953-67гг., 1996, 1997, 1998). Статья Сборник статей «Универсально-типологическое и специфическое в языке и культуре» М., РУДН, 2002, Т. 1.12 с.
72. Социальные и лингвокультурные феномены алтайских старообрядцев в свете современных поисков национальной идеи и будущего России. (Статья). Сборник статей универсально-типологическое и специфическое в языке и культуре» М., РУДН, 2002. Т. 2.7 стр.
73. Формирование коммуникативного пространства студента –филолога, будущего преподавателя РКИ. III

- уровень. Материалы «Международной научно-практической конференции» Волгоград: Политехник. 2003 с.76-77. 74 . Отражение «картины мира» языковой личности алтайских старообрядцев в их устной повествовательной культуре. Статья Сборник статей «Старообрядчество: история, культура, современность». М., 2002.стр. 326-332
75. Язык и стиль эпопеи А.И. Солженицына «Красное колесо» как отражение русского национального и культурно- языкового развития. Статья. X Конгресс МАПРЯЛ, Санкт-Петербург. В кн. «Русское слово в мировой культуре», 2003, СПб, т.2.С. 177-185.
- 76.Из наблюдений над названиями частей тела и организма человека и наименованиями людей по характеру их деятельности (по материалам диалектологических экспедиций 1953-2002гг.)Статья. Вестник Российского университета дружбы народов . Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания», №1, М., 2003, С.165-176.
- 77.Комментарий художественного текста с использованием компьютера и его выразительное чтение как средство формирования лингвокультурной компетенции. (3 –й уровень, филологи). Материалы 3-й Международной научно-методической конференции «Текст: проблемы и перспективы» М., МГУ, 2004. С.163-165.
78. Социокультурные аспекты текста в преподавании русского языка как иностранного. Материалы III Международной научно-методической конференции «Текст: проблемы и перспективы» М., МГУ, 2004.С.165-167. Соавт. Соколова Л.А.
79. Лингвокультурологические и психологические проблемы понимания текста при преподавании РКИ в аудитории филологов (3 –й серт. ур.) III Всероссийская школа-семинар «Актуальные проблемы русского языка и культуры речи», Иваново, 2004. С.81-82
- 80.Семантические процессы в говорах алтайских старообрядцев (лексическая группа «названия людей») Международная конференция «Проблемы современной русской диалектологии» М., РАН, 2004. С.98-99.
81. Духовные стихи и песнопения алтайских старообрядцев. Вестник РУДН. Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания», №2, М., 2004. С.151-158
82. Лингвокультурологические и психологические проблемы понимания текста при его комментировании в аудитории филологов (3-й сертификационный уровень.Сб. статей III Всероссийской школы-семинара «Актуальные проблемы русского языка и культуры речи» Иваново, 2005.8с.
- 83.Коммуникативное пространство языковой личности студента-филолога, будущего преподавателя РКИ (III уровень) Материалы конференции РУДН «Языковая личность в межкультурном пространстве». М., 2005. 2 с.
- 84.Духовно-нравственные и социально-культурные проблемы обучения общению и культуре речи XIII Международные Рождественские образовательные чтения 2005 года – «Школа, семья, церковь – сотрудничество во имя жизни». М., 2005.Стр.34
85. Преподавание русского языка на территории распространения говоров алтайских старообрядцев / по материалам диалектологических экспедиций 1953 -2002 г. Вестник НИИ истории русского языка «Взаимодействие русского литературного языка и территориальных диалектов». Научно-практический семинар под эгидой МАПРЯЛ и РОПРЯЛ, Волгоград: 2005 стр.209-219
86. Лингвокультурологическое описание женских головных уборов старообрядцев Алтая Материалы 7-й Международной научной конференции «Старообрядчество: история, культура, современность». М, 2005 стр. 303-314
87. Сборник упражнений по морфологии современного русского языка. (Учебник). Печ. М., УДН, 1969. 9,25/3 п.л. Власова Н.С., Игнатьева М.М.
88. Пособие по практикуму устной речи для студентов-филологов (иностранцев) 3-4 кур-сов. (Учебник). Печ. М., УДН, 1971.15,75/ 4 п.л. Власова Н.С., Крылова О.А., Суржикова Н.Я.
89. Тексты для дополнительного чтения. Пособие для студентов-иностранцев (филологов) 3-4 курсов историко-филологического факультета. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1972. 5/2 п.л. Власова Н.С., Крылова О.А., Суржикова Н.Я.
90. Программа практикума по литературным произведениям для студентов-филологов (иностранцев). Печ. М., 1969. 1/0,3 п.л. Кожин А.Н., Меншутина О.И.
91. Русский язык сегодня. «Russisch heute» (Учебник русского языка). Печ.Дормунд-Ганновер. 1973; 2 изд. 1975. 75/ 20с. Деннингхауз Ф., Штайнбрехт В.
92. Лингафонный курс к учебнику «Russisch heute». (Учебник). Печ. Грюнвальд, 1973. 135/ 35с. Деннингхауз Ф., Штайнбрехт В.
93. Практикум по русской устной и письменной речи. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1977. 2п.л.
94. Комментарий, словарь к учебному пособию для англоговорящих В.Ткача «XI пятилетка». (Учебное пособие). Печ. М., «Русский язык», 1982. 2/1 п.л. Меншутина О.И.
95. Обучение студентов-иностранцев официально-деловой речи. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1983. 2п.л.
96. Материалы к семинарским занятиям по русской диалектологии. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1985. 3,6 п.л.

97. Методические рекомендации по развитию навыков выразительного чтения. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1985. 3п.л.
98. Методические рекомендации по выполнению практических заданий по русскому языку с использованием ТСО. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1986. 2,75/ 1,5 п.л. Корчик Л.С., Минакова Н.А., Рыжова Н.В.
99. Сертификаты для экзаменов по русскому языку для народных вечерних университетов. Выпуск 1, 2, 3. Печ. Кёльн, 1971. 360 с./ 180. Деннингхауз Ф.
100. Методические рекомендации к практическим занятиям по выразительному чтению. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1986. 2,54 п.л.
101. Учебные задания к спецкурсу «Методика обучения выразительному чтению»(Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1986. 2,95 п.л.
102. Методические указания по написанию курсовых работ. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1987. 2,5 п.л.
103. Методические задания по лингвострановедческому анализу художественного текста. (Учебное пособие). Печ. М., УДН, 1988. 2,5 п.л.
104. Самоучитель русского языка. (Учебник) Печ. «Русский язык» М., 1988. 19,9/ 6,5п.л. Меншутина О.И., Суржикова Н.Я.
105. Учебное пособие по русскому языку «Русское народное прикладное искусство». Печ. Изд. «Русский язык», М., 1990. 19,89/ 15п.л. Дубинская К.С.
106. Самоучитель русского языка (для говорящих на английском языке). (Учебник). Печ. Изд. «Русский язык», М., 1993. 20/ 6,7п.л. Меншутина О.И., Суржикова Н.Я.
107. Книга для чтения с лингвокультурологическим комментарием - «Даешь сердце» (Учебное пособие). Печ. М., РУДН, 1999. 6,75/2,25 Шаклеин В.М., Меншутина О.И.
108. «А.С. Пушкин. Книга для чтения (Учебное пособие, имеет гриф). Печ. М., РУДН, 1999. 46п.л./20,7 Балыхина Т.М., Жидкова Г.Ф., Корчик Л.С., Соколова Л.А., Тимофеева Е.Х., Шаклеин В.М. (Отв. редакторы Шаклеин В.М., Маерова К.В.)
109. Практикум по русской орфографии. (С грифом Министерства образования). Изд-е РУДН, 1999, 36 п.л. Соавт. Балыхина Т.М., Шаклеин В.М.
110. Государственный образовательный стандарт по русскому языку как иностранному. III сертификационный уровень. Филологический модуль. СПб: «Златоуст», 1999. Соавт. Амиантова Э.И., Балыхина Т.М., Величко А.В., Ельникова С.И., Красильникова Л.В. и др.
111. Типовой тест по русскому языку как иностранному в учебно-профессиональной сфере общения. Филологический модуль. СПб: «Златоуст», 1999. Соавт. Амиантова Э.И., Балыхина Т.М., Величко А.В., Ельникова С.И., Красильникова Л.В. и др.
112. Выразительное чтение как средство преподавания и контроля в преподавании РКИ. Материалы международной конференции «Проблемы и перспективы подготовки иностранных граждан в вузах России на рубеже III тысячелетия» Липецк, 2000, 2 с.
113. Обучение общению как социально-культурная проблема. Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000, 3с. Соавт. Соколова Л.А.
114. Методические вопросы анализа художественного текста и его выразительного чтения на продвинутом этапе преподавания РКИ (3 сертификационный уровень) Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000, 2 с.
115. Разговорный стандарт, как фильтр речевого поведения Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000, 1с. Соавт. Матевосян Л.Б.
116. Редактирование сборника материалов конференции «Язык и культура» Материалы международной конференции «Язык и культура» М., РУДН, 2000, 25п.л. Соавт. Шаклеин В.М.
117. Преподавание русского языка в условиях двуязычия. Тезисы докладов III Всероссийской научно-практической конференции РОПРЯЛ «Русский язык в современной социокультурной ситуации», 2001, 3 с.
118. Международная научная конференция «Язык и культура» Изучение и преподавание. Вестник РУДН, М., 2001 4 с. Соавт. Шаклеин В.М.
119. Осмысление действительности как основа устной повествовательной культуры (на материале анализа устной повествовательной культуры алтайских старообрядцев). Статья. Сборник статей Международной научной конференции «Теория языкознания и русистика: наследие Б.Н. Головина и современность» Н-Новгород, 2001, 5 с.
120. Роль риторизации обучения в школе и обучения общению при преподавании РКИ. Тезисы Материалы конференции «Функциональная лингвистика. Язык. Человек. Власть.» Ялта, 2001, 2 с.
121. Формирование коммуникативного пространства в условиях стажировки. Материалы конференции РГГУ «Обучение языку в условиях стажировки» М., РГГУ, 2001, 2 с.
122. Из наблюдений над названиями людей, связанными с их характеристикой по их физическим особенностям и недостаткам в говорах алтайских старообрядцев (по материалам диалектологических экспедиций 1953-2001гг.) Статья Сборник статей «Владимир Даль и современная филология» Н.-Новгород, 2001, 5 с.

123. Лингвострановедческий комментарий художественного текста в преподавании РКИ как средство формирования языковой, культурной и социально-этической компетенции в аудитории филологов продвинутого этапа обучения. Тезисы. Материалы межвузовского научно-методического семинара «Теория и практика преподавания русского языка иностранным учащимся в вузе». М., МГИМО, 2001, 2 с.
124. Выразительное чтение в аудитории студентов-филологов, будущих преподавателей русского языка и литературы как действенное средство приобретения навыков риторизации и гуманизации обучения и повышения общей культуры речи (Статья) Материалы конференции «Проблемы гуманитаризации и роль исторической науки в процессе подготовки студентов», М., РУДН, 2001, 5 стр.
125. Обучение языку делового общения филологов, будущих преподавателей русского языка. Статья Сборник статей международной научной конференции «Проблемы гуманитаризации и роль исторической науки в процессе подготовки студентов», М., РУДН, 2001, стр. 231-239
126. Концепт «Метель» в контексте русской культуры. Тезисы. Материалы конференции «Русский язык на рубеже тысячелетий». Иваново, 2002 1с. Соавт. Новикова В.В.
127. Выразительное чтение как средство обучения иностранцев РКИ. Тезисы. Материалы конф. «Русский язык на рубеже тысячелетий». Иваново, 2002, 1 стр. Соавт. Синадская К.А.
128. Формирование лингвокультурной и социально-этической компетенции у филологов-иностранцев продвинутого этапа обучения (на материале анализа художественного текста с использованием компьютера, III сертификационный уровень, филологический модуль) Статья. Сборник статей международной научной конференции «Проблемы гуманитаризации роль исторической науки в процессе подготовки студентов» М., РУДН, 2001, С.147-153
129. Выразительное чтение в обучении русскому языку как иностранному. Статья. Учебная монография «Традиции и новации в профессиональной деятельности преподавателя русского языка как иностранного» М., 2002, С. 401-420.
130. Из наблюдений над наименованиями людей по характеру их поведения в говорах алтайских старообрядцев (по материалам диалектологических экспедиций 1953-2001 гг.) Статья Сборник статей «К столетию Д.Е. Михальчи» М., РУДН, 2002 стр. 177-192.
131. Традиционные и современные особенности поселений, жилищ и хозяйственных построек алтайских старообрядцев (по материалам экспедиций 1953-67гг., 1996, 1997, 1998). Статья Сборник статей «Универсально-типологическое и специфическое в языке и культуре» М., РУДН, 2002 Том 1.12 с.
132. Социальные и лингвокультурные феномены алтайских старообрядцев в свете современных поисков национальной идеи и будущего России. (Статья) Сборник статей универсально-типологическое и специфическое в языке и культуре» М., РУДН, 2002. Том 2. 7 стр.
133. Отражение «картины мира» языковой личности алтайских старообрядцев в их устной повествовательной культуре. Статья Сборник статей «Старообрядчество: история, культура, современность». М., 2002 стр. 326-332
134. Язык и стиль эпопеи А.И. Солженицына «Красное колесо» как отражение русского национального и культурно- языкового развития. Статья. X Конгресс МАПРЯЛ, Санкт-Петербург. В кн. «Русское слово в мировой культуре», 2003, СПб, т.2. С. 177-185.
135. Из наблюдений над названиями частей тела и организма человека и наименованиями людей по характеру их деятельности (по материалам диалектологических экспедиций 1953-2002гг.)Статья. Вестник Российского университета дружбы народов . Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания», №1, М., 2003. С.165-176.
136. Комментарий художественного текста с использованием компьютера и его выразительное чтение как средство формирования лингвокультурной компетенции. (3 –й уровень, филологи) Материалы 3-й Международной научно-методической конференции «Текст: проблемы и перспективы» М., МГУ, 2004 С.163-165.
137. Социокультурные аспекты текста в преподавании русского языка как иностранного. Материалы III Международной научно-методической конференции «Текст: проблемы и перспективы» М., МГУ, 2004. С.165-167. Соавт. Соколова Л.А.
138. Лингвокультурологические и психологические проблемы понимания текста при преподавании РКИ в аудитории филологов (3 –й серт. ур.) III Всероссийская школа-семинар «Актуальные проблемы русского языка и культуры речи», Иваново, 2004. С.81-82
139. Семантические процессы в говорах алтайских старообрядцев (лексическая группа «названия людей») Международная конференция «Проблемы современной русской диалектологии» М., РАН, 2004. С.98-99.
140. Духовные стихи и песнопения алтайских старообрядцев. Вестник РУДН. Серия «Русский и иностранные языки и методика их преподавания», №2, М., 2004.С.
141. Лингвокультурологические и психологические проблемы понимания текста при его комментировании в аудитории филологов (3-й сертификационный уровень. Сб. статей III Всероссийской школы-семинара «Актуальные проблемы русского языка и культуры речи» Иваново, 2005.8с.
142. Коммуникативное пространство языковой личности студента-филолога, будущего преподавателя РКИ

- (III уровень) Материалы конференции РУДН «Языковая личность в межкультурном пространстве». М., 2005. 2 с.
143. Духовно-нравственные и социально-культурные проблемы обучения общению и культуре речи XIII Международные Рождественские образовательные чтения 2005 года – «Школа, семья, церковь – сотрудничество во имя жизни». М., 2005. стр.34
144. Преподавание русского языка на территории распространения говоров алтайских старообрядцев / по материалам диалектологических экспедиций 1953 -2002 г. Вестник НИИ истории русского языка «Взаимодействие русского литературного языка и территориальных диалектов». Научно-практический семинар под эгидой МАПРЯЛ и РОПРЯЛ, Волгоград: 2005. стр.209-219
145. «Книга для чтения с параллельным текстом, комментарием и заданиями»: А.С. Пушкин. Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (Для говорящих на английском языке). Учебное пособие М. «Русский язык – курсы», 2000.111стр.
146. «Книга для чтения с параллельным текстом, комментарием и заданиями»: «А.С. Пушкин. Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (Для говорящих на немецком языке). Учебное пособие. М. «Русский язык – курсы», 2000.111 стр.
147. Учебник русского языка для говорящих по-китайски. Базовый курс. М. «Русский язык – курсы», 2000.350 стр. Соавт. Балыхина Т.М., Евстигнеева И.Ф., Меншутина О.И., Румянцева Н.М.
148. Книга для чтения с параллельным текстом, комментарием и заданиями: «А.П. Чехов. «Душечка» и др. рассказы» (Для говорящих на английском языке). Учебное пособие. М. «Русский язык – курсы», 2000.96 стр.
149. «А.С. Пушкин. Книга для чтения. (Учебное пособие, имеет гриф Министерства образования). М., РУДН, 1999. 46. п.л. /20, 7.Соавт. Балыхина Т.М. ,Жидкова Г.Ф., Корчик Л.С., Соколова Л.А., Тимофеева Е.Х., Шаклеин В.М.. Отв. Ред. Шаклеин В.М., Маерова К.В.
150. Книга для чтения с параллельным текстом, комментарием и заданиями: «А.П. Чехов. «Душечка» и др. рассказы» (Для говорящих на английском языке). Учебное пособие. М. «Русский язык – курсы», 2001.96 стр.
151. Книга для чтения с параллельным текстом на английском языке, вступительной статьей, комментарием, заданиями и контрольными тестами. «А.С. Пушкин. «Повести покойного Ивана Петровича Белкина» II издание. Учебное пособие. Москва, Русский язык – курсы», 2002. 111 стр.
152. Книга для чтения с параллельными текстами, «А.С. Пушкин. Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (для говорящих на немецком языке) Вступительная статья, комментарий, задания, тесты. Учебное пособие. М., «Русский язык - курсы», 2002. 111 стр.
- 153.Книга для чтения с вступительной статьей, параллельными текстами, комментарием, заданиями, контрольными тестами «И.А. Бунин. Темные аллеи и др. рассказы. М., «Русский язык. Курсы», 2002»
- 154.Культура русской речи. Языковая грамотность. Язык специальности и делового общения. Курс федерального компонента цикла общегуманитарных дисциплин государственного общеобразовательного стандарта. Программа Москва, РУДН, 2002 7 п.л. 47 стр. Соавт. В.М. Шаклеин, Е.Н.Барышникова, Е.В. МартыненкоН.А., МинаковаЕ.В., ТалыбинаС.С., Хромов
155. Учебник русского языка для говорящих по-китайски. Базовый курс.2 изд.М. «Русский язык – курсы», 2002. 350 стр. Соавт. Балыхина Т.М., Евстигнеева И.Ф., Меншутина О.И.,Румянцева Н.М.
156. Книга для чтения с параллельными текстами, «А.С. Пушкин. Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (для говорящих на английском языке) Вступительная статья, комментарий, задания, тесты. Учебное пособие. М., «Русский язык - курсы», 2002 , 3 изд. 111с.
157. Книга для чтения с параллельными текстами, «А.С. Пушкин. Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (для говорящих на немецком языке).Вступительная статья, комментарий, задания, тесты. Учебное пособие М., «Русский язык - курсы», 2003. 111с.
158. Книга для чтения с параллельным текстом, комментарием, заданиями, тестами: «А.П. Чехов. «Душечка» и др. рассказы» (Для говорящих на английском языке).Учебное пособие. М. «Русский язык – курсы», 2001. 96 стр.
159. Книга для чтения с вступительной статьей, параллельными текстами, комментарием, заданиями, контрольными тестами «И.А. Бунин. Темные аллеи и др. рассказы. Учебное пособие М., «Русский язык - курсы», 2003. 111 с.
160. Выразительное чтение (учебное пособие для студентов–филологов и преподавателей русского языка как иностранного). Учебное пособие М., РУДН, 2003. 146 с.
161. Учебник русского языка для говорящих по-китайски. Базовый курс.3 изд. М. «Русский язык – курсы», 2003.352стр. Соавт. Балыхина Т.М., Евстигнеева И.Ф., Меншутина О.И., Румянцева Н.М.
- 162.Книга для чтения с параллельным текстом, комментариями, заданиями, тестами: «А.П. Чехов. «Душечка» и др. рассказы» (Для говорящих на английском языке).Учебное пособие.2 изд. М. «Русский язык – курсы», 2002.96 стр.
- 163.Книга для чтения с параллельными текстами, «А.С. Пушкин. Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (для говорящих на английском языке) Вступительная статья, комментарий, задания, тесты.

Учебное пособие. 2 изд. М., «Русский язык - курсы», 2002. 111с.

164. Книга для чтения с параллельным текстом, комментариями, заданиями, тестами: «А.П. Чехов. «Душечка» и др. рассказы» (Для говорящих на английском языке). Учебное пособие. 4 изд. М. «Русский язык – курсы», 2003. 96 стр.

165. Учебник русского языка для говорящих по-китайски. Базовый курс. М. «Русский язык – курсы», 2004. 352стр. Соавт. Балыхина Т.М., Евстигнеева И.Ф., Меншутина О.И., Румянцева Н.М.

166. Книга для чтения с вступительной статьей, параллельными текстами, комментарием, заданиями, контрольными тестами «И.А. Бунин. Темные аллеи и др. рассказы. Учебное пособие. М., «Русский язык. Курсы», 2004, 2-ое изд. 111 с.

167. Книга для чтения с комментарием, заданиями, тестами «А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Н.В. Гоголь». Учебное пособие М., «Флинта -Наука», 2005. 320с. Соавт. Л.А. Соколова Е.Х. Тимофеева, В.М. Шаклеин.

168. Учебник русского языка для говорящих по-китайски. Базовый курс. Учебник. М., «Русский язык – Курсы», 2005. С.352. Соавт. Балыхина Т.М., Евстигнеева И.Ф., Меншутина О.И., Румянцева Н.М



Анисимова Анна Витальевна.

Кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры русского языка и методики его преподавания Российского университета дружбы народов.

В 1999 году закончила Воронежский государственный педагогический университет. В 2003 году закончила аспирантуру Воронежского государственного университета, защитив кандидатскую диссертацию "Иновации в официально-деловом стиле русского языка новейшего периода (на материале жанров договора и письма-предложения)".

С 2003 года работает в Российском университете дружбы народов на кафедре русского языка и методики его преподавания. Ведет занятия у студентов-журналистов, филологов, студентов, обучающихся на специальности "Связи

с общественностью".

Сферу научных интересов представляют: Стилистика русского языка, культура речи, язык делового общения. По этой тематике опубликовано 18 статей.