

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

В.Б. КУРИЛЕНКО

**ИННОВАЦИИ В ОБУЧЕНИИ КУЛЬТУРЕ ПИСЬМЕННОЙ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВОЙ РЕЧИ**

Учебное пособие

**Москва
2008**

АКАДЕМИЧЕСКАЯ ЭТИКА

Все имеющиеся в творческой работе сноски тщательно выверяются и снабжаются «адресами». Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без указания на это, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточника. Это касается и источников, найденных в Интернете. Необходимо указывать полный адрес сайта. Все случаи плагиата должны быть исключены. В конце работы должен даваться исчерпывающий список всех использованных источников. При написании письменных работ необходимо полностью соблюдать формальные требования, предъявляемые к ним как документам официально-делового или научного стиля.

ЦЕЛЬ КУРСА

Целью данного курса является овладение обучающимися (преподавателями – слушателями курсов повышения квалификации) теоретико-методологическими основами и современными методическими стратегиями формирования культуры русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации; умений эффективного толерантного письменного профессионально-делового общения будущего специалиста как необходимого условия его профессионализации, социализации – интеграции в поликультурную социально-профессиональную среду.

Описание курса

Курс представляет собой системно организованный комплекс теоретических лекций 18 ч., практических аудиторных и внеаудиторных занятий (27 ч.), контрольных занятий (6 ч.), самостоятельной работы слушателей (21 ч.). Основное внимание должно быть уделено активной и творческой работе слушателей.

ЗАДАЧИ КУРСА

Задачами курса являются:

- изучение современных тенденций развития культуры русскоязычного профессионально-делового общения; изучение основных подходов к описанию ее сущности, специфики, признаков, функций;
- изучение инновационного подхода к лингводидактическому анализу русскоязычного письменного профессионально-делового дискурса;
- овладение инновационными методами определения содержания обучения культуре письменной профессионально-деловой коммуникации: выявление и систематизация умений письменной профессионально-деловой речи с позиции компетентностного подхода;
- овладение традиционными и инновационными методами и формами развития а) лингвистической компетенции будущего специалиста в сфере письменного профессионально-делового общения; методикой коррекции и предупреждения ошибок в письменной профессионально-деловой речи; б) дискурсивной компетенции; в) социолингвистической компетенции в сфере профессионально-делового письма;

- изучение принципов коммуникативно-когнитивного подхода применительно к обучению культуре письменного профессионально-делового общения; овладение методами диагностики когнитивного стиля будущего специалиста, умениями выбора адекватной стратегии обучения;
- овладение методикой разработки, применения, экспертной оценки современных контрольно-измерительных материалов, предназначенных для диагностики уровня коммуникативной компетентности будущих специалистов в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации.

Структура курса, разработанная на базе модульной технологии, позволяет использовать предлагаемый учебный материал как полностью, так и избирательно, в зависимости от целей и задач обучения, специфики контингента, индивидуального образовательного маршрута обучаемого. Учебно-методический комплекс состоит из 8 блоков, каждый из которых включает лекцию, практическое занятие, самостоятельную работу, контрольные материалы.

Содержание лекционных занятий характеризуется межпредметностью (лингвистика, социолингвистика, прагмалингвистика, дискурс-анализ, психология, конфликтология, методика обучения русскому языку: как родному, как иностранному, как второму иностранному, как неродному). С этих позиций рассматриваются актуальные проблемы изучения и лингводидактического описания делового дискурса; проблемы обучения культуре русскоязычного письменной профессионально-деловой коммуникации. Содержанию лекций имеет новую методологическую базу: анализ письменного делового дискурса проводится на основе интегративного подхода, включающего основные принципы и наиболее эффективные стратегии дискурс-анализа, функционально-коммуникативной лингвистики, когнитивистики и т.д.; обучение культуре русскоязычного письменного профессионально-делового общения рассматривается с позиции компетентностного и уровневого подходов. Лекции проводятся с использованием мультимедийных презентаций, слайдов, видеоматериалов и других средств аудиовизуальной наглядности.

Цель практических занятий – овладение новыми педагогическими технологиями формирования коммуникативной компетенции будущих специалистов в сфере письменной профессионально-деловой речи, а также инновационными формами и средствами организации и проведения контроля знаний, навыков, умений будущих специалистов. Основная цель проектной работы, включенной в курс, - развитие самостоятельности и креативности обучающихся (преподавателей), развитие активности в сфере языковой и образовательной деятельности. Одним из ведущих критериев оценки проектной работы является способность к взаимодействию и сотрудничеству в процессе решения проектно-исследовательских и проектно-творческих задач. Практические занятия проходят в следующих формах:

- ролевые игры;
- круглый стол;
- мастер-класс;
- презентация;
- обсуждение-дискуссия;
- занятие в компьютерном классе.

Измерение учебных достижений слушателей осуществляется на основе компетентностного подхода, который позволяет с современных позиций определять цель, методы и формы подготовки преподавателей в сфере обучения письменной профессионально-деловой коммуникации.

Самостоятельная работа предполагает изучение учебно-методической литературы по темам курса; реализацию приобретённых знаний, сформированных навыков и умений при создании текстотеки, авторских учебно-методических и контрольно-измерительных материалов.

Тема I: «Современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс: сущность, новации, история становления»

- 1.1. Современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс: значение, основные признаки.
- 1.2. Основные типы современного письменного профессионально-делового дискурса.
- 1.3. Инновационные технологии письменной профессионально-деловой коммуникации.
- 1.4. Русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс как отражение истории и культуры русского народа.



«Никакая теория, программа или правительственная политика не могут сделать предприятие успешным; это могут сделать только люди...»

Акио Морита

Современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс: значение, основные признаки. Основные типы современного письменного профессионально-делового дискурса. Инновационные технологии письменной профессионально-деловой коммуникации. Русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс как отражение истории и культуры русского народа.

1.1. Современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс: значение, основные признаки.

Значение [деловых писем](#) и [документов](#) в жизни современного общества очень велико. Профессионально-деловые отношения связывают самые различные государственные и коммерческие учреждения, предприятия, организации. Любой профессиональный коллектив, будь то высшее учебное заведение или средняя школа, крупное предприятие или небольшая фирма, имеет особые статусные документы – положение об учреждении и лицензию на право осуществления той или иной деятельности, работа его отделов и служб регулируется с помощью приказов, распоряжений, служебных записок и т.п. Каждый современный молодой человек начинает свою профессиональную деятельность с того, что готовит резюме, подписывает трудовой договор, а затем, уже став сотрудником фирмы или предприятия, составляет отчеты, пишет служебные записки руководству и коротенькие «мемо» коллегам. Деловые письма и документы сопровождают, поддерживают, направляют и фиксируют, «документируют» как профессиональную деятельность коллектива, так и трудовой путь каждого человека.

От того, как составлены деловой документ или деловое письмо, насколько они соответствуют принятым нормам и правилам, нередко зависят и эффективность работы целого коллектива, и карьера специалиста: некорректное [письмо-предложение](#) становится препятствием к заключению выгодного [контракта](#); неубедительное, безграмотное [резюме](#) может помешать получить хорошую работу: деловые письма и документы – наши «молчаливые представители» – в то же время являются красноречивым свидетельством уровня общей и коммуникативно-речевой культуры, образования, профессиональной компетентности их авторов. Поэтому овладение [культурой письменного профессионально-делового общения](#) приобретает в настоящее время особую актуальность.

В исследовании Г.И. Литвиненко приводятся данные опросов, проведенных Американским обществом содействия инженерному образованию среди 245 опытных инженеров и 837 деловых людей: умения письменного общения считают чрезвычайно важными 45% и 30% опрошенных соответственно, очень важными – 51% и 44%, довольно важными – 4% и 23% и не очень важными – 0% и 3%. Сходные данные приводятся и другими исследователями: из 595 выпускников инженерных специальностей Калифорнийского университета в Беркли 75% считают, что навыки и умения делового письма

способствовали их профессиональному росту, и почти все (95%) ответили, что придают им особое значение при принятии решений о найме сотрудников на работу или их продвижении по службе. В.В. Паневчик приводит такие факты: предпринятые канцелярией Белого Дома исследования показали, что в 70-е годы XX века компании США еженедельно несли расходы в несколько миллионов долларов из-за небрежно составленных деловых писем.

В современной лингводидактике общение, речь, речевая деятельность, текст изучаются не только с точки зрения языкового оформления, но в широком контексте экстралингвистических факторов коммуникации – с дискурсивных позиций. Определение *дискурса*, которое получило широкое признание и до сих пор считается наиболее удачным (несмотря на то, что было предложено в 90-е годы прошлого столетия), разработано [Н.Д. Арутюновой](#): дискурс – текст, взятый в событийном аспекте; речь, «погруженная в жизнь». Понятие *дискурс* тесно связано с понятиями *коммуникативно-речевое общение* и *текст*. В современной методике разработаны сотни определений этих понятий, поэтому, прежде чем продолжить наше описание, определимся в терминах.

Под [письменным профессионально-деловым общением \(письменной профессионально-деловой коммуникацией\)](#) будем понимать процесс письменного коммуникативно-речевого взаимодействия между людьми, целью которого является решение профессиональных, производственных и т.п. задач.

[Письменный профессионально-деловой дискурс](#) определим как профессионально-деловое общение, осуществляемое в письменной форме и рассмотренное а) в единстве лингвистических, когнитивных, социальных, социо- и этнокультурных характеристик и б) в контексте факторов (причин и условий), влияющих на его осуществление.

[Письменный профессионально-деловой текст](#) – основное средство письменного профессионально-делового общения; средство языкового (вербального) воплощения письменного профессионально-делового дискурса. Основные классы письменных профессионально-деловых текстов – *профессионально-деловая документация* и *корреспонденция*.

Таким образом, письменный профессионально-деловой дискурс – понятие сложное и многоаспектное. Его центральный компонент – письменное профессионально-деловое общение. Но дискурс не исчерпывается процессом общения: это также причины его возникновения и прекращения; социальные, психологические, социо-, национально-, этнокультурные и многие другие факторы, способствующие, препятствующие, изменяющие характер коммуникации. Являясь основным средством общения, отражая все его сущностные характеристики (предмет, цель, ситуация общения, социально-психологические, когнитивные и др. характеристики участников коммуникации и т.д.), текст входит в состав дискурса на правах одной из важнейших составляющих: текст – языковое воплощение дискурса.

В теории дискурс-анализа разработана система критериев (Н. Henne, Н. Rehbock, В. Schlieben-Lange, Д. Хаймз, М.Л. Макаров и др.) по которым письменный профессионально-деловой дискурс можно охарактеризовать следующим образом:

– по критерию *род общения* это предварительно спланированный, подготовленный дискурс. В отличие от спонтанного устного высказывания деловые письма и документы – тексты, над которым авторы работают: стараются точно и логично сформулировать мысль, выбрать наиболее уместное слово, редактируют, «шлифуют» текст, неоднократно к нему возвращаясь;

– по *характеру пространственно-временных отношений (ситуации)* письменный профессионально-деловой дискурс характеризуется как опосредованное общение и как общение дистантное, для которого характерно отсутствие непосредственного физического контакта между общающимися людьми. В письменном деловом общении отсутствует информационное подкрепление невербальными средствами (мимикой, жестами), невозможно немедленно что-то уточнить, переспросить. Поэтому автор должен стараться сделать письменное сообщение как можно более ясным, понятным и исчерпывающим, предугадать вероятные вопросы и пояснить все, что может вызвать недопонимание. Устное профессионально-деловое общение протекает в контексте ситуации, поэтому для него характерны пропуски информативно избыточных элементов высказывания, которые можно легко восстановить. Адресат

делового письма лишен такой возможности, поэтому автор должен излагать информацию с необходимой степенью подробности, указывая все необходимые детали. Опосредованность, дистантность общения лишает автора делового письма возможности исправить сообщение после того, как его получил адресат: как говорится в известной поговорке, «что написано пером, не вырубишь топором». В устном общении мы можем прояснить, уточнить, «подправить» неудачное заявление или предложение, в конце концов, можно сослаться на оговорку или, честно признав свою вину, постараться сразу же сгладить неприятное впечатление. В письменной деловой коммуникации невозможно «вернуть» попавшие в письмо неточности, поспешные или непродуманные обещания, обидные замечания или сиюминутные эмоции. А если речь идет о плохо проработанном контракте, несоблюдение его условий может повлечь за собой самые печальные последствия для автора;

– по *составу участников общения* можно выделить несколько разновидностей письменного профессионально-делового дискурса: межличностная коммуникация; общение в малой группе (внутрикорпоративный дискурс); межгрупповое общение (межкорпоративный);

– по *степени официальности общения* письменный профессионально-деловой дискурс может быть а) официальным; б) полуофициальным; в) нейтральным неформальным;

– по *типу и направлению социальных отношений* это может быть общение а) с симметричными отношениями, или горизонтальное общение (например, внутри организации между сотрудниками, занимающими одинаковое служебное положение; между фирмами-партнерами, имеющими примерно одинаковое положение в системе производства, на финансовом рынке и т.д.); б) с асимметричными отношениями, или вертикальное общение (профессионально – по должности или уровню компетентности; социокультурно – по отношениям внутри организации; антропологически – по возрасту, полу и т.д.);

– по *направленности коммуникативных действий* в процессе общения письменный профессионально-деловой дискурс может быть вертикальным и горизонтальным;

– по *степени подготовленности коммуникантов* это, как правило, общение профессионально подготовленных людей;

– по *фиксированности темы* письменный профессионально-деловой дискурс характеризуется фиксированным, четко очерченным кругом тем общения: поставки продукции, оплата услуг, организация производства товаров и т.д.;

– по *отношению общения к практической деятельности* письменный профессионально-деловой дискурс можно охарактеризовать как включенный в практическую деятельность людей.

Письменный профессионально-деловой дискурс обладает и специфическими признаками, по которым его всегда можно было практически безошибочно отличить от дискурса любой другой разновидности. К отличительным характеристикам письменного профессионально-делового дискурса относятся:

– *конвенциональность* (от конвенция – лат. *convention* – общественная «договоренность», соглашение). Это значит, что правила дискурса не изобретаются говорящими: акты профессионально-делового общения происходят в соответствии с типовыми дискурсивными стратегиями и тактиками, принятыми языковым сообществом, многократно «проверенными» в процессе коммуникации. Конвенциональность письменного профессионально-делового дискурса приводит к тому, что *социальные роли* его участников стереотипны: начальник и подчиненный; сотрудники, занимающие одинаковые должности в организации; партнеры по бизнесу и т.д. В письменной профессионально-деловой коммуникации используются языковые средства, «специально предназначенные» для обозначения социальных ролей, – номенклатурная лексика: *финансовый директор, заместитель генерального директора, менеджер по персоналу* и т.д. Стереотипными являются, как правило, и *коммуникативные роли* субъектов профессионально-делового общения: руководитель организации выступает в роли лидера, инициатора общения намного чаще, чем его подчиненные. Определенные стереотипы наблюдаются и в *стилях коммуникативного поведения* субъектов профессионально-делового общения. Коммуникативная активность – отличительная черта типичного коммуникативного стиля руководителя профессионального коллектива:

как отмечает И. Родченко, мы можем представить себе лидера слепым – таким был легендарный Рэй Чарлз; мы можем представить себе лидера глухим – таким был великий Людвиг Ван Бетховен, но вряд ли мы можем представить лидера молчащим, ибо в этом случае бессмысленным становится само определение лидерства как умения воздействовать на других в целях совместной деятельности;

– *стандартизованность, унифицированность*, которая проявляется и в структурно-содержательном плане профессионально-деловых текстов, и в отборе языковых средств: в использовании речевых клише, особых групп производных предлогов, которые употребляются преимущественно в письменной профессионально-деловой речи (*во исполнение, по истечении*). Стандартизованность структурно-содержательного плана выражается в использовании «жестких» логико-смысловых и композиционных схем деловых писем и документов. Необходимо, однако, отметить, что степень «жесткости», обязательности таких схем различна в зависимости от типа дискурса (в государственно-административном письменном общении она достаточно высока, в отличие от внутрикорпоративного), от жанра профессионально-делового текста (ср.: [контракт](#) – [письмо-благодарность](#) или поздравление). Эта характеристика имеет большое практическое значение: как отмечают А.К. Демидова и Э.А. Смирнов, адресат делового письма или документа может сосредоточиться на тех компонентах текста, в которых изложена основная информация, и быстрее эту информацию найти. Благодаря этому и автор и адресат профессионально-делового текста экономят время, могут справиться с большим объемом работы;

– стремление к *смысловой точности*, благодаря которой исключается возможность неоднозначного, двоякого толкования. Это обеспечивается активным использованием терминологической лексики, ограниченным употреблением синонимов, сокращением числа значений слов, упрощением их семантической структуры, однозначностью сверхсловных обозначений (В.И. Максимов);

– *логичность* изложения. Этот признак проявляется в четкой структурированности текстов писем и документов, которые делятся на темы и подтемы, что графически оформляется выделением параграфов, абзацев; в наличии норм рубрицирования, закрепленных в ГОСТах. Связи между частями сложных предложений, между предложениями и микротекстами в деловых письмах и документах эксплицитны: выражены с помощью соответствующих союзов или союзных слов;

– *экономичность* изложения и обусловленные этим *лаконизм, высокая информационная насыщенность* профессионально-деловых текстов: в них часто употребляются номинализации (*в связи с проведением собрания акционеров, с целью ознакомления с бухгалтерской документацией* и т.п.), аббревиатуры (*ООО, ЗАО* и т.д.), сложносокращенные слова (*нижеперечисленный, вышеуказанный*), причастные и деепричастные обороты – средства, позволяющие экономично представить большой объем информации;

– *обезличенность* речи: автор письменного сообщения, как правило, выступает не от своего имени, а от лица группы, коллектива, корпорации (*Сообщаем, что по решению комиссии всем участникам совещания будет разослан проект решения для внесения необходимых дополнений и уточнений*). Поэтому в деловых письмах и документах часто употребляются безличные и пассивные модификации базовых моделей предложений. В русскоязычном письменном профессионально-деловом дискурсе допустимыми формами глагола считаются третье лицо и первое лицо множественного лица. Формы первого лица единственного числа возможны только в некоторых жанровых разновидностях деловых писем и документов (*расписка, объяснительная записка, доверенность*);

– *нейтральность* изложения, отсутствие экспрессии, которые достигаются использованием слов высокого и нейтрального стиля, исключением жаргонизмов, просторечных, диалектных слов и выражений. В письменном профессионально-деловом дискурсе недопустимы элементы разговорной речи, междометия, существительные с суффиксами субъективной оценки;

– *интерактивность, диалогичность* – отличительный признак профессионально-деловых текстов: деловое письмо оформляется как прямое обращение к адресату: *Уважаемый господин Петров! Уважаемые коллеги!*. Договор представляет собой полисубъектный текст: он составляется как от имени заказчика, так и от лица исполнителя. В договоре прописаны действия, права и обязанности обеих сторон.

В современном письменном профессионально-деловом дискурсе активно используются дискурсивные стратегии диалогического/полилогического общения. М.А. Измайлова в этой связи пишет: «искусство убеждать» в деловой переписке становится особенно важным, так как оно вызвано необходимостью приобрести заказчика или потребителя продукции именно вашей фирмы, сторонника или единомышленника. Правильно отобранные точные факты и убедительная аргументация, основанная на правилах формальной логики, – вот что необходимо любому деловому служебному документу или деловому письму.

Современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс – явление динамичное: изменилась «жизнь», в которую «погружена» письменная профессионально-деловая речь. Социально-политические реформы последних десятилетий привели к возникновению новых производственных отношений, в том числе и на международном уровне; в течение одного – двух десятилетий возникли новые социально-профессиональные роли: предприниматели, менеджеры, банкиры, брокеры, торговые представители. Профессионально-деловые отношения стали более интенсивными, разнообразными, претерпели существенные качественные изменения.

Все это не могло не сказаться на форме и содержании современного русскоязычного письменного профессионально-делового дискурса. Новые коммуникативные цели и задачи приводят к расширению функционального и тематического диапазона деловой корреспонденции. Возникают новые для российской действительности явления – конкуренция, коммерческая тайна, авторское право. Это приводит к появлению новых жанров деловых писем и документов: прайс-лист, рекламное письмо, пакет предложений, расписка о неразглашении коммерческой тайны. Появляются нерегламентированные, полуофициальные деловые письма, для которых характерна более свободная форма изложения и в которых возможными становятся эмоциональность и экспрессивность (в первую очередь это относится к рекламным, поздравительным письмам, письмам-благодарностям). Заметные изменения (причем далеко не всегда позитивные) происходят в языке и стиле деловых писем и документов. Меняется форма обращения деловых партнеров друг к другу.

Установлено, что на долю сочетания полного имени и фамилии сегодня приходится 72% употреблений, упоминание только одной фамилии составляет 22,2%, на долю имени-отчества остается 5,8%.

С одной стороны, как отмечают исследователи (О.В. Шерстюкова, Н.М. Карпучина и др.), в деловые письма возвращается литературный язык с его выразительными средствами, столь долго порицаемые канцеляризм начинают уступать свои позиции живой русской речи. С другой стороны, в профессионально-деловое коммуникативное взаимодействие сегодня вовлечены практически все слои населения: различный образовательный уровень его «новых» субъектов нередко приводит к нарушению языка и [формуляра делового письма](#), структуры делового документа.

Пополняется репертуар стратегий и тактик современного русскоязычного письменного профессионально-делового взаимодействия. Дискурсивные стратегии информирования, предписания, директивы, которые были наиболее частотными в профессионально-деловой коммуникации советского периода, пополняются стратегиями убеждения, апелляции, аргументации и т.д. Появились новые технологии и каналы передачи профессионально-деловой информации, способы и средства создания, систематизации и хранения деловых писем и документов. С одной стороны, это существенно ускорило и оптимизировало работу организаций и предприятий. С другой стороны, возникают проблемы нормированности, унификации и стандартизации новых форм и средств делового общения.

1.2. Основные типы современного письменного профессионально-делового дискурса.

Письменный профессионально-деловой дискурс – понятие комплексное, родовое. На основании двух самых важных, с нашей точки зрения, признаков – участники письменного профессионально-делового общения, социально-профессиональные отношения между ними – выделим основные типы современного русскоязычного письменного профессионально-делового дискурса.

Государственно-административный письменный профессионально-деловой дискурс.

Субъектами дискурса этого типа являются государственные органы, с одной стороны, и государственные и негосударственные учреждения, предприятия, организации – с другой. Отношения, в которые вступают субъекты дискурса, – это отношения подчинения, субординации. Содержание социально-профессионального взаимодействия – руководство, управление государственными органами деятельностью учреждений и предприятий, регламентация их прав и обязанностей, предписание необходимых в том или ином случае действий. Государственно-административный письменный профессионально-деловой дискурс находит выражение в текстах законов, законодательных актов, указов и других подобных документов. Функции этих текстов – регулятивная (регуляция социальных отношений) и директивная (предписание адресату определенных правил, норм поведения, побуждение его к выполнению законов и приказов). Учреждения, предприятия и организации, в свою очередь, обращаются в государственные органы с письмами-просьбами, запросами – профессионально-деловыми текстами, которые выполняют апеллятивную функцию.

Субъекты межкорпоративного письменного профессионально-делового дискурса – разнообразные коммерческие и некоммерческие организации, предприятия, учреждения. Отношения, в которых они находятся, – это отношения сотрудничества и/или конкуренции. В деловых письмах и документах находят выражение различные стадии развития этих отношений: установление деловых контактов, организация совместной деятельности (долгосрочной или кратковременной), изменение условий, содержания деятельности, прекращение профессионально-деловых отношений. Жанровое разнообразие таких текстов велико: это договоры, соглашения, рекламные, информационные, гарантийные, сопроводительные письма, рекламации, письма-предложения, благодарности и т.д.

Внутрикорпоративный письменный профессионально-деловой дискурс фиксирует, регламентирует и корректирует вертикальные и горизонтальные отношения внутри учреждения, организации, предприятия; организует и направляет профессионально-производственную деятельность коллектива. Реализации этих целей служат приказы, распоряжения, служебные записки, бухгалтерская, финансовая документация фирмы и т.д. Внутрикорпоративное общение многоаспектно и многопланово. Оно может быть, как отмечалось, вертикальным (отношения руководитель - подчиненные) и горизонтальным (общение между сотрудниками, занимающими одинаковые должности в организации); официальным (когда участники общения ведут себя в строгом соответствии с социально-профессиональными ролями, согласно социальному статусу, а предметом общения являются вопросы организации производства) и межличностным, неформальным (если предметом обсуждения становятся отношения между людьми) и т.д.

Межкультурный письменный профессионально-деловой дискурс – общение между представителями различных социокультурных или национально-культурных профессиональных сообществ. Современный профессионально-деловой дискурс характеризуется мультинациональностью и поликультурностью: расширяются связи между российскими и зарубежными предприятиями, в настоящее время в мире насчитывается более 40 тыс. транснациональных корпораций с более чем 250 тыс. филиалов, в которых работает несколько десятков миллионов людей. Поэтому большое значение приобретает владение стратегиями толерантного межкультурного взаимодействия: умением понимать и принимать речеповеденческие особенности коммуникантов, имеющие социо- и этнокультурную обусловленность.

Обобщим основные характеристики выделенных типов письменного профессионально-делового дискурса в таблице:

Таблица 1. Типы письменного профессионально-делового дискурса.

ТИП ПИСЬМЕННОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА	УЧАСТНИКИ ПИСЬМЕННОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ	СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ	ОСНОВНЫЕ ЖАНРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ДЕЛОВЫХ ТЕКСТОВ
государственно-административный письменный профессионально-деловой дискурс	государственные органы - государственные и негосударственные учреждения, предприятия, организации	отношения субординации: организация и регуляция государственными органами деятельности организаций, фирм, учреждений, предписание определенных правил, норм деятельности, побуждение к выполнению законов, указов и т.п.	законы, законодательные акты, указы и т.д.
межкорпоративный письменный профессионально-деловой дискурс	коммерческие и некоммерческие организации, предприятия, учреждения, фирмы и т.п.	равнопартнерские отношения (сотрудничество, конкуренция)	контракт, оферта, рекламация, рекламные, сопроводительные, гарантийный письма и т.д.
внутрикорпоративный письменный профессионально-деловой дискурс	сотрудники одного предприятия, организации, фирмы и т.д.	вертикальные отношения (субординация: руководитель - сотрудники организации); горизонтальные отношения (равнопартнерские – между сотрудниками)	организационно-распорядительная документация (приказ, распоряжение и т.п.), финансовая, коммерческая документация и т.д.
межкультурный письменный профессионально-деловой дискурс	представители различных национально-культурных профессиональных сообществ	толерантность, сотрудничество	контракт, оферта, информационные письма и т.д.

1.3. Инновационные технологии письменной профессионально-деловой коммуникации.



К инновациям в сфере письменного профессионально-делового общения относят факсимиле, SMS-сообщения, инфокоммуникационные технологии.

Под *факсимиле (facsimile)* ученые понимают точное воспроизведение печатного или рукописного документа или фотоматериалов. «Бытовое», повседневное название факсимиле – *факс (fax)*. Как отмечают исследователи (Н.Л. Колесникова и др.), факсимильная связь имеет большие преимущества: скорость, экономия времени. Строгих правил оформления факсимильных сообщений нет, их стиль не отличается от стиля оформления писем на бумажных носителях, однако специфика канала передачи накладывает определенные ограничения на подготовку и оформление таких сообщений:

- более благоприятное впечатление производят факсимильные послания на специальных бланках, где приведены данные об авторе и адресате письма, времени его отправки, номер телефона отправителя;

- необходимо указать количество страниц, упомянув, входит ли в них титульная страница;

- нужно помнить о том, что факс используется преимущественно для официальной деловой переписки. Письмо-благодарность, отправленное по факсу, может вызвать у адресата совсем не ту реакцию, на которую рассчитывал его автор;

- не следует отправлять по факсу слишком длинные письма, факсимильное сообщение не должно превышать по объему трех страниц.

Электронная почта постепенно вытесняет факсимильную связь, но возможность поставить на документе личную подпись (подтверждающую подлинность документа), отправить по факсу счета, рисунки, планы в их обычном виде не позволяет исключить этот вид связи из арсенала средств профессионально-делового общения.

SMS-связь (от англ. short message service) предназначена для передачи небольших по объему сообщений. С помощью таких кратких посланий можно проинформировать делового партнера о месте и времени встречи, уточнить какие-либо детали достигнутой ранее договоренности, передать номера телефонов, адреса, цифровые данные. SMS-общение относится к наименее нормированным и регламентированным разновидностям письменной профессионально-деловой коммуникации. К его отличительным особенностям можно отнести использование специальной системы акронимов:

Таблица 2. Акронимы, используемые в SMS-переписке

АКРОНИМ	АНГЛИЙСКОЕ СООТВЕТСТВИЕ	РУССКИЙ ЭКВИВАЛЕНТ
IMHO	<i>in my humble opinion</i>	<i>по моему скромному мнению</i>
ASAP	<i>as soon as possible</i>	<i>как можно скорее</i>
MSG	<i>message</i>	<i>сообщение</i>
BTW	<i>by the way</i>	<i>кстати</i>

Инфокоммуникационные технологии привели к возникновению особого типа письменного профессионально-делового дискурса, для которого характерно не четкое разделение участников общения на *автора* и *адресата*, как в традиционной деловой переписке, а подлинное дискурсивное соавторство, сотворчество, сотрудничество деловых партнеров в режиме on-line. Электронная почта, электронные базы данных, библиотеки, web-сайты всего за пятнадцать-двадцать лет почти полностью вытеснили традиционные объемные папки с документами и бухгалтерские книги. Современные приказы, постановления, распоряжения создаются и хранятся в компьютерах, рассылаются по интернету.

Согласно исследованиям М. Meyer, R. Baber, B. Pfaffenberger, в конце XX столетия в США электронные сообщения составили больший объем информации, чем объем, передаваемый через американские почтовые службы; было продано больше персональных компьютеров, чем телевизоров; объем передачи данных на дальние расстояния превысил объем голосовых сообщений. И.Н. Розина приводит такие статистические данные: количество новых пользователей электронной почтой в мире

возрастает ежегодно на 72%, количество пользователей интернета – на 42 %. Большинство электронных сообщений передаются адресату в любой точке планеты в течение 2 – 5 минут с момента нажатия кнопки «Отправить».

Наибольшее распространение в профессионально-деловом общении получили такие инфокоммуникационные технологии: компьютерная сеть (проект ARPANET, 1969 г.), электронная почта (изобретена Р. Томлинсоном в 1972 г.), глобальная сеть интернет (США, Англия, Норвегия, 1973 г.), сервисы обмена текстовыми сообщениями – дискуссионные группы, списки рассылки, телеконференции (Usenet, 1979 г.), форумы, IRC, ICQ, а также WWW (создатель – Т. Бернерс-Ли, 1989 г.), Gopher (1992 г.), графический браузер (1994 г.), динамический HTML и интерактивные технологии (1999г.).

По *электронной почте* (e-mail – сокращенное «electronic mail») отправляют и официальные предложения, и сообщения, напоминающие «мемо». Как отмечают исследователи (Н.Л. Колесникова, В.И. Максимов, [А.В. Голубева](#) и др.), электронная почта, сочетающая преимущества нескольких видов связи (традиционной почты, телефона, факсимильной связи), отличается высокой скоростью передачи информации, дешевизной, возможностью редактирования и автоматического перевода отправляемых и полученных сообщений, удобством их хранения. Электронная почта в полном смысле слова сокращает время и пространство между деловыми партнерами из Африки и России, Германии и Франции: за считанные секунды деловое письмо доходит до адресата, важные проблемы обсуждаются и разрешаются в режиме реального времени.

Интернет-послание имеет трехкомпонентную структуру:

1) графа «Тема сообщения», в которой нужно обязательно указывать, чему посвящено послание. Указание темы сообщения – это не только соблюдение правил этикета электронной деловой переписки. Тема необходима для поиска и хранения электронной корреспонденции.

Формулировка темы должна быть конкретной. Например, указывать тему как «Проект договора» более надежно, чем ограничиться расплывчатым названием «Документ»;

2) «Простой текст» – часть экрана, в которой размещается текст послания. Существуют определенные правила его оформления:

– письмо не должно быть слишком длинным. Детальные описания проектов, запланированных встреч и т.п. лучше отправлять прикрепленным файлом;

– целесообразно разбить текст письма на абзацы – для его лучшего восприятия и понимания адресатом. Абзацы не следует делать слишком объемными, потому что текст на экране монитора воспринимается иначе, чем на бумаге;

– использовать специальные шрифтовые начертания (полужирный, курсив) можно только в том случае, если у адресата есть программа, которая сможет это воспроизвести;

– если в части экрана «Простой текст» размещается ответное письмо, можно продублировать (оставить) полученное сообщение или его часть – для того, чтобы адресат быстрее включился в обсуждение проблемы;

– в конце письма необходимо поставить подпись: несмотря на то, что в верхней части экрана указывается электронный адрес отправителя, подпись поможет адресату быстрее определить автора послания. Можно (в случае необходимости) также указать название организации, должность, номер телефона или другие сведения об авторе, которые могут оказаться полезными адресату;

– электронное деловое письмо оформляется по тем же правилам, что и обычное: оно должно содержать все необходимые этикетные формулы и этикетные блоки.

В электронном послании можно использовать специальные пиктограммы – «заменители» невербальных средств делового общения, так называемые смайлики: :-) – символ улыбки; :(– знак для выражения сожаления, грусти, разочарования и т.п. Безусловно, использование таких символов не будет уместным в официальном послании или письме руководителю предприятия, но в обычном сообщении, которое направляется коллеге, это поможет разрядить обстановку, наладить дружеский контакт;

3) прикрепленный файл, в котором размещают официальные письма и документы. Если интернет-послание содержит прикрепленный файл, в графе «Простой текст» необходимо разместить сопроводительное сообщение о содержании письма или документа, корректно оформив необходимые этикетные блоки.

Электронный адрес состоит из двух частей, разделенных символом @. Помимо имени пользователя (username), находящегося в левой части, электронный адрес также включает доменный адрес (domain name). В состав доменного адреса входят название компьютерной сети (hostname – от английского host, хозяин), например: mail, yandex и т.д., а также (после точки) название домена верхнего уровня, указывающего регион, в котором находится пользователь:

Таблица 3. Названия доменов.

НАЗВАНИЕ ДОМЕНА	НАЗВАНИЕ СТРАНЫ
ru	Россия
fi	Финляндия
se	Швеция
jp	Япония
au	Австралия
us	США

Вместо названия домена в электронном адресе может указываться полное или сокращенное обозначение профиля организации, которой принадлежит электронный адрес:

Таблица 4. Обозначение организаций в электронном адресе.

ОБОЗНАЧЕНИЕ	ПРОФИЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ
com	фирмы, компании (company)
edu	образовательные учреждения (education)
gov	правительственные организации (governmental)
mil	военные организации (military)
net	сетевые организации (network)
org	некоммерческие организации (organization)

Технология электронной почты лежит в основе таких популярных способов профессионально-деловой инфокоммуникации, как списки рассылки (mailing list), интернет-дискуссии (почтовое подключение).

Списки рассылки (электронная версия [циркулярного письма](#)) применяют для массового распространения информации. Одним нажатием клавиши можно направить письмо заказчикам, спонсорам, партнерам по бизнесу, руководству и подчиненным. Необходимо, однако, обращать внимание на этические аспекты такого вида связи: в массовую рассылку не должны попасть сведения личного характера о сотрудниках; затрудняет работу и массовая рассылка сообщений, которые касаются только одного-двух членов коллектива. Хорошей практикой является использование в массовой рассылке опции «слепая копия» (blind carbon copy, BCC): в этом случае адресат «не видит» остальных получателей электронного сообщения.

Особый вид массовой рассылки – [ретиальная](#), с помощью которой информацию направляют всем потенциально заинтересованным получателям. Ретиальные интернет-послания становятся настоящим бедствием для современных пользователей компьютерных сетей: рабочий день практически каждого

обладателя интернет-связи начинается с очистки электронной почты от ненужных, неинтересных (а иногда и непристойных) посланий.

Интернет-дискуссии – разновидность инфокоммуникации «многие ко многим» (И.Н. Розина) – позволяют организовать коллективное обсуждение профессионально-деловых проблем и выработку совместных решений в том случае, когда деловые партнеры находятся в разных городах или странах. Особые функции в проведении таких конференций выполняет модератор – человек, иницирующий и направляющий коллективное обсуждение. Как и традиционная, интернет-дискуссия четко структурирована. Исследователи выделяют следующие этапы ее организации и проведения (И.Н. Розина, М.А. Василик): 1) начало дискуссии (привлечение внимания к предмету дискуссии, пробуждение интереса); 2) представление информации по теме (перечень актуальных проблем, высказывание собственного мнения, имеющихся данных других авторов и пр.), иногда представление самого ведущего и участников в явной или неявной форме, например, в электронной подписи; 3) аргументирование, реагирование на реплики (представление определенной позиции, предположения); 4) опровержение доводов (разграничение отдельных возражений, приемлемое объяснение, нейтрализация замечаний); 5) завершение дискуссии (составление развернутого резюме с выделением основного вывода, перечня предложений для дальнейшего обсуждения, благодарности).

Профессионально-деловое интернет-общение, как правило, менее регламентировано и официально, чем «классическая» письменная коммуникация. В современной науке широко обсуждается вопрос о нормах и правилах делового интернет-общения. Некоторые ученые считают «электронную речь» письменной формой разговорной речи (специфическим признаком современной речевой коммуникации), не относят к грубым нарушениям иностилевые вкрапления, «свободное» построение предложений и текстов, грамматические ошибки. Однако большинство исследователей настаивает на необходимости соблюдения норм и этикетных правил в электронных профессионально-деловых письмах. Появился даже специальный термин *нетикет* (netiquette, от английского net – «сеть» и французского etiquette – «этикет»), который обозначает правила этикета электронной профессионально-деловой переписки.

Как мы видим, современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс характеризуется полифункциональностью, содержательной и структурной сложностью. Активные процессы в профессионально-деловой лексике, излишняя языковая и стилистическая «демократизация» современного письменного делового общения, широкое распространение инновационных технологий делового взаимодействия повышают актуальность разработки проблем культуры письменной профессионально-деловой коммуникации.

1.4. Русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс как отражение истории и культуры русского народа.

«Язык – это путь цивилизации и культуры...»

И.А. Куприн.

Обучение культуре русскоязычного письменного профессионально-делового общения тесно связано с формированием общей культуры будущего специалиста. С одной стороны, уровень сформированности общей культуры человека способствует или препятствует овладению умениями эффективного письменного профессионально-делового взаимодействия. С другой стороны, преподаватель, обучая культуре делового письма, может и должен обогащать общекультурные знания, формировать и развивать умения культуросообразного профессионально-коммуникативного поведения будущего специалиста.

Профессионально-деловые тексты играли важную роль на всех этапах развития русского народа, становления русской культуры и русского языка. Как отмечает [Г.Я. Солганик](#), «язык договоров и других документов был именно тем языком, из которого позднее выработался литературный язык».

Слово *документ* происходит от латинского слова *documentum*, что означает доказательство, свидетельство. В русский язык слово *документ* вошло в Петровскую эпоху: документами стали называть деловые бумаги, имевшие правовую значимость. В дальнейшем у слова *документ* развилось два новых значения: 1) узкое, бытовое: паспорт, удостоверение; 2) переносное, расширительное: все то, что может свидетельствовать о чем-либо, подтверждать что-либо (*произведение искусства – документ эпохи* и т.п.).

Подчеркивая значимость делового письма в истории развития русского языка, [Г.О. Винокур](#) пишет, что язык профессионально-делового документа стал первой попыткой русского человека овладеть языковой стихией: подчинить себе «все эти непослушные частицы, союзы, местоимения, которые никак не укладываются в стройный плавный период».

Первые «деловые записи» были сделаны людьми на бересте (коре березы, которая была самым распространенным материалом для письма в период с XI в. до XV в.):

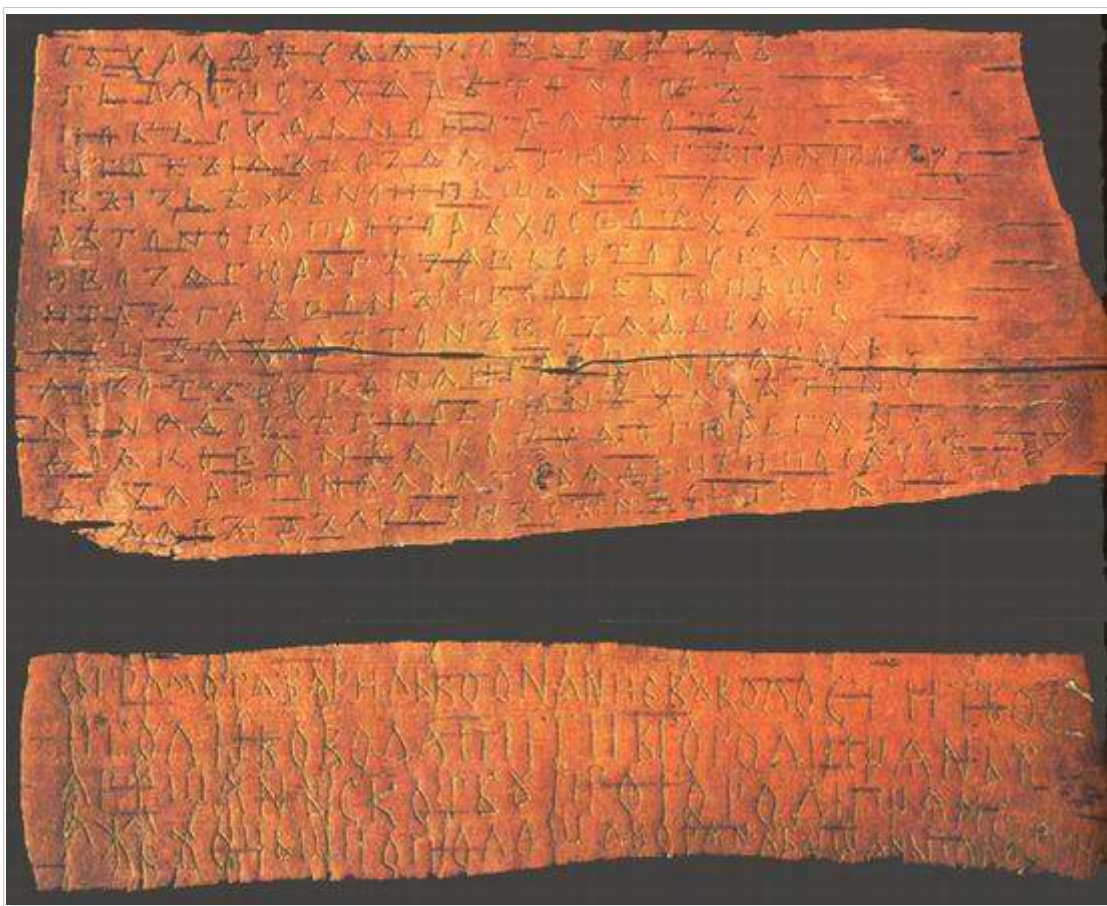


Рис. 1. Берестяная грамота XII в.

26 июля 1951 г. на Неревском раскопе была обнаружена берестяная грамота, в которой содержался перечень феодальных повинностей («позёма» и «дара»). Берестяные грамоты обнаружены при раскопках многих древнерусских городов: Новгород, Старая Русса, Торжок, Псков, Смоленск, Тверь, Москва и др. Большинство берестяных грамот – частные письма делового характера (взыскание долгов, торговля, долговые списки, коллективные челобитные крестьян феодалу и т.д.). Кроме того, имеются черновики официальных актов на бересте: завещания, расписки, купчие, судебные протоколы.

Берестяные грамоты очень лаконичны и, как правило, прагматичны: в них содержится только самая важная информация. Грамоты – бесценные источники информации о личных и деловых отношениях между людьми, они «дают имена» безмолвным находкам археологов: безымянная «усадьба знатного новгородца» становится «усадьбой священника-художника Олисея Петровича по прозвищу Гречин».

Упоминание имен князей, государственных деятелей, географических названий и даже денежных сумм – все это позволяет восстановить социальный статус жителей Древней Руси, особенности их жизни и деятельности, характер отношений. Челобитные крестьян, купчие и завещания XIV – XV веков свидетельствуют о важных событиях, происходивших в тот или иной период развития общества: закреплении крепостного права, развитии судебной бюрократии и делопроизводства.

Термин «грамота» заимствован из Византии, где словом *grammata* называли послания, указы, письменные документы вообще. Виды деловых документов этого периода: акты правителей (жалованные и вкладные грамоты), документы, которые регулировали частные правоотношения (завещания, закладные, заемные, отпускные грамоты).

Большинство грамот написано на древненовгородском диалекте, в них используется так называемая бытовая графическая система, где буквы *ь – о* и *ь – е* могли взаимозаменяться (*дол – дьл, конь – кьне*). До того как были найдены грамоты такая орфография была известна только по некоторым надписям и ошибкам в книжных текстах.

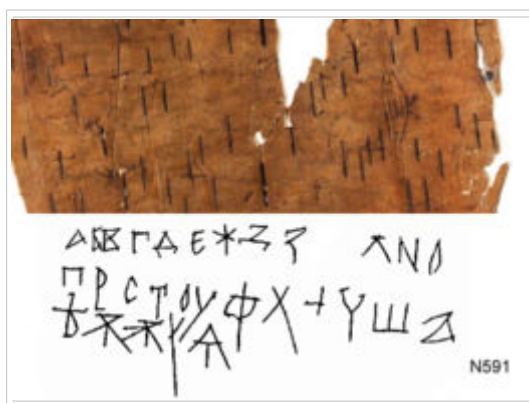


Рис.2. Берестяная грамота, датируемая 1025-1050 гг.

Грамоты – основной жанр деловых текстов в русских княжествах XII – XV вв., их принимал князь и утверждало вече.



Рис. 3. Жалованная грамота великого князя Олега Рязанского Успенскому Ольговому монастырю (1371год).

Международные договорные грамоты содержали законы, по которым рассматривались споры и преступления. Договорная грамота литовского князя Казимира Ягелловича с Псковом (1440 г.) устанавливает взаимные обязанности по выдаче беглых холопов и должников, воров и разбойников. Примерно в то же время аналогичная Договорная грамота была подписана Литвой и Новгородом. Развитие товарно-денежных отношений привело к появлению судебных грамот. В Псковской судебной грамоте появляются первые термины, обозначающие движимое («живот») и недвижимое («отчина») имущество. Пожизненное право пользования недвижимостью («кормля») переходило к наследнику после смерти супруга или супруги, причем как по закону, так и по завещанию, продажа кормли запрещалась. Обязательной становится «запись» – письменный документ, в котором излагалось содержание договора: без письма «ничего на долгое время сохранить невозможно» (В. Татищев). В Пскове копии «записей», скрепленные печатями, сдавались в архив церкви Святой Троицы. Письменно оформлялись договоры купли-продажи земли, хранения, займа на большие суммы (более одного рубля), поручительство, завещания (духовные).

Записи договоров помогают восстановить особенности жизни и быта того времени. Заключать договоры купли-продажи земли могли и близкие родственники. Известны случаи заключения таких договоров между супругами, причем женщины могли выступать только в роли продавца. Обязательным было наличие свидетелей, договор должен был скрепляться печатью архиепископа или его заместителя. Земля могла продаваться «одерень» или «в веки» (без права выкупа). В договорах купли-продажи, которые заключались с иностранными купцами, законной считалась только мена, а не торговля. Иностранный купец должен был иметь свидетеля, у него было право три дня осматривать товар.

Договор дарения оформлялся в грамотах, которые назывались «данными». В виде «данных» чаще всего оформлялись вклады в монастыри на помин души. Часто не делались различия между «данными» и завещаниями. Например, на данной грамоте 1253г. вдовы князя Дмитрия Донского Васильевскому монастырю есть подпись: «К сей духовной... поп Семен руку приложил».

Один из важнейших документов этого периода – «Грамота великого князя Мстислава Володимировича и его сына Всеволода 1130 года». Она начинается выражением «Се азъ мьстиславъ...», которое стало стандартным. В традиционной делопроизводственной формуле в этом выражении употреблялось церковнославянское местоимение, но в тексте документов использовались его древнерусские эквиваленты: *язъ* и *я*.

Заканчивались грамоты специальной формулой, в которой указывается, кто был свидетелем сделки и кто скрепил грамоту своей подписью. Складываются типовые, устойчивые, воспроизводимые образцы некоторых компонентов делового письма: в первую очередь обращений и концовок. Появляются первые руководства по деловому письму, деловой переписке, оформлению деловых писем: так называемые формулярники.

Первый свод законов Киевской Руси – «Русская правда»:

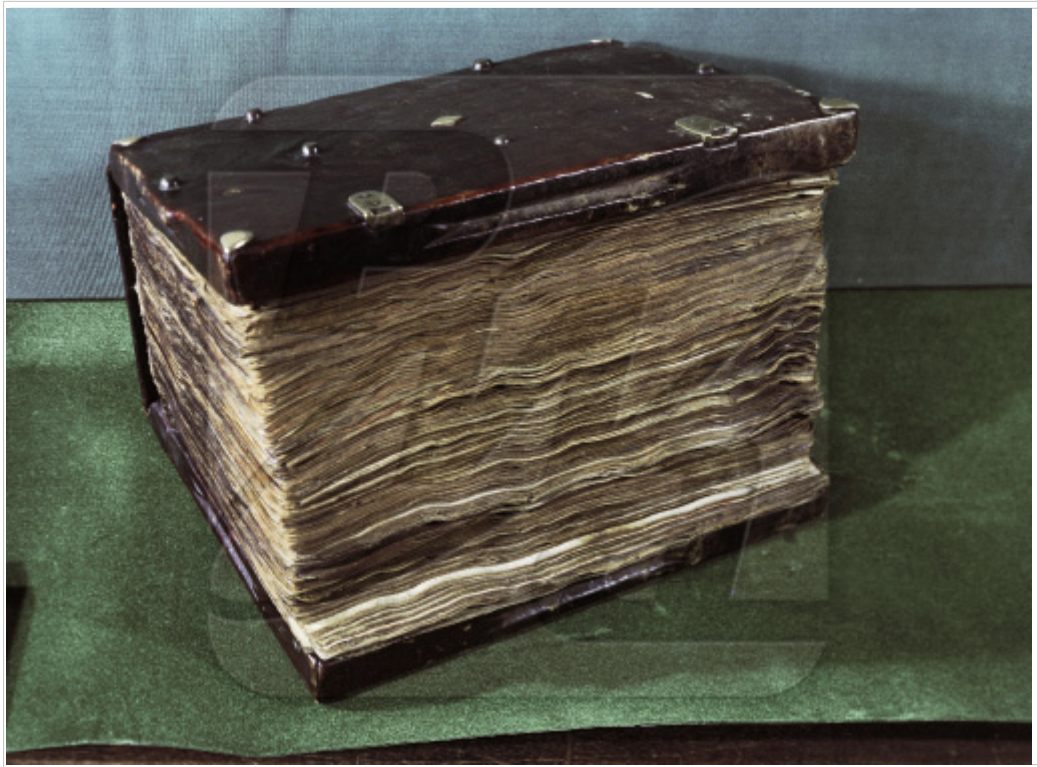


Рис.4. Кормчая книга с Русской Правдой (сборник церковных и светских законов 1281 г.) из коллекции Государственного исторического музея в Москве.

В этом документе нашла отражение система договоров того времени: в ней упоминаются договоры займа, купли-продажи, хранения («поклажи», которая считалась дружеской услугой и была безвозмездной), перевозки, комиссии, подряда. Договоры заключались в основном устно и сопровождались определенными символическими действиями, но есть сведения и о зарождении письменной формы заключения договора – прежде всего договора о недвижимости.

«Русская Правда» была написана на древнерусском языке. Церковнославянизмы в ее текстах крайне малочисленны и случайны. А.А.Шахматов объяснял это тем, что «письменная передача закрепила готовый обработанный устный текст: кодификация произошла в живой речи, а не в письменности». Возникновение обычая писать юридические тексты и делопроизводственные документы на древнерусском языке сыграло необычайно важную роль в дальнейшем развитии древнерусского письменного языка. Как отмечают [Т.М. Балыхина](#), М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков, в языке «Русской правды» уже можно выделить особенности словоупотребления и организации речи, которые относятся к характерным чертам делового стиля: высокая терминологичность, преобладание сочинения над подчинением в сложных предложениях, наличие сложных конструкций с сочинительными союзами *и, да, же, а* также бессоюзных цепочек. Из всех видов сложноподчиненных предложений наиболее широко употребляются конструкции с придаточным условным (*с союзом аще – если*). Употребляются термины, свидетельствующие о развитии правовых отношений в Древней Руси: *голова* (убитый), *головникъ* (убийца), *послухъ* (свидетель), *вира* (штраф), *добытые* (имущество), *куна* (деньги). Юридические термины представляют важнейший лексический пласт языка древних документов.

В древнерусских канцеляриях существовала и особая форма делопроизводства— столбцы. Лист бумаги разрезали или пополам в длину, или в ширину на три полосы. Текст документов писали поперек, поузкой стороне бумажных полос, которые затем склеивали в виде ленты и сворачивали в столбец, иногда очень больших размеров. Подлинник «Соборного Уложения» 1649 года царя Алексея Михайловича

представляет собой огромную ленту, состоящую из 959 отдельных склеенных листков. Длина этой ленты— около 309 метров.

В XI–XIV веках деловые тексты переписывались *уставом*— торжественным кириллическим письмом с геометрически четким рисунком букв и небольшим количеством сокращений. В XIV веке в Древней Руси появился новый, более простой и свободный тип письма— *полуустав*. По сравнению с уставом он лишен геометрической строгости, его буквы пишутся менее тщательно, имеют наклон к концу строки. Полууставное письмо характеризуется значительным числом сокращенных слов и выносных над строкой букв. Древнейшими памятниками, написанными полууставом, являются как деловые документы (грамота 1350–1351 годов великого князя Симеона Гордого), так и литературные произведения («Лаврентьевская летопись», 1377 г.). Постепенно (с XV века) полуустав занял господствующее положение в традиционной книжности.

В XIV веке в Древней Руси стали использовать еще один тип письма— *скоропись*. При скорописи буквы и другие знаки пишутся без отрыва пера, сбиением петель и росчерков, для скорописи типичны многочисленные сокращения и выносные буквы. Появление скорописи было вызвано стремлением к быстрому письму. Примечательно, что она употреблялась первоначально в деловой письменности, в текстах, служивших практическим целям. Каждому типу письма приходилось учиться отдельно. Скорописью пользовались писцы, подьячие, приказные и судебные чиновники, но далеко не все представители традиционной книжной культуры (даже духовные, а не только светские лица) владели скорописью.

В 1540 году в витебском суде слушалось дело однежном долге умершего дьяка Клинца. В ходе разбирательства возникло подозрение в том, что расписка должника, якобы выданная им более 10 лет назад, в действительности представляет собой подлог. В качестве свидетеля в суд был вызван священник, учивший Клинца грамоте и хорошо знавший его почерк. Священник заявил, что его ученик писал уставом, а не скорописью, потому что «я исам скорописного писма писати неумем». Почти через 150 лет, в 1685 году, в Ливенском уезде вместо священника Фомы «поево веленью, что он скорописи неумеет, руку приложил» дьячок Гордюшка.

В XVI – XVII веках, в эпоху сословно-представительной монархии (О.И. Чистяков), делопроизводство становится «приказным» (от слова «приказ» – название первых государственных учреждений).

Приказы создавались без какого-либо плана, по мере надобности. Так, Иван IV в самом начале своего царствования создал Челобитный приказ. Учреждались приказы для обслуживания царя и его семьи (например, Золотошвейный приказ для обеспечения царицы материалами для рукоделья, Ловчий, Сокольничий, Постельничий. Сытный, Бронный, Конюшенный – приказы, обеспечивавшие личные потребности царя). Казенный приказ занимался не только финансовыми вопросами, но и вопросами царского гардероба, стоившего огромных денег, которые брались из государственной казны: понятия «государственный» и «государев» в то время почти не различались.

Основные законодательные документы этого периода – указы и Судебники.

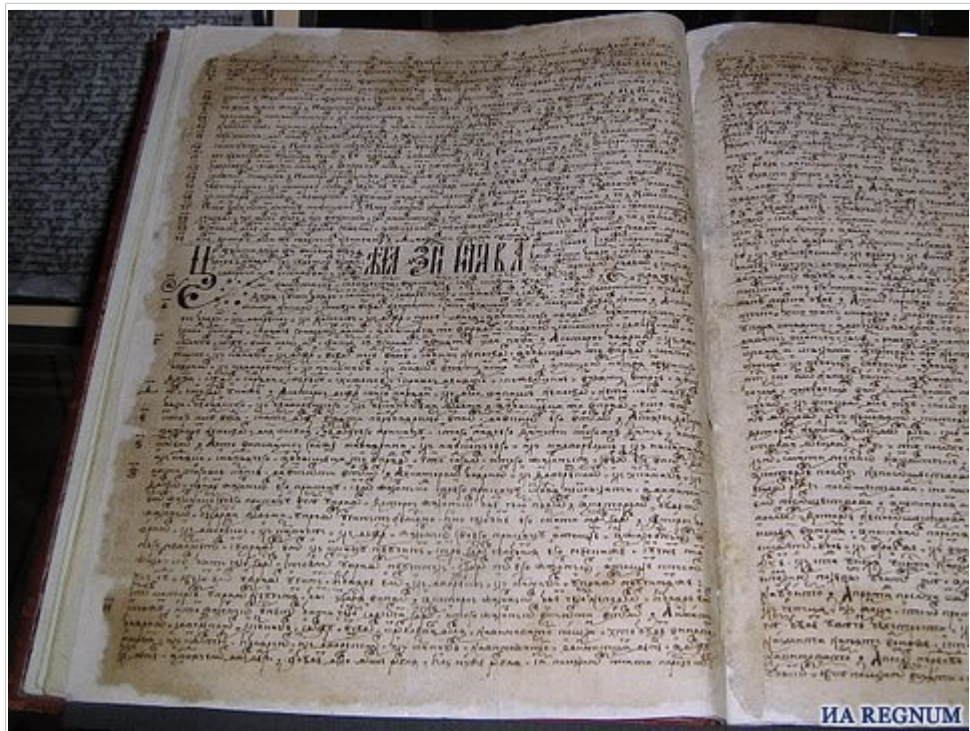


Рис. 5. Судебник Ивана Грозного (1550 г.).

В заголовках указов упоминаются царь, Боярская дума, иногда Земские соборы. Но их роль различна. Роль Думы определяется следующим образом: «с государева доклада и всех бояр приговора», «царь указал, и бояре приговорили», «по указу царя и всех бояр приговору»:

В 1649 г. создано Соборное уложение – законодательный акт, который был впервые размножен типографским способом, к тому же весьма значительным тиражом – 1200 экземпляров:

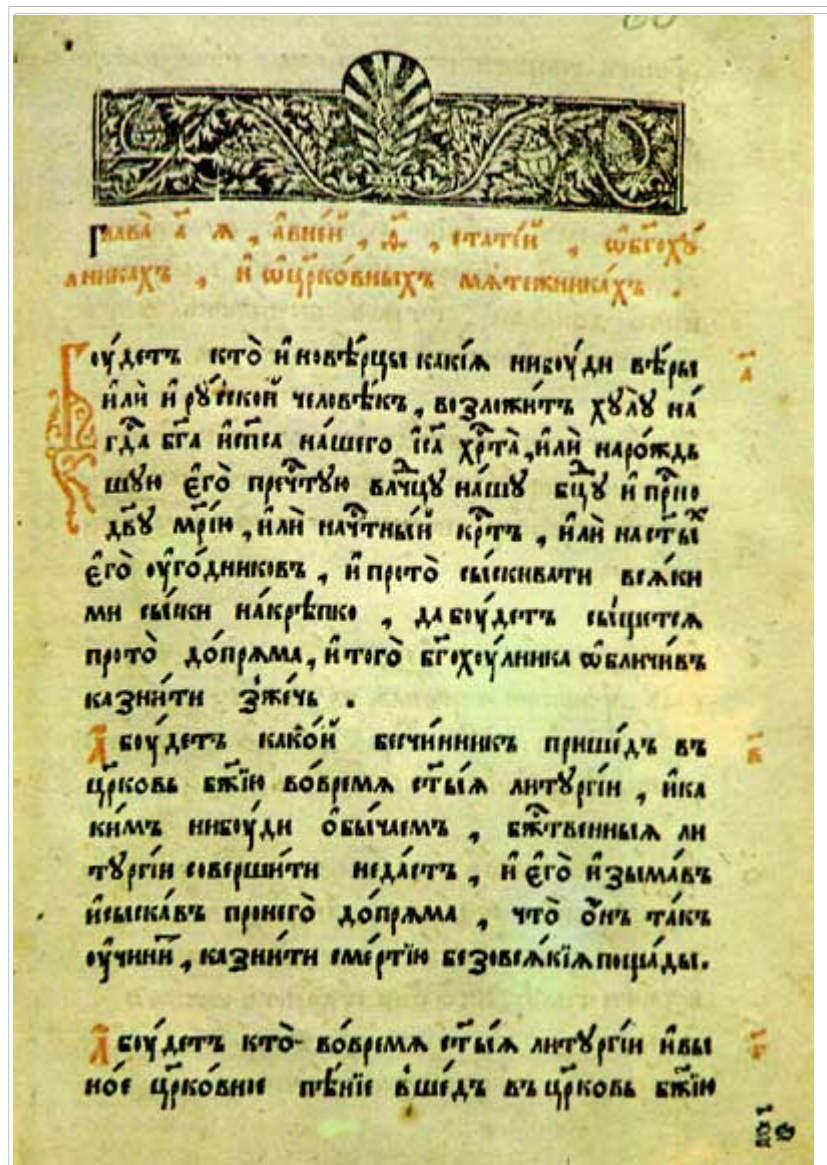


Рис. 6. Соборное Уложение 1649 года.

В том же году Соборное уложение было переиздано: как по причине плохого качества печати, так и потому, что книга разошлась мгновенно. Петр I ввел западноевропейские принципы делопроизводства. С этих времен термин «грамота» сохранился только за некоторыми видами документов: жалованные грамоты дворянству, верительные грамоты послов.

Во времена Петра I делопроизводство становится «коллежским» (от названия государственных учреждений того времени – коллегий). Появляются специальные структуры, учреждения, основная функция которых – делопроизводство. В официально-деловой письменной речи появляется значительное количество новых слов и оборотов (вексель, облигация, протокол, инструкция). Появляются «генеральные формуляры» – образцы оформления документов. В «Генеральном регламенте» петровских Коллегий была дана уже законченная система норм документирования. «Генеральные формуляры», т.е. формы документов, предусматривали нормы оформления, этикетные правила обращения к адресату с указанием чина, титула, звания, единые нормы наименования и самонаименования. Лексика делового языка все больше отделяется от разговорной, живой речи, в нее проникает огромное количество иностранных слов (губерния, акт, баллотировать, апелляция и т.д.) и терминов ([Т.М. Бальхина](#), [М.В. Лысякова](#), [М.А. Рыбаков](#)).

Петровская эпоха – время активного развития юридической документации. Петр много внимания и сил уделял законотворчеству: во второй половине XVII века был издан 1821 указ (в среднем по 36 указов в год). Над Воинским уставом Петр работал год, над Морским – пять лет. Генеральный регламент, определявший права и обязанности должностных лиц, редактировался 12 раз.

Петр I требовал неукоснительного соблюдения законов. В Указе 1722 года «О хранении прав гражданских» написано: «Ничто так ко управлению государства нужно есть, как крепкое хранение прав гражданских, понеже всуе законы писать, когда их не хранить, или ими играть, как в карты, прибирая масть к масти...». Указ было приказано держать на столе заседаний Сената и судебных учреждений: «А где такого указа на столе не будет, то за всякую ту проступку сто рублей штрафу в гошпиталь». Юридические документы изобилуют иностранными словами: закон о государственной службе называется «Табель о рангах», закон о крестьянских податях и повинностях (1724 г.) назван «Плакат», военно-уголовный кодекс – воинским артикулом.

Особого внимания заслуживают законы об охране природе. При Петре I было издано около 60 указов, четверть которых направлена на защиту леса – главного богатства страны. Была учреждена специальная Вальдмейстерская служба, которая занималась лесными хозяйствами. При валке леса запрещалось пользоваться топорами, поскольку при применении пил получается меньше отходов. Была введена категория заповедных лесов, рубка которых позволялась только для государственных целей, прежде всего, для кораблестроения, столь любезного Петру.

В 1715 г. опубликовано «Краткое изображение процессов или судебных тяжб», посвященное вопросам устройства судебной системы и судебного процесса. Документ четко структурирован: вначале идут две главы, представляющие собой своеобразное введение, в них даются основная схема судостройства и некоторые общие положения процесса. Затем последовательно излагается ход процесса, со своеобразным разделением на три основные части.

Формулировки законов становятся более четкими, впервые в русском праве появляются общие определения процессуальных институтов и понятий, хотя не всегда совершенные. Законодатель нередко прибегает к перечислению, классификации явлений и действий. Некоторые статьи содержат не только норму права, но и ее теоретическое обоснование, иногда с приведением различных точек зрения по данному вопросу. Существенным недостатком «Краткого изображения процессов...» является изобилие иностранной терминологии, чаще всего излишней и не всегда грамотной.

Екатерина II проводила прямо противоположную политику: во всем законодательстве она последовательно восстанавливала русскую терминологию, иногда даже приказывала переводить иностранные термины на русский язык. Например, бухгалтера велено было именовать «книгодержателем».

Начало XIX века – время появления новой системы управления – министерств. В 1812 году было учреждено восемь министерств, которые обменивались сообщениями и «официальными письмами». Появились специальные бланки с угловыми штампами, в которых содержались сведения об организации. Бланки изготовлялись типографским или рукописным способом. Под штампом кратко излагалось содержание письма, на которое отвечали.

В XIX веке, когда формирование кодифицированного литературного языка в основном завершается, начинают активно формироваться функциональные его разновидности – стили. Документы служебной переписки получили широчайшее распространение и в количественном отношении значительно превзошли другие типы деловых текстов ([Т.М. Балыхина](#), М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков).

В начале XX века документооборот был настолько разнообразным, что в секретариатах использовались 23 модели пишущих машин – для оформления офисной, производственной, бухгалтерско-деловой документации. Во времена советской власти происходит реорганизация делопроизводства, вызванная изменениями социально-политической системы. Ставится вопрос о выработке новых требований к языковым формам официально-делового письма.

Унификация документов принимает необратимый характер. Были разработаны новые правила ведения служебной документации. В 1918 году введена единая форма бланков делового письма. В 20-е гг.

началась работа по созданию новых стандартов делового письма, появились трафаретные тексты. В 1926 году основан Государственный институт техники управления, при котором был организован Комитет стандартизации. Задачей этого Комитета стала разработка стандартов служебных писем, телеграмм, телефонограмм, протоколов, извещений и т.п. В 1988 году была утверждена Государственная система документационного обеспечения управления.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема I: «Современный русскоязычный письменный профессионально-деловой дискурс: основные признаки, новые черты, история становления».

Вопросы для самопроверки:

1. Какие трактовки понятий *дискурс*, *профессионально-деловой дискурс* вам известны? Какие подходы к определению этих понятий Вам представляются наиболее обоснованными? Аргументируйте свой ответ.
2. Какие виды письменного профессионально-делового дискурса вы знаете?
3. Какими признаками обладает письменный профессионально-деловой дискурс?
4. Охарактеризуйте новые черты современной письменной профессионально-деловой коммуникации.
5. Что такое *нетикет*? Охарактеризуйте основные позиции в сфере нормативности инфокоммуникационных технологий профессионально-делового общения.
6. Кратко охарактеризуйте основные этапы становления русскоязычного письменного профессионально-делового дискурса.

Практическое занятие: Дискуссия «Инфокоммуникационные технологии в письменном профессионально-деловом общении: проблемы нормативности».

Самостоятельная работа: Подготовка к дискуссии (работа в малых группах сотрудничества с привлечением интернет-ресурсов <http://www.gramota.ru/>; www.ido.edu.ru/; www.ru.wikipedia.org и др.).

Тема II: «Культура современного русскоязычного письменного профессионально-делового общения: общее понятие, основные составляющие, современные методы и формы обучения»

- 2.1. Культура русскоязычного письменного профессионально-делового общения: общее понятие, профессионально-коммуникативная инкультурация будущего специалиста.
- 2.2. Культурно-нормативная основа письменного профессионально-делового дискурса.
- 2.3. Коммуникативный аспект культуры письменного профессионально-делового общения.
- 2.4. Морально-этическая основа письменного профессионально-делового взаимодействия.
- 2.5. Современные технологии культурно-языкового образования в сфере письменного профессионально-делового взаимодействия: общая характеристика.



«По отношению каждого человека к своему языку можно совершенно точно судить не только о его культурном уровне, но и о его гражданской ценности...»

К.Г. Паустовский

Культура русскоязычного письменного профессионально-делового общения: общее понятие, профессионально-коммуникативная инкультурация будущего специалиста. Культурно-нормативная основа письменного профессионально-делового дискурса. Коммуникативный аспект культуры письменного профессионально-делового общения. Морально-этическая основа письменного профессионально-делового взаимодействия. Современные технологии культурно-языкового образования в сфере письменного профессионально-делового взаимодействия: общая характеристика.

2.1. Культура русскоязычного письменного профессионально-делового общения: общее понятие, профессионально-коммуникативная инкультурация будущего специалиста.

Формирование умений профессионально-делового общения, отвечающего нормам и правилам общечеловеческой и национальной культуры, – важная задача современной системы образования, решение которой предусмотрено государственными стандартами, всей системой регламентирующих документов высшей школы.

Понятие *культура* – одно из центральных в современных гуманитарных науках. Американские ученые А. Кребер и К. Клакхон подсчитали, что с 1871 по 1919 гг. в различных науках было разработано семь определений культуры, с 1920 по 1950 гг. их число возросло до 150. В настоящее время существует более 500 дефиниций этого понятия. Российские исследователи Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин, обобщив существующие определения, выделили три основные трактовки этого понятия. Две из них имеют непосредственное отношение к культуре профессионально-деловой коммуникации: *культура* – 1) совокупность ценностей и норм, присущих большой социальной группе, общности, народу или нации (русская культура, культура молодежи и т.д.); 2) выражение высокого уровня достижений человека в какой-либо деятельности (культура быта, производства и пр.). Так понимали культуру и А. Кребер и К. Клакхон: «культура состоит из выраженных и скрытых схем мышления и поведения, являющихся специфическим достижением человеческих общностей. Ядром любой культуры являются идеи... и особенно ценности, передающиеся при помощи традиций. Культурные системы могут рассматриваться, с одной стороны, как результат совершенных действий, с другой стороны, как одна из основ действия в будущем».

Одна из основных составляющих культуры человека – культура его общения, культура речи. В современной науке разработаны десятки определений *культуры речи*. Одна из самых удачных дефиниций приведена в энциклопедии «Русский язык»: под *культурой речи* понимается владение нормами устного и письменного литературного языка (правилами произношения, ударения, грамматики, словоупотребления и др.), а также умение использовать выразительные языковые средства в разных условиях общения и в соответствии с целями и содержанием речи. Высокая культура речи, как писал одной из последних работ [С.И. Ожегов](#), – это «умение правильно, точно и выразительно передавать свои мысли средствами языка... Но высокая культура речи заключается не только в следовании нормам языка. Она заключается еще и в умении найти не только точное средство для выражения своей мысли, но и наиболее доходчивое (т.е. наиболее выразительное) и наиболее уместное (то есть самое подходящее для данного случая и,

следовательно, стилистически оправданное». О значимости высокой культуры речи писал [В.В. Виноградов](#): «высокая культура разговорной и письменной речи... – самая лучшая опора, самое верное подспорье и самая надежная рекомендация для каждого человека в его общественной жизни».

С этих позиций [культуру письменного профессионально-делового общения](#) можно определить как владение системой общепринятых в деловом сообществе норм, правил, законов и закономерностей, соблюдение которых обеспечивает эффективное, успешное, результативное письменное интра- и межкультурное профессионально-деловое взаимодействие. Культура профессионально-деловой коммуникации обеспечивается высокой речевой культурой общающихся людей. Под [речевой культурой](#) будущего специалиста в сфере профессионально-делового письма понимается уровень владения нормами и правилами письменного делового взаимодействия. Речевая культура будущего специалиста связана с понятием качества речи: правильностью, чистотой, точностью, ясностью, логичностью, богатством, выразительностью и уместностью ([Б.Н. Головин](#)).

Овладение человеком нормами и правилами, принятыми в той или иной культуре, получило название *инкультурации*. Усвоение норм и правил культуры профессионально-делового общения можно назвать [профессионально-коммуникативной инкультурацией личности](#). Любая социальная группа, в том числе профессиональная, обладает определенной микрокультурой (субкультурой): нормами, правилами, принципами, моделями поведения, в том числе коммуникативного. Организационные нормы и правила во многом определяют стиль коммуникативного поведения сотрудников организации, в то же время человек, который не овладел такими нормами и правилами, не сможет успешно общаться с другими сотрудниками, эффективно работать в организации – будет чувствовать себя «белой вороной». Поэтому «вхождение» в систему ценностей, норм и правил профессиональной культуры – залог успешной профессиональной деятельности будущего специалиста.

Инкультурация может быть осознанной и неосознанной, вертикальной (например, передача культурного опыта родителей детям, учителей ученикам) и горизонтальной (усвоение моделей поведения сверстников, коллег по работе), целенаправленной (в результате специально организованного образования и воспитания) и стихийной (в процессе практической совместной деятельности).

Выделяют четыре психологических механизма инкультурации: имитация, идентификация, чувство стыда и вины. Имитацией называется осознанное стремление человека подражать определенной модели поведения. Идентификация – это способ усвоения поведения, установок и ценностей как своих собственных. Пример такого механизма инкультурации – профессиональные династии, когда дети выбирают профессию своих родителей, чтобы стать похожими на них. Имитация и идентификация относятся к позитивным механизмам инкультурации, т.к. способствуют формированию определенных моделей поведения. Существуют и негативные механизмы этого процесса, они основаны на запрете и подавлении. Чувство стыда появляется у человека, если его поведение вызвало порицание, насмешки, обидные замечания. Этот механизм связан в большей степени с внешней реакцией на действия и поступки. Но бывают случаи, когда никто не узнал о неблагоприятном поведении человека, но он все-таки испытывает моральный дискомфорт, – он чувствует вину, его «мучает совесть». В результате действия негативных психологических механизмов инкультурации формируется психологический запрет на негативные модели поведения.

Различают первичную и вторичную инкультурацию. Первичная инкультурация – «вхождение человека в окружающий мир», формирование «человека культуры», усвоение социально значимых общекультурных норм и традиций, культурных форм (паттернов – от англ. pattern) какого-либо общества: манер поведения; образцов мышления; моделей общения в семье, со сверстниками, старшими, представителями другого пола; форм контроля за собственным поведением и эмоциями. Культура учит нас, что, когда, и как делать (Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин). Первичная инкультурация происходит в процессе воспитания и образования как на сознательном, так и на бессознательном уровне.

Вторичная инкультурация начинается с того момента, когда человек входит в какое-то социальное сообщество, например, профессиональный коллектив. К этому времени им уже усвоены определенные правила и модели поведения. Но приобретенных человеком знаний, навыков и умений может

быть недостаточно для того, чтобы его деятельность и общение в новом коллективе были успешными. Кроме того, нормы и принципы, определяющие культуру поведения в новом социально-профессиональном сообществе, могут входить в прямое противоречие по отношению к тому, что было усвоено человеком ранее. Например, в семье человека учили быть сдержанным и скромным – «говори только тогда, когда тебя о чем-то спрашивают», а новая должность рекламного агента требует от него активных действий, умений проявлять инициативу, брать ответственность на себя. Другой пример: в семье была принята свободная манера общения, отрицание «всех и всяких условностей», а молодому специалисту приходится общаться с иностранными партнерами, многие из которых не смогут положительно оценить «демократичный» стиль поведения молодого человека. Поэтому вторичная инкультурация – процесс сложный, и не всегда он протекает легко и безболезненно.

Профессионально-коммуникативная инкультурация будущего специалиста является разновидностью вторичной инкультурации. И если первичная инкультурация личности – функция семьи и средней общеобразовательной школы, то профессионально-коммуникативная инкультурация относится к числу важнейших задач системы профессионального образования и профессионального коллектива. В течение длительного времени профессионально-коммуникативная инкультурация будущего специалиста происходила бессистемно, стихийно и фрагментарно. Однако в последнее десятилетие, после включения в государственные стандарты высшего профессионального образования учебных дисциплин «Русский язык и культура речи», «Культура общения», «Культура профессионального общения» (на правах обязательных предметов, факультативных курсов, элективов), появилась возможность организации целенаправленной системной, теоретически обоснованной и методически целесообразной профессионально-коммуникативной инкультурации будущих специалистов.

Профессионально-коммуникативная инкультурация будущего специалиста предполагает овладение тремя основными составляющими культуры письменного профессионально-делового общения: нормативным, коммуникативным, этическим.

2.2. Культурно-нормативная основа письменного профессионально-делового дискурса.

Овладение культурой русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации невозможно без усвоения *норм* письменного общения, принятых в деловом сообществе: «без нормированного языка не может быть образованной нации, быстрой технической и культурной революции» (Л.И. Скворцов).

Основы нормативного аспекта культуры русскоязычного общения были заложены в трудах [М.В. Ломоносова](#) – «Российской грамматике» и «Риториках». Этим проблемам посвящены работы известных российских ученых [А.М. Пешковского](#), [Л.В. Щербы](#), [С.П. Обнорского](#), [В.В. Виноградова](#), [С.И. Ожегова](#), [Б.Н. Головина](#), [Л.К. Граудиной](#), [Н.Ю. Шведовой](#), [В.Г. Костомарова](#), [В.Н. Бельдяна](#), К.С. Горбачевича, Е.Н. Ширяева и многих других.

Что же такое нормы? К.С. Горбачевич в одной из своих работ образно охарактеризовал язык, как «живой организм, в котором непрерывно отмирает одно и нарождается другое». Процессы рождения нового и отказа от того, что уже не употребляется в речи, постоянно происходят во всех национальных языках, заметно активизируясь во времена социальных реформ. Так, на рубеже XX – XXI вв. исследователи фиксируют не только проникновение в русский язык иностранных слов, но и заимствование словообразовательных, предложенческих, текстовых и даже интонационных моделей (вспомним типичный интонационный *fall-rise* молодых дикторов телевидения). Более интенсивными стали процессы образования новых слов, «оживают» слова, ранее вышедшие из употребления, размываются границы между функциональными стилями, между разговорной речью и литературным языком. Но что же позволяет литературному языку сохранять сущность и структуру, оставаться русским, немецким или английским? Это главное свойство литературного языка – его нормативность.

Профессионально-деловое письмо, как мы уже говорили, в высшей степени регламентировано, стандартизовано и унифицировано. Поэтому в нем очень велика роль нормы как универсального

«общественного регулятора». Культурно-нормативная основа письменного профессионально-делового общения формируется [языковыми](#), [речевыми](#), [текстовыми нормами](#). В письменном деловом дискурсе используются особые – графические – средства выражения норм.

Под *языковыми нормами* (от лат. *norma* – руководящее начало, правило, образец) понимается особая система языковых средств и правил их образования, построения и употребления. Эти средства и правила не изобретаются учеными, они объективно, естественным путем складываются в процессе социальной коммуникации. Наиболее эффективные, «пригодные» для достижения целей общения средства и правила, признанные и активно употребляемые не одним человеком, а целым языковым коллективом, приобретают особый статус образцов и силу предписания – становятся нормативными. Степень нормативности может быть различной: *императивные* нормы – наиболее строгие, исключающие варианты (*согласно договору, во избежание санкций*), *диспозитивные* нормы – менее жесткие, допускающие равнозначные варианты (*поступать сообразно правилам – поступать сообразно с правилами*).

Языковая норма – единство лингвистического и социального. Ее социальная составляющая проявляется, во-первых, в том, что нормативные языковые явления создаются и отбираются обществом, а не отдельной личностью. Второе проявление социальной природы языковой нормы – аксиологический, оценочный компонент: языковые явления квалифицируются как по шкале «правильно – неправильно», «уместно – неуместно», так и с эстетических позиций («красиво – некрасиво»). В-третьих, языковая норма исторически конкретна: для каждого периода развития общества характерна своя собственная, специфическая система норм.

Языковые нормы динамичны, они обладают «гибкой стабильностью»: сочетают продуктивные тенденции развития языка и «бережное отношение к капиталу унаследованных литературно-традиционных речевых навыков» (К.С. Горбачевич). Нормы фиксируются в словарях, грамматиках, справочниках и «подкрепляются авторитетом известного писателя или поэта» (В.А. Ицкович), «поддерживаются и охраняются и литературой, и обществом, и государством» ([Б.Н. Головин](#)).

Система языковых норм, регламентирующая письменный профессионально-деловой дискурс, включает общезыковые нормы, обязательные как для устной, так и для письменной форм общения (*лексические, грамматические*); нормы, характерные исключительно для письменной речи (*орфографические, пунктуационные, нормы графического оформления*); специфические нормы *официально-делового стиля*.

Речевые нормы письменного профессионально-делового дискурса – совокупность наиболее устойчивых, отобранных и закрепленных в процессе общественной коммуникации традиционных реализаций языковой системы в профессионально-деловой документации и корреспонденции ([Т.М. Балыхина](#), М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков, [О.Я. Гойхман](#)). Речевые нормы, как и языковые, регламентируют функционирование языковых единиц: слов, словосочетаний, предложений. Однако если языковая норма обусловлена системой языка, то речевая норма определяется ситуацией общения (Э. Косэриу). Например, в заявлении, в [письме-рекламации](#) уместны такие предложения: **Довожу до вашего сведения, что передаю право собственности на принадлежащее мне имущество N. Доводим до вашего сведения, что отгрузка товара не была произведена своевременно.** В то же время в [письме-приглашении](#) (**Доводим до вашего сведения, что награждение победителей состоится 2 февраля 2008 г.**) или в [письме-благодарности](#) (**Доводим до вашего сведения, что оплата поступила своевременно, за что и выражаем вам благодарность.**) эта конструкция вызовет по меньшей мере недоумение. Подобные случаи мы не можем отнести ни к нарушению языковой нормы (соответствие системе языка не пострадало), ни к нарушению нормы стилистической (конструкция не «вышла за пределы» официально-делового общения). Однако во втором случае употребление этой конструкции нельзя признать правильным, оправданным, уместным, что обусловлено именно спецификой ситуации общения, и поэтому является нарушением речевой нормы письменного профессионально-делового общения.

Наличие системы *текстовых норм*, их строгость и обязательность – отличительные черты письменного профессионально-делового общения. В письменной деловой коммуникации не только структурно-композиционное оформление, но и жанровый репертуар текстов не являются субъективными и

произвольными: они регламентируются обществом. Типы и форма документов унифицированы, [унификация](#) служебной документации осуществляется на основе рекомендаций «Типовой инструкции по делопроизводству в министерствах, ведомствах Российской Федерации, сборника «Государственная система документального обеспечения управления. Основные положения». Текстовые нормы деловых писем и документов фиксируются в [стандартах](#): государственных (ГОСТ), отраслевых (ОСТ) и республиканских (РСТ). Наиболее важные текстовые нормы закреплены в следующих стандартах: ГОСТ Р 6.30 – 2003 («Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов»); ГОСТ 6.10.5 – 87 («Унифицированная система документации. Требования к построению формуляра-образца»); ГОСТ ИСО 8601 – 2001 («Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Представление дат и времени. Общие требования»); ГОСТ ИСО 15489:2001 («Information and Documentation. Records Management»). Цель [унификации](#) и стандартизации – сократить количество используемых документов, типизировать их форму, повысить качество и снизить трудоемкость обработки.

Нормы письменного профессионально-делового дискурса имеют национально-культурную обусловленность. С.Г. Тер-Минасова, анализируя национальные различия пунктуационных норм делового письма, описывает неприятное впечатление, которое производит восклицательный знак после обращения на американцев: в англоязычных письмах в этой позиции стоит «более нейтральная» запятая.

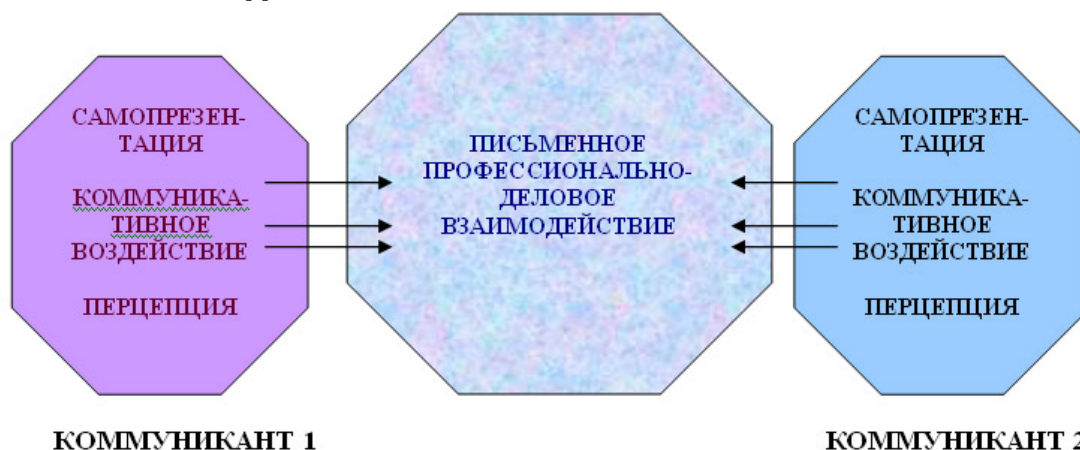
Национально-культурную обусловленность имеют и текстовые нормы. И.В. Драбкина пишет о том, что в Великобритании, США контракт, как правило, представляет собой развернутый список статей. Текстовые нормы контрактов, которые составляются в странах Британского Содружества, более строги: обязательны а) полностью унифицированная и б) согласуемая, но достаточно строго регламентированная части.

2.3. Коммуникативный аспект культуры письменного профессионально-делового общения.

Коммуникативный аспект культуры общения включает несколько взаимосвязанных и взаимообусловленных компонентов: коммуникативно-речевой, коммуникативно-когнитивный, коммуникативно-прагматический. Первым двум компонентам мы посвятили отдельные темы, поэтому рассмотрим здесь более подробно коммуникативно-прагматическую составляющую культуры профессионально-делового общения. Коммуникативно-прагматический (Н.Н. Тесликова и др.) аспект культуры речи в современной науке связывается «с умениями добиваться поставленной цели, используя все языковые возможности» (В.И. Максимов, [А.В. Голубева](#)).

Письменное профессионально-деловое общение, как и любая коммуникативная деятельность, характеризуется структурной и содержательной сложностью. В процессе письменного профессионально-делового взаимодействия происходит восприятие партнерами друг друга, в результате которого достигается взаимопонимание между ними (*перцепция*); осознанно или неосознанно участники общения демонстрируют собственные личностно-психологические, коммуникативные, когнитивные и т.п. характеристики (*самопрезентация*); тем или иным способом *воздействуют* друг на друга:

Схема 1. Коммуникативные процессы письменного профессионально-делового взаимодействия.



Рассмотрим каждый из этих коммуникативных процессов подробнее.

Перцепция в процессе письменного профессионально-делового взаимодействия включает три взаимосвязанных компонента: восприятие партнера по общению, познание самого себя (*рефлексия*), прогнозирование коммуникативного поведения партнера по коммуникации (*каузальная атрибуция*).

Термин перцепция введен в научную практику американским психологом Дж. Брунером, он обратил внимание на то, что восприятие зависит от личностных характеристик воспринимающего субъекта, его опыта, профессиональной деятельности, целей и намерений и т.д.

Восприятие партнера по общению – формирование представления о его целях, намерениях, способностях, уровне речевой культуры и т.п. В процессе общения, по выражению С.Л. Рубинштейна, мы как бы «читаем» другого человека, расшифровываем значение его поступков, в том числе речевых. И насколько точно наше «прочтение» другого человека, зависит успех совместной деятельности. Этот процесс может происходить несколькими способами:

– *идентификация* – способ познания, при котором человек основывается на собственном опыте, старается поставить себя на место партнера по общению, например: наша фирма не сможет выполнить заказ в такие короткие сроки, поэтому срок исполнения договора партнерами необходимо продлить;

– *стереотипизация* – попытки понять другого человека на основе сложившихся стереотипов, например: все американские бизнесмены думают прежде всего о собственной выгоде, поэтому нужно быть особенно осторожным при заключении с ними контракта;

– *эмпатия* – эмоциональное сопереживание другому человеку, способность правильно понять его состояние, мысли и чувства. Сущность эмпатического восприятия удачно сформулировал Беннет: «поступай с другими так, как они поступали бы сами с собой». Примером эмпатического восприятия служит позиция опытного партнера, который сотрудничает с более молодыми коллегами: мы начинаем сотрудничать с фирмой, которая только начинает свою деятельность, поэтому необходимо корректно подсказать, как лучше выполнить условия договора;

– *аттракция* (привлечение) – восприятие поведения другого человека на основе симпатии, позитивного чувства. Этот механизм перцепции действует преимущественно в том случае, когда общаются давние деловые партнеры, между которыми сложились прочные дружеские отношения.

Безусловно, более продуктивны для профессионально-делового общения эмпатия и аттракция, но если последняя возможна только при общении людей, которые находятся в дружеских отношениях, то эмпатическое восприятие партнеров по общению – предпочтительная форма восприятия в процессе любого взаимодействия.

Эмпатическое восприятие, эмпатическое слушание – темы, достаточно подробно разработанные в методической литературе. Для письменной формы профессионально-делового

взаимодействия значимо *эмпатическое чтение*, при котором адресат делового письма стремится понять цели и мотивы автора, искренне заинтересован в достижении взаимовыгодного результата сотрудничества, проявляет понимание и сочувствие к проблемам делового партнера, может принять его точку зрения на ситуацию.

Выделяют три уровня развития эмпатического восприятия: 1) низший (в процессе общения люди проявляют «слепоту» к состоянию, переживаниям, целям, мотивам другого человека); 2) средний (по ходу общения у людей возникают фрагментарные, отрывочные представления о состоянии другого человека); 3) высший (способность сразу же понять состояние, «войти в положение» другого человека). Психологами разработаны специальные приемы развития эмпатического восприятия, одним из которых является так называемая подстройка. Сущность этого приема заключается в том, что нужно максимально близко «подстроиться» к партнеру через подражание его внешнему поведению.

Существуют способы «настройки» адресата делового письма на эмпатическое чтение:

– первое же предложение делового письма лучше начать с благодарности за своевременно выполненный заказ, длительное плодотворное сотрудничество и т.п.: это придает письму благожелательный тон, показывает, что адресат небезразличен автору;

– избегать в деловом письме местоимения «я». Использование этого местоимения в первом же предложении свидетельствует о том, что у адресата на первом месте собственная персона и личные интересы;

– если письмо написано, а не напечатано, необходимо следить за тем, чтобы адресат мог разобрать почерк автора: в век электронной почты многие рукописные послания выглядят, как медицинские рецепты;

– если письмо направляют незнакомому человеку (например, рекламное письмо), нужно не пожалеть времени на то, чтобы узнать его имя и отчество;

– письмо должно быть написано грамотно. Не следует экономить время на его вычитке и редактировании: единственный способ убедиться в том, что в письме нет ошибок, – внимательно его прочитать. Лучше не использовать для этого компьютерные программы редактирования: компьютер «видит» не все ошибки, кроме того, его «грамотность» во многом зависит от грамотности разработчика программы.

В процессе письменного профессионально-делового общения происходит и познание людьми самих себя (самопознание, рефлексия): составляя деловое письмо, автор, как правило, старается оценить его с позиции адресата. Развитие умений рефлексии продуктивно для самосовершенствования личности: способность посмотреть на себя «глазами другого человека» помогает увидеть собственные психологические и коммуникативные несовершенства и сделать необходимые шаги для их преодоления.

Третья составляющая перцепции – прогнозирование коммуникативного поведения партнера по коммуникации, попытки понять причины его поступков, которые получили название *каузальной атрибуции* (от лат. *causa* – причина и *attribuo* – наделяю, придаю). Это механизм понимания, объяснения, толкования причин и мотивов поведения других людей.

Теория каузальной атрибуции разработана Фрицем Хайдером. Он считал: человек ведет себя определенным образом или благодаря особенностям своей личности, характера, мотивов, или вследствие сложившейся ситуации, в которой большинство людей поступило бы так же. Ли Росс ввел понятие фундаментальной ошибки атрибуции, под которой понимается переоценка значения роли человека и недооценка значения обстоятельств.

Как показали исследования, у каждого человека есть свои собственные «любимые» способы объяснения поведения других людей:

– нередко причину любого поступка, события, происшествия видят в сложившихся обстоятельствах – такой способ объяснения поведения людей называется *обстоятельственой атрибуцией*;

- способ объяснения поведения, при котором причиной любого успеха и поражения считают человека, называют *личностной атрибуцией*;
- позиция «цель оправдывает средства», когда именно цель определяет характер поведения человека, характерна для *стимульной атрибуции*.

В результате психологических экспериментов было установлено, что причину успеха люди чаще приписывают себе (личностная атрибуция), а причину поражения – обстоятельствам (обстоятельственная атрибуция). Поступки других людей мы склонны объяснять особенностями их характера («у него сложный характер»), а свои собственные – влиянием обстоятельств («в этой ситуации любой поступил бы так же»). Способ объяснения зависит и того, насколько активное участие человек принимал в происшедшем событии: чем больше степень его участия, тем более личностной становится атрибуция (А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Н. Коновалова, С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко).

Эти особенности человеческого восприятия нужно учитывать при составлении деловых писем. Например, в письме-рекламации давнему деловому партнеру, даже если автор уверен в его личной «виновности», целесообразно в первый раз не заявлять свою позицию прямо: это может разрушить прочные и перспективные деловые отношения. Вместо фразы «Вы не обеспечили нас нужными комплектующими в положенный срок» в рекламации лучше написать: «Комплектующие не были поставлены в срок», «Сроки поставки комплектующих были нарушены».

На восприятие людьми друг друга влияют разнообразные психологические эффекты. Самые распространенные – *эффект ореола*, эффект стереотипа, эффект первичности, эффект последней информации. Эффект ореола действует, например, в том случае, когда начинается сотрудничество с известными в деловых кругах фирмами или людьми: труднее реально оценить возможности, кредитоспособность организации или личностные, деловые качества предполагаемого партнера с «громким именем».

Негативное влияние этого эффекта на восприятие было доказано в результате эксперимента, проведенного зарубежными учеными. Учащимся разных групп представили некоего человека как гостя из Кембриджского университета, определив его статус в каждой из групп по-разному: как студента, лаборанта, лектора, профессора. После того как гость выходил из аудитории, студентов просили указать его рост. При каждом повышении статуса рост гостя «увеличивался» на полдюйма, различие в росте «студента» и «профессора» составили два с половиной дюйма.

Эффект стереотипа опасен тем, что оценка партнера «затемняется» сложившимся (нередко не вполне адекватным) общим правилом. Стереотипы формируются на основе дефицита информации и опыта, а сохраняются в результате нетворческого подхода к меняющимся обстоятельствам.

Стереотипы могут быть как негативными, так и позитивными. Пример позитивного стереотипа приводит Л.Г. Павлова: в США считается, что «все жители Азии великолепные математики и обладают большими способностями в науке». Следовательно, от всей группы студентов из Азии ожидают успехи в обучении.

Эффект первичности в письменном профессионально-деловом общении проявляется в том случае, когда по первому же полученному письму адресат составляет «полное» представление о его авторе, которое не хочет или не способен изменить в процессе дальнейшего общения.

Эффект последней информации заключается в том, что последние изложенные в деловом письме данные полностью меняют точку зрения адресата об авторе, характере и содержании совместной деятельности, возможности дальнейшего сотрудничества.

Когда мы общаемся, мы стараемся преподнести себя так, как нам хотелось бы выглядеть в глазах партнера по коммуникации – создать позитивный, привлекательный «образ себя» в глазах других людей. Этот процесс получил название *самопрезентации*. Самопрезентация в письменной профессионально-деловой коммуникации сложнее, чем в устной. В устном общении можно продемонстрировать прекрасные манеры, хороший вкус, наконец, физическую привлекательность и тем самым произвести желаемое впечатление на делового партнера. Автор письменного текста не обладает таким богатым арсеналом

средств. Тем не менее и деловое письмо может многое рассказать о его составителе, помочь адресату составить о нем представление: прежде всего на основании того, что и как написано в деловом письме или документе. Какие же качества деловые партнеры могут продемонстрировать в деловых письмах и какие из этих свойств значимы для адресата? Вот только некоторые из них:

– *точность, пунктуальность* автора «покажут» своевременный ответ на предложение, выполнение обязательств в соответствии со сроками, обозначенными в деловом письме или документе;

– *уровень коммуникативно-речевой и общей культуры* проявляется в знании языковых, речевых, текстовых норм письменного профессионально-делового общения, правил этикета делового письма, использовании продуктивных поведенческих стратегий в проблемных, конфликтных ситуациях. Поэтому не следует спешить отправлять письмо деловому партнеру в состоянии раздражения, лучше задать себе вопрос: «Буду ли я так же оценивать эту ситуацию через неделю, день, а может быть, через несколько минут?». Древние говорили: «Male cuncta ministrat impetus (Страсть – плохой руководитель)»;

– *умение работать* в команде автор делового письма может продемонстрировать, если при его составлении учитывает точку зрения, потребности, цели и задачи адресата;

– *вежливость* – уважительное отношение к людям, их позиции, мнению, профессиональным заслугам. Реализации этих целей способствует знание и грамотное использование этикетных формул и этикетных блоков делового письма;

– *уважение к деловым партнерам* проявляется уже на этапе знакомства – в оформлении визитной карточки (указаны ли все необходимые партнеру сведения о ее владельце: полное название и адрес фирмы, которую он представляет, его должность, номера служебного и мобильного телефонов и т.д.). Немаловажное значение имеет оформление бланка делового письма или документа, выбор и качество конверта.

Специфичны способы самопрезентации в электронном профессионально-деловом письме. Положительный образ автора в первую очередь создается, безусловно, грамматической, стилистической корректностью письма, соблюдением правил этикета, глубоким знанием профессионально значимых вопросов и обсуждаемых проблем. Но большое значение имеет также выбор имени в электронном адресе: для делового общения адрес *sergeev@mail.ru* предпочтительнее, чем, например, *sasha@mail.ru*.

Ученые выделяют такие распространенные приемы самопрезентации: а) самоподдержка (стремление произвести впечатление, намеренно демонстрируя свои таланты, способности, выдающиеся познания); б) инграциация (от англ. ingratiation): приукрашивание собственного образа, стремление сделать себя более привлекательным, значимым, авторитетным и т.п., чем это есть на самом деле; в) «греться в лучах чужой славы» – выстраивание «образа себя» путем подчеркивания тесной связи с влиятельными, известными, выдающимися людьми.

В процессе общения партнеры по коммуникации оказывают коммуникативное воздействие друг на друга: автор делового письма изменяет представление адресата о ситуации, сообщив ему дополнительную информацию; побуждает к принятию определенного решения, совершению каких-либо действий и т.п. Основные стратегии коммуникативного воздействия в письменном профессионально-деловом общении таковы:

– *убеждение* – целенаправленное коммуникативное воздействие с целью изменить позицию другого человека, его точку зрения и т.п. Его отличительная особенность заключается в том, что убеждение всегда направлено на сознательную сферу личности адресата, на активизацию его мышления, формирование убежденности. Убедить адресата делового письма можно в том случае, если правильно подобрать аргументы, логично их выстроить и выбрать правильный тон послания: избегать «менторских» ноток, прямого давления и т.д.;

– *внушение* происходит в том случае, если автор делового письма – авторитетная в деловых кругах личность, адресат доверяет источнику информации и т.д. Внушение – это коммуникативное воздействие, основанное на «отключении» воли, сознания адресата. Эту стратегию нередко используется в

рекламных письмах, авторы которых не приводят логические аргументы, а стараются создать у адресата необходимое настроение или впечатление;

– *принуждение* – в той или иной степени насильственная стратегия коммуникативного воздействия. Она реализуется преимущественно в управленческих документах (приказах, распоряжениях и т.д.), где полностью оправдана с этической точки зрения существующей профессионально-деловой субординацией. Ее применение необходимо и в том случае, если имеет место нарушение закона, этических норм, принятых деловыми партнерами договоренностей;

– *заражение* – бессознательное, стихийное принятие личностью моделей поведения, психологического состояния другого человека. Автор делового письма может, например, «заразить» адресата стремлением как можно лучше, ответственно, «с душой» выполнить совместный интересный и взаимовыгодный проект.

Успешному письменному профессионально-деловому взаимодействию могут препятствовать такие коммуникативные барьеры:

– *коммуникативно-речевые барьеры*, возникающие а) из-за большого количества грамматических, стилистических и т.п. ошибок, что в конечном итоге приводит к негативному восприятию как послания, так и его автора; б) в результате различия в системах значений слов; в) как следствие нарушения логики изложения (сложная, непонятная, неправильная логика рассуждения или аргументации);

– *когнитивные барьеры*: различия в уровне образования, глубине понимания проблемы, профессиональной подготовки; в когнитивных стилях общающихся, в том числе имеющие национально-культурную обусловленность;

– *барьеры социально-культурного различия*: социальные, политические, религиозные, профессиональные и т.д., которые приводят к расхождению в позициях, мнениях, точках зрения авторов, к «разночтениям» в трактовке одних и тех же понятий или слов;

– *психологические барьеры*, например: а) барьеры отношений (неприязнь, недоверие к партнеру, которое распространяется и на содержание, и на форму профессионально-делового текста); б) барьеры психологического взаимодействия, например: контрсуггестия – противовнушение (в противовес суггестии, воздействию), в которой выделяются такие виды психологической защиты, как избегание лишней информации, дополнительной активности и пр.; действие авторитета (избыточная доверчивость или отказ в доверии, например, неизвестному отправителю в ретиальной коммуникации).

В электронной профессионально-деловой коммуникации возникают специфические – технологические – барьеры: неумение пользоваться компьютером, интернет-связью и т.д.

Среди приемов преодоления психологических барьеров профессионально-деловой инфокоммуникации выделяют, например, управление вниманием: повторение информации, навязывание ритма (частота сообщений, сроки обратной связи и пр.), выделение важной информации в тексте (прямое – графическое выделение, и смысловое, косвенное). Преодоление технологических барьеров, безусловно, возможно лишь в том случае, если специалист освоит современные инфокоммуникационные технологии профессионально-делового взаимодействия.

Письменное профессионально-деловое взаимодействие будет более эффективным, если его участники обладают определенными социально-психологическими умениями (А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Н. Коновалова):

- психологически верно и адекватно ситуации начинать деловую переписку;
- правильно поддерживать и направлять коммуникацию, стимулировать активность партнера;
- психологически грамотно определять «точку» завершения профессионально-делового общения;
- корректно использовать социально-психологические характеристики партнера по общению, специфику коммуникативной ситуации;
- прогнозировать реакции партнеров на собственные действия;

- психологически настраиваться на эмоциональный тон общения;
- преодолевать барьеры в письменной профессионально-деловой коммуникации;
- мобилизоваться на решение коммуникативной задачи, достижение цели профессионально-делового общения.

2.4. Морально-этическая основа письменного профессионально-делового взаимодействия.

Владение нормами письменного профессионально-делового дискурса, сформированность коммуникативных умений – необходимые, но недостаточные условия эффективного делового общения. Если поведение человека не соответствует моральным принципам, этическим нормам, правилам делового этикета, его ждет и коммуникативная, и профессиональная, и личностная неудача. Совершенная форма будет представлять коммуникативно деструктивное содержание.

Под этикой (учение о морали, нравственности) ученые понимают систему норм, правил и принципов нравственного поведения людей, их общественный долг, обязанности по отношению друг к другу.

Термин этика (греч. ethika, от ethos – обычай) ввел Аристотель в работах «Этика», «Никомахова этика», «Евдемова этика», «Большая этика». В «Никомаховой этике» великий мыслитель советует своему сыну Никомаху заниматься только производством благ. Целью этики Аристотель считал формирование добродетельного гражданина государства, полагая, что главное в этике – это поступки. По Аристотелю, этику изучают не для того, чтобы знать, что такое добродетель, а для того, чтобы добродетельно поступать. Первый профессионально-этический кодекс – «Клятва Гиппократа». Известны также кодексы ремесленнических цехов XI – XII вв., в которых были изложены основы нравственного отношения к профессии, клиентам, коллегам по цеху. В России традиции этического делового поведения всегда были очень сильны: честное слово купца веками заменяло письменные договоры и соглашения.

В этических нормах закреплены представления людей о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Нормы, правила и принципы нравственного поведения в профессионально-деловом взаимодействии получили название этики делового общения. Деловая этика не возникла из личных побуждений какого-то человека, это объективное условие, обеспечивающее саму возможность взаимодействия людей.

Нормы деловой этики – ценности профессионального и межличностного взаимодействия, которыми должны руководствоваться сотрудники организации в своей деятельности. Правила деловой этики – права, обязанности сотрудников и ответственность за неисполнение обязанностей или превышение прав. Правила запрещают дискриминацию по таким признакам, как социальное происхождение, имущественное положение, стаж работы, убеждения, партийная принадлежность, национальность, инвалидность, раса, язык, цвет кожи, религия, пол, половая ориентация и т.д.

Принципы морально-нравственного общения составляют его коммуникативный кодекс. В основе этого кодекса – максимы, сформулированные Г.П. Грайсом и Дж. Н. Личем и сразу же получившие широкое общественное признание. В коммуникативный кодекс письменного профессионально-делового общения можно включить такие принципы:

Максима полноты информации: деловое письмо не должно содержать больше информации, чем требуется, и меньше, чем требуется; в деловом документе должна быть изложена вся информация, необходимая для заключения контракта, осуществления совместного проекта, успешной, взаимовыгодной деятельности.

Максима качества информации: не следует приводить в деловом письме или документе непроверенные, а тем более заведомо ложные факты, сведения.

Максима релевантности: в деловом письме, в особенности официальном, не следует отклоняться от темы.

Максима манеры изложения: нужно выражаться ясно, кратко, быть организованным. В деловом письме не стоит злоупотреблять клишированными выражениями, узкоспециальной терминологической лексикой, иностранными словами, нагромождать номинализации и цепочки родительных падежей.

Максима такта, уважения к адресату в деловом письме проявляется как в выборе языковых средств, так и на дискурсивно-стратегическом уровне. Даже в письме давнему деловому партнеру нужно быть внимательным, выбирая слова с оценочной семантикой (ср.: *скоропалительный ответ – молниеносная реакция*). Особой осторожности требует использование местоимений *он/она/они*, которые, по мнению исследователей, обезличивают субъекта действия, придавая письму оттенок фамильярности. Если деловое письмо посвящено разрешению проблемной ситуации, которая возникла между деловыми партнерами, лучше выбирать пассивные модификации моделей (ср.: *Вы не прислали нужные документы вовремя. – Необходимая документация не была доставлена в срок*). Если автор письма не готов принять деловое предложение, сделанное адресатом, специалисты советуют: прежде чем отказаться от предложения, нужно объяснить причины своего решения и найти другие способы решения проблемы адресата. Не следует диктовать адресату, что ему нужно сделать: *Просим рассмотреть и утвердить предложенный проект, смету и т.д.* Уважение к адресату проявляется и в оформлении послания: оно обязательно должно быть напечатано, рукописной может быть только коротенькая служебная записка коллеге («мемо»).

Максима великодушия, необременения собеседника. Не следует «засыпать» адресата многочисленными предложениями, запросами, сообщениями. Письмо должно быть направлено в том случае и в тот момент, когда это действительно необходимо для успеха делового предприятия.

Максима согласия предполагает отказ от конфликта для сохранения общения и для решения проблем.

Максима симпатии, благожелательности выражается в необходимости следования правилам этикета, использования этикетных формул, вводных слов и предложений, которые дают возможность сделать деловое письмо менее категоричным, сухим, выразить симпатию к адресату.

В настоящее время активно изучается такое относительно новое для российской действительности явление, как корпоративная этика. Этика корпорации (организации, предприятия, фирмы) заключается в «фирменных» традициях, символах, легендах, которые устно передаются каждому новичку: сообщается о правилах поведения и «по вертикали», и «по горизонтали». Правила корпоративной этики устанавливают принятые критерии «правильного» и «неправильного» поведения в организации. «Правильное» поведение всеми одобряется, это залог помощи и поддержки человека, если он окажется в трудной ситуации. «Неправильное» поведение коллектив карает равнодушием, изоляцией, отказом в помощи, презрением и насмешками. Нарушение этих неписаных законов может происходить в результате плохого воспитания, незнания общепринятых норм, но может происходить и намеренно. В последнем случае человек ставит себя вне правил, что социально не одобряется.

Под *речевым этикетом* (фр. *etiquette* – ярлык, этикетка) понимаются правила речевого поведения, регулирующие внешнее проявление отношения к людям, установленный порядок поведения в обществе, в коллективе, которые выработало общество в процессе своего развития. Понятия [этикет](#) и [этика](#) различаются по содержанию, но имеют единое, общее начало – морально-нравственную основу. Правила [этикета](#) часто называют «неписаными законами» общения, однако их соблюдение так же важно, как и следование языковым, речевым и текстовым нормам. Эти правила национально, социально обусловлены и исторически конкретны: блестящий эпистолярный стиль времен Людика XIV вызовет по меньшей мере недоумение у представителей современного бизнес-сообщества.

В.И. Максимов и [А.В. Голубева](#) выделяют следующие нормы [этикета делового письма](#):

1. Не допускайте ошибок в сведениях, относящихся к адресату письма.
2. Избегайте избыточной вежливости.
3. Не пишите малоинформативные письма-«отписки».

4. Не затягивайте с ответом.
5. При необходимости отказать партнеру предложите пути решения проблемы.
6. Избегайте резких и категоричных формулировок.

Соблюдение правил этикета делового письма является важнейшей составляющей культуры письменного делового общения и необходимым условием его успешности. Их нарушение воспринимается как неуважение, пренебрежительное отношение к адресату.

В письменном деловом общении выработана система этикетных формул: обращения и прощания, выражения просьбы, возражения, неудовольствия, комплимента, согласия и несогласия и т.д. Развернутые «этикетные компоненты» профессионально-деловых текстов получили название [ЭТИКЕТНЫХ БЛОКОВ](#). Эти формулы, «отшлифованные» и «проверенные» людьми в процессе многолетнего использования, позволяют автору делового письма существенно экономить время и творческие силы, сосредоточиться на информативно-содержательной составляющей текста. Правильное (грамотное, корректное и уместное) использование формул этикета делового письма создает у адресата позитивную установку на восприятие и самого сообщения и его адресата.

Ученые, политики, журналисты сегодня много спорят о том, являются ли этичными профессионально-деловые отношения среди современных российских предпринимателей. А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалов выделяют три вида «профессионально-деловой морали», действующей в российских деловых кругах: советскую, «дикого» рынка, собственно рыночных отношений.

Советская мораль, по мнению ученых, проявляется в тех случаях, когда в организации сохраняют такие принципы, как взаимная выручка, взаимопомощь, солидарное и бескорыстное поведение, товарищество, равная оплата за равный труд и т.д. Необходимо отметить, что многие из этих принципов прекрасно согласуются с принципами общечеловеческой морали и способствуют эффективной работе коллектива. Положительное влияние этики советского периода сказывается в том, что поведение руководства и сотрудников организации в большинстве российских организаций и сегодня оценивается по таким критериям, как гуманно – негуманно, справедливо – несправедливо, человечно – бесчеловечно и т.п. Но есть и такие принципы, опора на которые «рискованна» в современных условиях конкуренции.

Мораль «дикого рынка» диктует отношения по «законам джунглей» и «праву сильного»: нажива любой ценой, хищническая эксплуатация наемного труда, безразличие к людям, паразитизм и т.д. Большинство исследователей считает, что это явления переходного периода, которые скоро будут вытеснены принципами морали третьего типа – морали собственно рыночных отношений. Сторонники этой системы полагают, что для рыночных отношений не требуются любовь, симпатия, сострадание, достаточно уважения со стороны другого лица, признания его равным себе, отказа от нарушения его прав. В России этика убеждения уступает место этике ответственности.

Национальный фонд «Российская деловая культура» разработал документ «Двенадцать принципов ведения дела в России» (П.Н. Шихирев):

Таблица 5. Принципы деловых отношений в России.

№ п/п	Группы принципов	Принципы деловых отношений
1	Принципы личности	1. Прибыль важнее всего, но честь дороже прибыли. 2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения. Уважение и самоуважение даются выполнением принятых деловых обязательств. 3. Воздерживайся от насилия и угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.
2	Принципы профессионала	4. Всегда веди дело сообразно средствам. 5. Оправдывай доверие, в нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера. Будь таким, каким ты хочешь видеть своего лучшего партнера. 6. Конкурируй достойно. Не доводи

		деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки.
3	Принципы гражданина России	7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти. 8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов. 9. Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него неперменного общественного признания.
4	Принципы гражданина Земли	10. При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе. 11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодны всем. 12. Проявляй терпимость к представителям других культур, верований и стран. Они не хуже и не лучше нас, они – просто другие.

Таким образом, как мы видим, система законов и закономерностей, которым подчиняется письменная профессионально-деловая коммуникация, достаточно сложна. Но успешное письменное профессионально-деловое общение основывается не только на *знании* языковых, речевых, текстовых норм, усвоении морально-этических ценностей, правил делового этикета, но и на *умениях* их использования, что достигается в процессе целенаправленной методической работы.

2.5. Современные технологии культурно-языкового образования в сфере письменного профессионально-делового взаимодействия: общая характеристика.

[О.Я. Гойхман](#) и Т.М. Надеина, анализируя цели и сущность культуры общения как учебного предмета выделили четыре основных подхода к его преподаванию, которые получили наибольшее распространение в современной методике:

- *лингвистический*, при котором во главу угла ставится овладение нормами литературного языка и критериями культуры речи;
- *психологический*, в котором выделяются два основных направления – риторическое (успех коммуникации определяется такими характеристиками, как композиция, выбор языковых средств и т.д.) и деятельностное (в центре внимания – навыки и умения в основных видах речевой деятельности);
- *психологический*, при котором внимание сосредоточено на психологических механизмах взаимодействия людей;
- *комплексный подход*, затрагивающий различные аспекты культуры речевого общения.

Безусловно, в современных условиях комплексный подход является наиболее продуктивным. Что же такое комплексный подход к обучению культуре письменного профессионально-делового общения?

[Е.И. Пассов](#) сформулировал положение, которое сразу же нашло поддержку в российском методическом сообществе и стало аксиоматичным: «Культура через язык и язык через культуру». На смену концепции *обучения культуре речи* приходит *теория культурно-языкового образования* будущих специалистов. [Е.И. Пассов](#) выделяет следующие отличительные признаки новой – гуманистической – педагогической системы, целью которой является *образование личности*:

1) образование есть становление человека, целью образования может считаться только *homo moralis* – человек моральный, духовный, «человек с совестью», который различает добро и зло, сам формирует для себя нравственные предписания и требует от себя их выполнения;

2) образование – это развитие человека как субъекта культуры: культура – это индивидуально (лично) освоенные духовные ценности;

3) необходима переориентация образования со знаниецентрического на культуросообразное, которое сделает человека не только образованным, но и культурным, духовным, научит не мыслям, а мыслить, нацелит не на овладение готовыми знаниями, а на креативность;

4) тезаурус образования составляют такие понятия, как ценности и культура, духовность и нравственность, творчество и развитие, свобода и ответственность, общение и самоопределение.

Сходным образом характеризует развивающее, гуманистическое образование А.А. Леонтьев: как систему, в которой на первом месте стоит не накопление у учащихся знаний, умений и навыков в узкой предметной области, а «самостроительство» личности в процессе деятельности, как индивидуальной, так и коллективной.

[Е.С. Полат](#) обобщает результаты сравнительного анализа традиционной и новой систем образования в следующей таблице:

Таблица 6. Сравнительный анализ систем обучения.

Этапы познавательной деятельности	Традиционная знаниецентристская концепция	Гуманистическая концепция
Ознакомление с новым материалом	Объяснительно-иллюстративный, демонстрационный методы	Проблемное представление нового материала в виде проблемного изложения, либо в виде проблемной ситуации, проблемы для самостоятельного ознакомления индивидуально или в малых группах
Осмысление нового материала (формирование ориентировочной основы действий)	Фронтальная работа на закрепление нового материала (на практике этот этап часто опускается)	Фронтальная работа на проверку правильности понимания новых понятий. Рефлексия на основе индивидуальных или совместных действий для взрослых под руководством преподавателя
Формирование необходимых навыков, интеллектуальных умений	Фронтальная или индивидуальная работа	Обучение в малых группах сотрудничества
Творческое применение нового материала для решения заданных проблем, задач	Фронтальная или индивидуальная работа	Исследовательская, поисковая, проектная, творческая совместная деятельность, направленная на решение обсуждаемой проблемы
Анализ изучаемой информации	–	Индивидуальная или групповая работа в процессе исследовательской деятельности
Обобщение информации	–	Индивидуальная или групповая работа
Оценка информации, принятого решения	–	Индивидуальная или групповая работа в процессе обсуждения

Таким образом, система обучения культуре русскоязычного общения претерпела изменения на самом важном – методологическом – уровне: сегодня уже можно с уверенностью говорить о формирующейся культуроцентрической направленности методики, о принципе культуроцентризма как ведущем принципе обучения культуре русскоязычного общения, в том числе профессионально-делового. И с этих позиций принцип культуроцентризма становится объединяющим по отношению к принципам антропоцентризма и текстоцентризма, которые уже достаточно давно и активно разрабатываются российскими методистами. И это вполне обоснованно: человек говорящий и пишущий – это представитель определенного национального и социального лингвокультурного сообщества, носитель культурных норм и традиций. Текст/дискурс – бытовой диалог, научный текст, профессионально-деловой дискурс – всегда

имеет социально- и национально-культурную обусловленность как на уровне структуры и содержания, так и в сфере языкового оформления. В новых условиях особое значение приобретает принцип взаимосвязанного обучения – это соизучение русского языка, русскоязычного общения и русской культуры.

Еще один важный признак культурно-языкового образования – его междисциплинарность. В современных условиях овладеть культурой общения невозможно, выучив лишь правила орфографии и пунктуации. Общение, речь – сложные понятия, в которых свой предмет находят лингвистика, психология и социология (еще И.А. Бодуэн де Куртенэ говорил о безусловной психологичности и социологичности человеческой речи), психолингвистика, когнитивистика. На изучении общения и речи оказывают влияние антропология, культурология, этнография, эстетика, кибернетика, нейробиология, философия, математика (теория игр, теория катастроф, теория систем), логика (И.П. Сусов). Как пишет М.Л. Макаров, этот ряд настолько же легко продолжить, насколько трудно исчерпать.

Согласно перечисленным принципам, содержание обучения русскоязычному профессионально-деловому общению – это не только формирование необходимых языковых навыков и коммуникативных умений, но образование, развитие поликультурной коммуникативной личности специалиста. Именно поэтому цель современных учебных курсов, адресованных будущим специалистам, – не обучение «языку бизнеса», а образование: формирование умений корректного, толерантного, культуросообразного коммуникативного поведения в профессионально-деловой сфере, формирование толерантной коммуникативной личности будущего специалиста.

Для реализации этих целей в современной методике разработан богатый арсенал инновационных технологий, приемов, форм культурно-языкового образования. Под педагогической технологией понимается целенаправленное, последовательное описание деятельности учителя и учащихся в процессе достижения дидактических целей (Е.С. Полат). К основным педагогическим технологиям культурно-языкового образования в сфере письменного профессионально-делового взаимодействия можно отнести: *обучение в сотрудничестве*; дискуссии; ролевые, деловые игры проблемной направленности; метод проектов; ситуационный анализ; мозговые атаки; лекции разных типов; инфокоммуникационные технологии. Безусловно, эти технологии обладают разной значимостью в системе культурно-языкового образования в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации, они направлены на решение различных методических задач. Кратко охарактеризуем некоторые наиболее продуктивные технологии и постараемся определить «сферу их методического применения» в обучении культуре письменной профессионально-деловой коммуникации.

Обучение в сотрудничестве (cooperative learning) – обучение в малых группах, где совместными усилиями учащиеся и преподаватель, используя различные методы, средства обучения, решают те или иные дидактические задачи. Эта педагогическая технология заключается в следующем: формируется группа учащихся (4 – 8 человек), обладающих разным уровнем обученности. Преподаватель объясняет новый материал (например, в форме эвристической лекции) и предлагает группе постараться разобраться в этом материале, понять все детали, закрепить полученные знания. Каждому члену группы предлагается задание (часть общего задания группы), после выполнения которого проводится общее обсуждение. Такая работа может проходить и в командно-игровой форме: в форме турниров и конкурсов.

Разновидность обучения в сотрудничестве – *метод пилы* (Jigsaw): формируется несколько малых групп, каждый член группы получает индивидуальное задание (часть общего задания), после выполнения которого участники, ставшие «экспертами» в своих вопросах, объединяются в подгруппы по изученным вопросам. Они знакомят друг друга с полученной информацией, отвечая на вопросы, затем возвращаются в исходные группы и делятся своими новыми знаниями с группой. Далее происходит изучение следующей группы вопросов, снова встречаются эксперты и затем обмениваются знаниями с группой, в результате получается работа, напоминающая движение пилы (в одну сторону – в другую сторону).

Такая технология дает хорошие результаты при овладении знаниями – по истории русскоязычной письменной деловой коммуникации, о морально-этических основах профессионально-деловой коммуникации, их социально- и национально-культурной обусловленности и т.п. Каждый из членов

малой группы имеет возможность более детально проработать какой-либо аспект темы и обсудить эту информацию с другими членами группы – в результате получается подробное и всеобъемлющее освещение пройденной темы, причем большинство знаний «добыто» самими студентами. Эта технология может применяться и для автоматизации языковых навыков, например, навыков редактирования служебных документов: каждый участник готовит проект документа, затем происходит редактирование текста другими студентами (взаиморедактирование) и обсуждение результатов работы группы.

Дискуссия (от лат. *discussio* – исследование, рассмотрение, разбор) – публичный спор, целью которого является выяснение и сопоставление различных точек зрения, нахождение правильного решения спорного вопроса ([Е.С. Полат](#)). Основное в этом обучении – проблема обсуждения, которую можно «предъявить» разными способами: в виде видеоклипа, видеофильма, аудиоматериала, статьи из газеты или журнала, описания реально произошедшего случая. Выделяют следующие «уровни проблемности»:

- проблемное изложение учебного материала;
- представление проблемной ситуации и совместное рассмотрение со студентами;
- представление проблемной ситуации и самостоятельное обсуждение проблемы студентами;
- нахождение и формулировка проблемы студентами с последующим самостоятельным обсуждением.

Дискуссии дают хорошие результаты не только при овладении необходимыми знаниями, но и при формировании убеждений в необходимости руководствоваться этическими нормами, моральными принципами письменного профессионально-делового общения, правилами этикета делового письма, при формировании умений толерантного межкультурного профессионально-делового взаимодействия и т.д.

Ролевые и деловые игры в методической литературе принято различать. Ролевые игры – это различные инсценировки, драматизация и др. По уровню самостоятельности играющих (заданность/незаданность ситуации и развития сюжета), по субъекту управления (преподаватель/самоконтроль играющих), по характеру ролей (собственные статусные и позиционные роли/вымышленные персонажи) выделяют два основных типа: коммуникативные ситуативно-ролевые игры, профессиональные (деловые) ролевые ситуативные игры, имитирующие ситуацию трудовой деятельности персонажей (Н.Г. Барышникова). В свою очередь, деловые игры подразделяют на имитационные, организационные, управленческие и пр. Деловая игра – более сложный метод обучения, связанный с предметом будущей профессиональной деятельности студентов. Деловая игра представляет собой имитационную модель реальных жизненных ситуаций и реальных проблем, требующих решения. Таким образом, она служит достижению дидактических и воспитательных целей обучения – воспитывает способность самостоятельно принимать решения и находить пути их реализации, способствует обогащению знаний, выработке коммуникативной компетенции, закреплению необходимых знаний, навыков, умений, является эффективным средством промежуточного и итогового контроля.

Инфокоммуникационные технологии, прежде всего мультимедиа и интернет-технологии, позволяют обеспечить индивидуализацию, интерактивность обучения, моделировать специальную обучающую среду. Они могут с успехом использоваться на любом этапе обучения культуре письменного профессионально-делового общения. Тренировочные компьютерные программы позволяют добиться нужной степени автоматизма в использовании норм письменного профессионально-делового дискурса, правил этикета делового письма и т.п. Контролирующие программы (компьютерные тесты) позволят получить объективные и точные результаты учебных достижений студентов.

Более подробно перечисленные технологии мы проанализируем при рассмотрении отдельных аспектов культурно-языкового образования будущих специалистов в сфере письменного профессионально-делового взаимодействия.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема II: «Культура современного русскоязычного письменного профессионально-делового общения: общее понятие, основные составляющие, современные методы и формы обучения».

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определение понятий *культура, культура общения, культура письменного профессионально-делового общения*.
2. Что такое речевая культура специалиста в сфере профессионально-делового письма?
3. Как вы понимаете термин *профессионально-коммуникативная инкультурация личности*?
4. Что такое *норма*? Какие виды норм вы знаете? Кратко охарактеризуйте их.
5. Какие компоненты включает коммуникативный аспект культуры письменного профессионально-делового общения? Дайте их краткую характеристику.
6. Что такое *перцепция*? В чем заключается специфика перцепции в письменном профессионально-деловом общении? Какие психологические эффекты оказывают влияние на перцепцию?
7. Что такое *самопрезентация*? Каковы особенности самопрезентации в письменной профессионально-деловой коммуникации? Какие же качества деловые партнеры могут продемонстрировать в деловых письмах посредством самопрезентации?
8. Что такое *нормы деловой этики*? Перечислите основные принципы, которые составляют коммуникативный кодекс письменного профессионально-делового общения.
9. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные правила этикета делового письма.
10. Какие подходы к обучению культуре профессионально-делового общения вы знаете? Кратко охарактеризуйте и оцените их. Аргументируйте свою оценку.
11. Как вы понимаете термин *культурно-языковое образование будущих специалистов*?

Практическое занятие: Круглый стол «Основные барьеры письменной профессионально-деловой коммуникации и способы их преодоления».

Самостоятельная работа: Подготовка к проведению круглого стола (работа в малых группах сотрудничества).

Тема III: «Русскоязычный профессионально-деловой дискурс в лингводидактическом измерении»

- 3.1. Классификация письменных профессионально-деловых текстов: существующие подходы к классификации, классификация деловых писем и документов в лингводидактических целях.
- 3.2. Основные жанры деловых писем.
- 3.3. Основные жанры деловых документов.
- 3.4. Составление и оформление профессионально-деловых текстов.



«Деловые письма предназначены не для того, чтобы вызвать восхищение читателя, а чтобы его убедить и победить...»
Из французского пособия деловым людям

Классификация письменных профессионально-деловых текстов: существующие подходы к классификации, классификация деловых писем и документов в лингводидактических целях. Основные жанры деловых писем. Основные жанры деловых документов. Составление и оформление профессионально-деловых текстов.

3.1. Классификация письменных профессионально-деловых текстов: существующие подходы к классификации, классификация деловых писем и документов в лингводидактических целях.

Эффективность обучения русскоязычному письменному профессионально-деловому общению зависит от качества лингводидактического измерения и описания профессионально-деловых текстов: любое, самое совершенное методическое построение невозможно без прочного лингвистического фундамента.

Профессионально-деловые тексты анализируют и систематизируют с разных позиций, разработаны десятки классификаций деловых писем и документов. Выделяют коммерческую, предпринимательскую документацию; документацию для внешнего, внутреннего, «служебного» пользования; деловые письма, требующие и не требующие немедленного ответа и т.д. Письма классифицируют по содержательной направленности и содержательной сложности, цели, функциональным признакам, распределяют по таким основаниям, как технология, производство, оборудование и т.д. Подход к классификации профессионально-деловых текстов определяется ее целью: научной (изучение структуры, содержания, основных признаков и т.д.) или прагматической (правильная организация документооборота, удобство систематизации, хранения, инвентаризации писем и документов и т.п.).

Лингводидактическая классификация необходима преподавателю для того, чтобы определить типовые схемы (содержательные и композиционные), по которым «строятся» деловые письма и документы, установить дискурсивные стратегии и тактики, которые используют их авторы, а также языковые средства (лексические и грамматические), которые должен знать будущий специалист, чтобы научиться составлять и понимать профессионально-деловые тексты.

Письменные профессионально-деловые тексты делятся на два обширных класса: профессионально-деловая корреспонденция (профессионально-деловые письма) и документация

(документы). Каждый класс представлен системой жанров. Под *речевым жанром* понимают совокупность текстов, объединенных прагматическими установками, спецификой языковых средств, коммуникативными целями, концепцией адресата ([Э.Г. Азимов](#), [А.Н. Щукин](#)). Лингводидактические классификации деловых писем и документов различаются, потому что различны цели, которые ставят перед собой их авторы, различны признаки, функции писем и документов в профессионально-деловой коммуникации и их юридический статус: документ может использоваться в качестве письменного доказательства в суде в случае возникновения спорных случаев, а деловые письма такими характеристиками не обладают.

3.2. Основные жанры деловых писем.

Под *деловым письмом* понимается профессионально-деловой текст, который служит для связи организации с внешними структурами (В.И. Максимов, А.В. Голубева). Существует множество жанров деловых писем: письмо-предложение, благодарность, рекламация и т.д. В рамках каждого жанра выделяются жанровые разновидности: например, в письме может содержаться предложение о поставке товаров или услуг, об организации совместной выставки-презентации и т.п. Вместе с тем можно найти общие признаки, которые позволят объединить десятки деловых писем в классы, определить типовые схемы их смысловой организации и композиционного оформления, установить типовые языковые средства, которые авторы используют для их создания.

К важнейшим в методическом отношении признакам профессионально-делового письма относится его **функция**. Как справедливо отмечает А.В. Бондарко, функция языковой или речевой единицы – отражение коммуникативной цели говорящего или пишущего. От того, какую цель ставит перед собой автор делового письма (убедить в чем-либо, побудить к выполнению какой-либо деятельности, проинформировать и т.д.), зависит выбор дискурсивной стратегии, а следовательно, структура текста, типы предложений и микротекстов, способы связи между ними. Например, в письме-предложении нужно не только охарактеризовать содержание и цели деятельности, но и аргументировать ее целесообразность и привлекательность для адресата, используя соответствующие модели предложений, средства связи и т.п. Если же цель автора – проинформировать о чем-либо (к примеру, в ответе на [письмо-запрос](#)), стратегии аргументации или убеждения не используются, текст делового письма будет представлять собой описание факта, действия, события и т.п. Методически более правильно говорить не о функции, а о **функционально-целевой направленности делового письма**, которое, как и любой другой текст, реализует не одну, а целое поле функций. Тем не менее всегда можно выделить основную цель автора и, соответственно, основную функцию текста. По *функционально-целевой направленности* деловые письма можно подразделить на такие классы:

– в деловых письмах с *волеутивной* (от франц. volitif – намерение, желание) функционально-целевой направленностью выражено побуждение адресата к совершению какой-либо деятельности или действию: например, просьба к адресату предоставить необходимую информацию ([письмо-запрос](#)). Волеутивную направленность имеют также [предложение \(оферта\)](#), [просьба](#), жалоба, [рекламация](#), [приглашение](#), [заказ](#), предупреждение, отказ, согласие;

– в деловых письмах с *комиссивной* (от англ. commitment – обязательство) функционально-целевой направленностью выражено обещание, обязательство автора выполнить какую-либо деятельность, оказать услугу, своевременно оплатить счет и т.п. ([гарантийные письма](#), письма-извинения);

– основная цель авторов деловых писем с *апеллятивной* (от англ. appeal – воззвание, призыв) функционально-целевой направленностью – вызвать у адресата необходимую ответную реакцию; примерами таких писем являются рекламные письма, [письмо-благодарность](#), поздравление;

– деловые письма с *информативно-констатирующей* функционально-целевой направленностью составляются для того, чтобы констатировать свершившийся факт, проинформировать адресата о событии, действии (например, информационное, [сопроводительное письмо](#), [письмо-подтверждение](#), напоминание, [извещение](#), [меморандум](#)).

Методической ценностью обладает признак деловых писем, который называется «одноаспектность/многоаспектность». Одноаспектным, или простым, называют письмо, которое состоит только из одной смысловой части: например, письмо-просьба без обоснования. Такие письма составляют в ситуациях профессионально-делового общения, которые не требуют изложения сложных в административном или юридическом отношении вопросов. Многоаспектные письма (их еще называют «сложными») состоят из двух, трех и более смысловых частей. Эти письма создаются в случаях, когда нужно детально описать ситуацию, дать ее анализ, обосновать выводы или предложения. Один и тот же жанр профессионально-деловой корреспонденции может быть представлен как простыми (одноаспектными), так и сложными (многоаспектными) письмами. Например, сопроводительное письмо может представлять собой только сообщение о высылке какой-либо продукции, материалов, документов. Но в нем также может быть изложена просьба рассмотреть их, дать отзыв, экспертное заключение и т.п. Поэтому методически целесообразно установить полную типовую схему смысловой организации и композиционного оформления писем определенного жанра, обучить студентов составлять письма, включающие все возможные смысловые и композиционные компоненты, а затем – письма с разным количеством частей в зависимости от цели и ситуации профессионально-делового общения.

Признаком делового письма, который также обладает большой методической значимостью, является *содержание*. В рамках каждого жанра можно выделить жанровые разновидности деловых писем, которые раскрывают разные темы и поэтому имеют разное содержание. Например, автор сопроводительного письма может сообщить о высылке товаров, материалов, документов и т.д. В функциональном, композиционном отношении письма будут одинаковыми, но для того чтобы составить каждое из таких писем, студент должен знать соответствующую лексику: названия товаров, их свойств, качеств, количественных характеристик (вес, размер и т.п.) или наименования документов и их значимых признаков (количество страниц, экземпляров, приложений, копий и т.д.). Установление типовых логико-смысловых схем, в соответствии с которыми составляют письма той или иной жанровой разновидности, дает возможность преподавателю выделить языковой материал, которым должны овладеть будущие специалисты.

К методически значимым признакам профессионально-деловых писем относится *композиция*. Регламентированность, обязательность композиционной структуры профессионально-делового текста – его отличительная черта: такой жесткой заданности нет ни в научном, ни в разговорном, ни в публицистическом дискурсе. Вместе с тем по сравнению с авторами деловых документов авторы деловых писем более свободны в выборе дискурсивной стратегии, языковых средств, композиционной схемы оформления текста. Поэтому в композиционной структуре профессионально-делового письма целесообразно выделить а) инвариантные компоненты, которые предписаны стандартами и другими нормативными документами, и б) вариативные компоненты, которые составляет сам автор.

К инвариантным компонентам относятся [реквизиты делового письма](#), т.е. обязательные признаки, установленные государственным стандартом для отдельных видов документов. Совокупность реквизитов составляет [формуляр делового письма](#). Н.Л. Колесникова выделяет следующие реквизиты:

Таблица 1. Реквизиты делового письма

1. Данные об отправителе, часто называемые «шапкой» письма: имя отправителя (в личном деловом письме) или название фирмы, почтовый адрес, номера телефона / телефонов, факса, телекса, адрес электронной почты в Интернете).
2. Дата письма.
3. Внутренний адрес (название и почтовый адрес получателя письма).
4. Вступительное обращение.
5. Заголовок письма.
6. Текст письма.
7. Заключительная формула вежливости.

8. Подпись составителя письма.

К вариативным составляющим композиции относится компонент, который в формуляре обозначается как *текст письма*. Это самый объемный и содержательный компонент, который может иметь различное композиционное оформление. В. Одинцов выделяет следующие разновидности композиционного оформления: индуктивный (от частного – к общему), дедуктивный (от общего к частному), традуктивный. Индуктивный и дедуктивный типы характерны для писем с волюнтивной и комиссивной функционально-целевой направленностью. Традуктивный тип композиции характерен для профессионально-деловых писем с информативно-констатирующей и апеллятивной направленностью.

Методически значимы также *социальные характеристики участников* письменной профессионально-деловой коммуникации – автора и адресата. Социальный статус участников и степень социальной дистанции между ними позволяют подразделить профессионально-деловые письма на официальные (регламентированные) и полуофициальные (нерегламентированные). Этот параметр определяет степень свободы автора в выборе дискурсивной стратегии и схемы оформления письма, общую тональность текста, выбор необходимых вариантов из лексических и синтаксических синонимов.

Кратко охарактеризуем основные жанры деловых писем.

Письмо-просьба составляется с целью побуждения адресата к совершению каких-либо действий, улучшения условий работы или бытовых условий, для получения финансовой помощи и т.п.:

Общественная организация "Здоровье херсонцев"

Просьба Херсонского государственного аграрного университета провести занятия с сотрудниками

УКРАЇНА
Міністерство аграрної політики
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
73006, м. Херсон, вул. Р.Люксембург,
23
тел./факс: 26-32-89
Email: hgau@selena.kherson.ua
Управління Держказначейства
в Херсонській області
р/р 39211000210001 МФО 852010,
Код 22762213
Для агроуніверситету р/р
07060228000019/1



UKRAINE
KHERSON'S AGRARIAN
STATE UNIVERSITY
73006, Kherson, str. R.Luxemburg,
23
tel/fax: 26-32-89
E_mail: hgau@selena.kherson.ua
The State Treasury Board
In Kherson Region
S/a №: 3921100021000
MFO 852010, Code: 22762213
For agrarian university s/a
07060228000019/1

12.04.2004 № 65-05

Председателю городской
общественной организации
"Здоровье херсонцев"
Лебедеву А.П.

Администрация Херсонского государственного аграрного университета
просит Вас провести занятия по здоровому образу жизни среди сотрудников
университета.

Ректор университета
академик УААН



В. А. Ушкаренко

Рис. 1. Письмо-просьба.

Такие письма, как правило, многокомпонентны: за изложением просьбы следует ее обоснование: изложение причины, побудившей обратиться с просьбой, далее описывается ожидаемый результат, если просьба будет удовлетворена, готовность к дальнейшему сотрудничеству.

Цель письма-запроса – получение от адресата необходимой информации. Эти письма также обязательно включают аргументативный компонент, в котором обосновывается правомерность обращения: указываются причины, возможные направления использования полученной информации. Типичные для писем-запросов языковые средства: *просим направить / выслать/ предоставить сведения /информацию/ данные о... и т.д.:*

Общество с ограниченной ответственностью "Сибирская тройка"

636070, Россия, г. Северск Томской области, ул. Солнечная 14 кв. 66

ИНН/КПП 7024017944/702401001

телефон (3823) 52-72-05

52-99-68

факс

52-75-95

Исх. № 11 от 29.03.2005

Руководителю ООО «Фирма БИР ПЕКС»

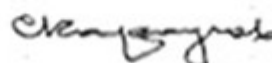
На № _____ от _____

Кикель В. А.

В связи с возникшими вопросами эксплуатирующей организации (МГЖХ ЗАТО Северск) по поводу эксплуатации трубопроводов фирмы «Бир Пекс» просим дать официальные разъяснения по срокам эксплуатации труб БИР ПЕКС (класс прочности PN 20,0) при температуре теплоносителя 90°C и рабочем давлении 4 кгс/см² в закрытом контуре теплоснабжения.

Приложение: Письмо ИКИНИИ «САНТЕХНИИПРОЕКТ» на 2-х листах

Директор ООО «Сибирская тройка»



С.А. Караулов

Гарбузов А. А.
(3823) 52-75-95 факс
29.03.05

Рис. 2. Письмо-запрос.

В ответе на запрос в случае, если продавец не может сразу выслать покупателю предложение, он направляет ему письмо, в котором сообщает необходимую информацию, в частности:

- принятие вопроса к рассмотрению;
- выяснение возможностей поставки интересующего покупателя товара;
- отказ поставить интересующий покупателя товар;
- изменение условий запроса (например, изменение количества товара, модели, марки, сроков поставки и др.);
- обещание направить предложение на поставку интересующего покупателя товара.

Если продавец может сразу удовлетворить просьбу покупателя и поставить интересующий его товар он направляет предложение (оферту).

В письме-предложении (оферта) выражается намерение автора о совместном сотрудничестве с адресатом в сфере производства, распространения товаров, оказания услуг, проведения мероприятий. Типичные языковые средства оформления такого делового письма: *предлагаем..., имеем честь предложить..., обращаемся с предложением о ..., высылаем перечень предложений и т.п.:*

Утверждаю
Генеральный директор
ООО «ИнфоЛада»
Ю. Н. Перевалов
« февраль 2007 г.



ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА о предоставлении услуг передачи данных

Общество с ограниченной ответственностью «ИнфоЛада», именуемое в дальнейшем по тексту договора «Оператор» предлагает пользовательское обслуживание в соответствии с Лицензией № 43700 Федеральной службы по надзору в сфере связи Министерства информационных технологий и связи Российской Федерации на осуществление деятельности в области оказания услуг связи по передаче данных, именуемых далее по тексту договора «Услуги», любому физическому лицу, именуемому далее по тексту договора «Пользователь», обратившемуся к Оператору с предложением заключить договор на оказание услуг передачи данных. В соответствии со статьей 438 Гражданского Кодекса Российской Федерации заключение Пользователем договора означает безусловное принятие (акцептом) последним условий настоящей публичной оферты.

1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ.

- 1.1. «Договор» - настоящий документ, а также все приложения, изменения и дополнения к нему, оформленные и доведенные до сведения Пользователя в соответствии с условиями настоящего документа. Настоящие условия являются публичной офертой. Любая ссылка в настоящей публичной оферте на Договор (Статью Договора) и/или его условия, означает соответствующую ссылку на настоящую публичную оферту (ее Статью) и/или ее условия.
- 1.2. «Пользователь» - физическое лицо, заказывающее и принимающее услуги Оператора на настоящих Условиях и совершившее акцепт, в порядке, предусмотренном Статьей 3, в результате которого настоящий Договор считается заключенным между данным лицом и Оператором.
- 1.3. «Оператор» - общество с ограниченной ответственностью «ИнфоЛада», оказывающее услуги передачи данных любому физическому лицу.
- 1.4. «Стороны» - Оператор и Пользователь, упоминаемые в Договоре совместно. Оператор и Пользователь по отдельности могут также именоваться «Стороной».
- 1.5. «Тариф», «тарифный план обслуживания» - способ определения размера платы за оказываемую Оператором Услугу (оказываемые Оператором услуги) для различных вариантов пользования услугами и означает совокупность ценовых условий, на которых Оператор предлагает пользоваться одной либо несколькими услугами.
- 1.6. «Услуга» - услуги передачи данных, которые оказываются Оператором Пользователю посредством коммутируемого доступа к сети передачи данных (Интернет).
«АОН-лайн» - услуга коммутируемого доступа к сети Интернет с использованием модема и телефонного соединения посредством выделенного Пользователем абонентского номера.
«Регистрация на услугу «АОН-лайн» - совершение действий, направленных на авторизацию Пользователя услугой, позволяющих идентифицировать Пользователя.
- 1.7. «Интернет-карта», «карта оплаты» - карта оплаты с указанным на ней номиналом – размер авансового платежа, который подтверждает карта, серийным номером, уникальными идентификационным номером, сроком действия карты, являющаяся средством уведомления Пользователем Оператора о произведенном платеже на сумму номинала карты оплаты для поощрения лицевого счёта Пользователя.
«Активация карты оплаты» - совершение действий, направленных на зачисление денежных средств в сумме, равной указанному на карте оплаты номиналу, на лицевой счёт Пользователя.

Рис. 3. Оферта (письмо-предложение).

Письмо-предложение может быть дополнено просьбой, предложением, замечаниями или указаниями.

В письме-жалобе выражается побуждение адресата к действию, а в качестве аргумента приводится негативная оценка факта, события и т.п.:

Президенту Национального Экспертного
Совета по Качеству
Яковлеву А.В.

Уважаемый Андрей Владимирович!

Хотим обратить Ваше внимание на недобросовестность некоторых организаций по сертификации, которые своей деятельностью вводят в заблуждение потребителя и дискредитируют сертификацию. Также хотим предостеречь организации от контактов с подобными организациями.

Мы являемся ведущим производителем лакокрасочных материалов с многолетней историей, и качество продукции и всей работы является для нас неоспоримым приоритетом, поэтому в 1998 году мы внедрили в своей организации Систему качества по международным стандартам серии ИСО 9000. Эффективность работы Системы мы подтвердили сертификатом соответствия в ходе проверки экспертами системы ГОСТ Р.

В 2003 году после перехода на новую версию стандартов мы успешно прошли ресертификацию Системы качества после серьезной работы и подготовки и получили сертификат ГОСТ Р ИСО 9001-2001.

В августе этого года истекает срок действия нашего сертификата, и мы решили по определенным причинам обратиться в другой орган по сертификации.

При выборе рассматривалось несколько организаций, в том числе некая [REDACTED]. Нас крайне удивил их подход к проведению сертификации, который в корне противоречит тому порядку, которого придерживается весь цивилизованный рынок.

В ходе переговоров выяснилось, что вся процедура прохождения сертификации сводится к предоставлению сведений об организации и перечислению небольшой суммы денег на счет компании, и в течение месяца они обещают уже оформленный сертификат, причем сразу оговорились, что есть возможность сократить срок оформления до 3-х дней!!!

Ни о какой проверке даже речи не велось, документы не рассматриваются, эксперты на проверку не выезжают, сертификат оформляется формально. При вопросе об инспекционных проверках нам пояснили, что они проходят в том же порядке, то есть формально. Получается, что совершенно не важно, какого качества у тебя продукция и на каком уровне находится управление производственными процессами, плати деньги и получай свой сертификат. Становится обидно за потребителя, который поверит такому сертификату, и за организации, которые лишились возможности оздоровить систему управления и повысить эффективность своей работы, соблазнившись такими вот «деятелими от сертификации» возможностью легкого получения сертификата.

Надеемся, что с Вашей помощью подобные нарушения станут известны общественности и Вы примените санкции к подобным организациям, так как считаем сложившуюся ситуацию в сфере сертификации недопустимой и неприемлемой.

С уважением,
Генеральный Директор
ОАО «Юнист»
А.Р. Гнездилов

Письмо передано в прокуратуру

Рис. 4. Письмо-жалоба

Письмо-рекламация содержит негативную оценку деятельности партнеров, а побуждение адресата к действию оформляется как требование возместить убытки, нанесенный ущерб или как требование о расторжении деловых отношений.

Рекламации могут быть предъявлены в отношении качества и количества товара, сроков поставки, упаковки, маркировки, платежа и других условий контракта (договора). Письмо-рекламация включает такие компоненты:

- основание для предъявления претензии;
- аргументы: ссылки на нормативные акты и документы, например, на технические условия, акт экспертизы, акт приемки, акт испытаний, коммерческий акт и др.;
- конкретные требования стороны, предъявляющей претензию, например: требование замены некачественного товара качественным или уценки товара, в случае рекламации по качеству – требование допоставки недостающего количества товара, требование скидки с общей стоимости товара, требование расторжения контракта и возмещения убытков в связи с невыполнением контракта.

Для рекламаций типичны такие языковые средства: *направляем / заявляем рекламацию в отношении / на..., доводим до вашего сведения..., ставим вас в известность..., настаиваем на ликвидации последствий / возмещении... ущерба* и т.д.

Возможны следующие варианты ответа на письмо-рекламацию (В.В. Паневчик):

- если решение еще не принято, сообщается информация о принятии претензии к рассмотрению;
- если претензия удовлетворяется полностью или частично, указываются срок и способ ее удовлетворения. Если она не подлежит денежной оплате. При денежной оплате указываются признанная сумма, номер и дата платежного поручения;
- если претензия отклоняется полностью или частично, указываются мотивы отказа с соответствующей ссылкой на нормативные акты и другие документы, которые его обосновывают.

Результатом обоснованной рекламации может быть: замена дефектного товара новым; допоставка недостающего материала; процентная скидка со стоимости товара; уплата денежного штрафа, пени и неустойки.

Письмо-приглашение является важной частью делового этикета. Характер и уровень мероприятия, о котором в приглашении идет речь, диктуют форму и стиль письма-приглашения. Правила этикета требуют обязательного ответа на приглашение вне зависимости от желания и возможности адресата посетить мероприятие:



Рис. 5. Официальное письмо-приглашение

Если официально приглашается большое количество людей, используют как полностью готовые, напечатанные типографским способом тексты-приглашения, так и *трафареты*.

К «этикетным» деловым письмам можно отнести и [письмо-благодарность](#), в котором автор благодарит адресата за помощь, содействие, доброжелательное отношение. Благодарность может сопровождаться приглашением или заверением в дальнейшем сотрудничестве и поддержании деловых отношений:



Рис. 6. Благодарственное письмо

В информационных письмах сообщают о планируемых мероприятиях, изменениях в структуре, статусе, условиях работы партнеров и т.д., особая их разновидность – [циркулярные письма](#), которые рассылаются одновременно по нескольким адресам.

[Сопроводительные письма](#) составляют при отправке документов, товаров, рекламных материалов в тех случаях, когда необходимы дополнительные разъяснения к приложенным документам или если прилагаемые документы содержат несколько страниц. В остальных случаях адрес, дата и индекс указываются на документе. В сопроводительном письме, как правило, указывается, что именно отправлено адресату, и приводятся количественные (количество листов документов, наименований товаров и т.д.) или содержательные (тема рекламных материалов и т.п.) характеристики отправленного. Поскольку [сопроводительное письмо](#) подтверждает факт отправки каких-либо документов, оно является надежным средством контроля за соблюдением дисциплины и сохранностью документов. Как отмечает В.В. Паневчик, такие письма играют роль своеобразного ярлыка, этикетки, прикладываемой к отправляемым документам, и фиксируют факт отправки. Сопроводительное письмо состоит из двух частей: сообщение о высылаемом материале, уточняющие сведения:

Министерство образования и науки
Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО
ОБРАЗОВАНИЮ

КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ

640669, г. Курган, ул. Гоголя 25
тел. (3522) 43-26-52
факс (3522) 43-20-51

71-67-35 № 27.06.2005
На № _____ от _____

Государственный координационный
центр информационных технологий
Минобразования России

113447, Москва, Б.Черемушкинская
ул., 17А

Направляем в Ваш адрес документы для регистрации программной разработки
Расчет количества основного технологического оборудования поточной линии
«КОТОПЛ 1.0».

Приложение: ИКАП
РТО

– 3 экз.;
– 1 экз. на 5 страницах;

Конверт **формата А4** с марками (**на 13 рублей**) и обратным адресом.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Отрасли народного хозяйства, в которых может быть применена разработка: 05
Технические, 13 Педагогические.

Отрасли науки, в которых может быть применена разработка: 05.00.00 Технические
науки, 13.00.00 Педагогические науки.

Раздел журнала: Программное и информационное обеспечение отраслей народного
хозяйства. Машиностроение (Прикладное программное средство для проектирования
поточных линий механической обработки)

Субъект РФ: Курганская обл. (Уральский федеральный округ)

Ректор КГУ



/О.И. Бухтояров/

Исполнитель: Хрипунов С.В.
Телефон: (3522) 43-26-52
E-mail: SKhripunov@mail.ru

Рис. 7. Сопроводительное письмо

В письмах-подтверждениях удостоверяются полномочия человека или организации; подтверждаются получение отправленных адресатом документов, товаров, материалов (каталоги, прейскуранты, рекламные проспекты и т.п.) или достигнутые ранее (в личной беседе, по телефону или на переговорах) договоренности о проведении совещания, переговоров и т.п.:



Рис. 8. Письмо-подтверждение

Письма-напоминания направляются, когда не удается путем телефонных переговоров или личного контакта получить необходимый ответ. Такое письмо состоит из двух компонентов: а) напоминания о выполнении действий и б) мерах, которые будут приняты в случае невыполнения. Пометка «Вторично», помещаемая на поле письма, уже подчеркивает факт напоминания. В одном и том же письме часто выражается не только напоминание, но и требование выполнить обязательства.

Меморандум (сокращенно мемо – «записка для памяти, чтобы не забыть») – особый жанр письма, который используют сотрудники внутри организации. Эти письма менее формальны, но целесообразно включать в их структуру такие компоненты: автор, адресат, дата и время сообщения, контактный телефон или иной способ связи (в случае необходимости):

М Е М О Р А Н Д У М

DATE: November 20, 1996
TO: Котов Илья
FROM: Николай Пичугин
CC: Шахнина Татьяна

Уважаемый Илья!

Хочу сообщить тебе, что тобою на постоянной основе нарушаются одни из основных положений твоей должностной инструкции, а именно: а) предоставление клиентам всех необходимых консультаций; б) рассмотрение всех вопросов в вежливой форме; в) быть "гибким" и не терять самообладания. Ты хронически не выполняешь вышеуказанные требования, что влечет за собой просто огромное количество жалоб как со стороны наших клиентов, так и со стороны сотрудников РадиоПэйдж. При этом ты так и не сделал никаких выводов из наших многочисленных бесед на тему недопустимости выполнения тобой должностных обязанностей подобным образом.

Могу с уверенностью заявить, что твоя деятельность именно при общении с клиентами в рамках твоих должностных обязанностей нанесла большой урон имиджу компании, так как сотрудники нашего департамента призваны решать проблемы клиентов, а не выслушивать грубые, невежливые поучения о том насколько они неправы или в чем они виноваты.

Таким образом, от имени администрации РадиоПэйдж сообщая тебе о твоём неполном служебном соответствии.

Н. Пичугин

Озкая Илья
И. П.

20.11.96

Рис. 9. Меморандум («мемо»)

В [гарантийных письмах](#) подтверждаются намерения автора, данные им обещания (в том числе финансовые), согласованные и утвержденные ранее условия и т.д.:

Ф-10.1/1
общая

ГАРАНТИЙНОЕ ПИСЬМО АА

ЗАО «Корпорация ИНКОМ-Недвижимость» (далее – Общество), в лице _____
(фамилия, имя, отчество полностью)
действующего/ей на основании доверенности № _____ от «____» _____ 200__ года,
гарантирует гр. _____
(фамилия, имя, отчество полностью)
проживающему/ей по адресу: _____
(далее - Клиент) уплату денежных средств в размере, эквивалентном _____ (_____
_____) долларов США по курсу Банка России на день оплаты, в
случае неисполнения договора № _____ от «____» _____ 200 7 года по форме №
00 (далее - Договор) по вине Общества.
Уплата указанной денежной суммы производится в течение трех рабочих дней со дня предъявления
Клиентом настоящего гарантийного письма и экземпляра Договора Клиента.
Настоящее гарантийное письмо выдано «____» _____ 07 _____ 200 7 года, утрачивает
юридическую силу и подлежит возврату Обществу при наступлении любого из следующих условий: в день
исполнения Обществом своих обязательств по Договору; в день исполнения Обществом обязательства по
настоящему гарантийному письму; в случае прекращения действия Договора по вине Клиента.

Представитель
Общества


М.П. _____


Рис. 10. Гарантийное письмо

Рекламные (от лат. *reclamo* – выкрикиваю) письма занимают существенную часть деловой переписки современной фирмы или предприятия. Основные характеристики рекламных писем – лаконичность (в противном случае адресат может потерять интерес к предложению), диалогичность (автор всегда старается ориентироваться на конкретного адресата), мотивирующий характер (автор стремится к тому, чтобы вызвать у адресата нужную ответную реакцию):



Рис. 11. Рекламное письмо

В письмах-извинениях выражается сожаление по поводу какого-либо неблагоприятного события, факта, действия, кроме того, автор, как правило, берет на себя обязательства по ликвидации последствий происшедшего.

3.3. Основные жанры деловых документов.

Под *деловым документом* понимается текст, оформленный по установленным правилам и зафиксированный на разных носителях информации, необходимый для реализации управляющих воздействий

(В.И. Максимов, А.В. Голубева). Отличительным признаком деловых документов является то, что они обладают юридической силой и могут быть приняты в суде в качестве свидетельства, доказательства какого-либо факта или события профессионально-делового взаимодействия.

С точки зрения обучения продукции и рецепции деловые документы обладают существенной спецификой. Признак этих текстов, обладающий наибольшей методической значимостью, – степень «жесткости» структурной организации. Поэтому обучение составлению деловых документов предполагает овладение а) нормами их структурно-композиционного оформления; б) языковыми средствами (лексическими и грамматическими), необходимыми для составления (или заполнения) документов разных типов; в) правилами графического оформления; г) нормами и правилами документооборота.

По степени жесткости и обязательности следования нормам структурно-композиционного оформления деловые документы можно расположить в таком порядке:

Трафареты, использующиеся в наиболее типичных ситуациях делового общения. В трафаретном тексте напечатана постоянная, заранее известная информация и имеются пробелы для того, чтобы можно было вписать конкретные, переменные данные. В виде трафаретов чаще всего оформляют справки, контракты и т.п.

Анкеты представляют собой перечень заранее составленных и напечатанных вопросов или номинативных словосочетаний. В анкете каждый вопрос (словосочетание) начинается с новой строки, имеются пробелы для ответов:

В отличие от трафаретных текстов анкеты могут включать разные типы и разные формы вопросов. Как отмечалось, пункты анкеты могут также оформляться существительными и номинативными словосочетаниями (*имя, возраст, семейное положение, трудовой стаж и т.п.*). Примеры таких текстов – резюме, личный листок по учету кадров, анкета-опросник и т.п.:

АНКЕТА

«Диагностика организации коммерческой деятельности»

Какие службы, по Вашему мнению, должны принимать участие, в том числе и нести ответственность за решение ниже перечисленных задач (отметьте буквой «У», службы принимающие участие в решении задачи, буквой «С» — службу, ответственную за подготовку её решения)?

НАИМЕНОВАНИЕ ЗАДАЧИ	Служба маркетинга	Служба сбыта	Служба снабжения/закупок	Конструкторско-технологические службы	Служба внешнеэкономической деятельности	Планово-экономическая служба	ОТК	Производственные службы	Служба гарантийного обслуживания и сервисного сопровождения	Служба персонала	Другие (укажите)
Удержание и повышение степени преданности имеющихся Потребителей											
Привлечение новых Потребителей											
Фиксация запросов Потребителей продукции/услуг при их обращениях в структурные подразделения											
Составление планов продаж и производства/закупок в развернутом ассортименте											
Анализ ассортимента реализуемых видов продукции/услуг с учетом производственных, планово-экономических и рыночных показателей											
Разработка предложений по расширению/сужению ассортимента выпускаемой продукции/услуг											
Ценообразование на разных типах рынков и при разных видах и формах оплаты, разработка гибкой системы скидок											
Выполнение обязательств по заключенным с Потребителями договорам											
Организация эффективного взаимодействия с Партнерами (дилерами, дистрибьюторами и агентами)											
Организация эффективного участия в выставках и ярмарках.											

Рис. 12. Анкета

Трафаретные тексты и анкеты печатают на [бланках](#) – специальных листах бумаги с воспроизведенными типографским способом постоянными частями текстов.

В [таблицах](#) также представлена постоянная (в заголовках строк и граф) и переменная (в ячейках таблицы) информация. Переменная информация может быть выражена как в словесной, так и в цифровой форме. Таким образом чаще всего оформляют таблицы, расчетные ведомости, штатное расписание, графики отпусков и т.д.:

Наименование Бюро	Выручка по Бюро, руб. без НДС	Выручка по ООО "Промхимия", руб. без НДС	Выручка по ООО "Технокомп", руб. без НДС	Выручка по ООО "Реагент", руб. без НДС	Выручка по ООО "Полихим", руб. без НДС
Бюро 1	78 893 544,50	48 857 905,50	2 942 291,00	0,00	0,00
Бюро 2	23 100 454,00	15 063 040,00	0,00	0,00	0,00
Бюро 3	6 023 402,00	3 775 598,00	0,00	0,00	0,00
Бюро 4	87 751 382,20	34 369 130,00	0,00	0,00	0,00
Бюро ВС	2 120 969,50	503 382,00	0,00	0,00	0,00
Бюро ТБХ	21 179 153,02	0,00	0,00	14 713 988,78	5 374 821,20
ИТОГО	219 068 905,22	102 569 055,50	2 942 291,00	14 713 988,78	5 374 821,20

Выручка от реализации промышленной химии и ТБХ, руб	219 068 905,22
Выручка от реализации в адрес ООО "ПРОМХИМИЯ", руб	102 569 055,50
Выручка от реализации в адрес ООО "ТЕХНОКОМП", руб	2 942 291,00
Выручка от реализации в адрес ООО "РЕАГЕНТ", руб	14 713 988,78
Выручка от реализации в адрес ООО "ПОЛИХИМ", руб	5 374 821,20
Доля выручки в адрес ООО "ПРОМХИМИЯ" в выручке от реализации промышленной химии и ТБХ, %	46,8%
Доля выручки в адрес ООО "ТЕХНОКОМП" в выручке от реализации промышленной химии и ТБХ, %	1,3%
Доля выручки в адрес ООО "РЕАГЕНТ" в выручке от реализации промышленной химии и ТБХ, %	6,7%
Доля выручки в адрес ООО "ПОЛИХИМ" в выручке от реализации промышленной химии и ТБХ, %	2,5%

Рис. 13. Таблица

В текстах-аналогах (приказы, решения, постановления) нет заранее сформулированных и напечатанных компонентов. Но подобные тексты создаются в соответствии с едиными общепринятыми образцами и содержат стандартные, унифицированные языковые и графические компоненты.

Составные части документов – реквизиты – определяются рекомендациями ГОСТ 6.30-2003 «Унифицированная система организационно-распорядительной документации. Требования к оформлению документов». Для каждого типа документов устанавливается специфический набор реквизитов, который фиксируется в ГОСТе, Гражданском или Налоговом кодексах РФ, в других юридических актах. Система реквизитов составляет формуляр делового письма или документа. Перечень реквизитов представлен и подробно охарактеризован во многих теоретических исследованиях по документной лингвистике, в учебниках и учебных пособиях по культуре письменного профессионально-делового общения (Т.М. Балыхина, М.В. Лысякова, М.А. Рыбаков, 2004; Демидова, Смирнов, 2003; В.И. Максимов, 2007; В.В. Паневчик, 2000 и др.).

Текстовые категории *функционально-целевая направленность* и тема также важны для обучения рецепции и продукции деловых документов, но они не влияют на выбор дискурсивной стратегии автора и структуру текста, так как все эти характеристики закреплены в нормативных документах. Функционально-целевая направленность и тема позволяют определить объем языкового (лексического и грамматического) материала, которым должны овладеть обучающиеся, для того чтобы правильно составлять, понимать деловые документы.

По функционально-целевой направленности выделяют административно-правовую, административно-организационную, коммерческую, информационно-справочную документацию.

Административно-правовая документация фиксирует законодательные акты, нормативные положения и т.д.

Административно-организационные документы регламентируют и систематизируют деятельность фирмы или предприятия. Их основные жанры: статусная, управленческая, информационно-справочная, финансовая и учетная документация, документы по персоналу.

Статусные документы определяют социальное положение учреждения, его структуру, кадры, функции и виды документов. Наиболее важными статусными документами являются типовое положение об учреждении, учредительный договор и устав предприятия;

В *управленческих* (или, как их еще называют, *распорядительных, директивных*) документах излагаются распоряжения руководителей или руководящих подразделений. Рассмотрим основные разновидности управленческих документов.

Должностная инструкция – документ, в котором указываются функции, обязанности, права и ответственность сотрудника:

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования	
ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ	
«УТВЕРЖДАЮ» (Руководитель предприятия)	
ДОЛЖНОСТНАЯ ИНСТРУКЦИЯ	
№ _____	_____ (подпись, расшифровка подписи) « ____ » _____ 2008 г.
Наименование должности сотрудника	
Структура текста	
Общие положения	
Функции сотрудника	
Должностные обязанности сотрудника	
Права	
Ответственность	
Взаимоотношения (в соответствии с должностью)	
Руководитель <u>структурного</u> подразделения Визы согласования	_____ (подпись, расшифровка подписи)
С инструкцией <u>ознакомлен</u>	_____ (подпись, расшифровка подписи) « ____ » _____ 2008 г.

Рис. 14. Должностная инструкция

Основные положения должностной инструкции являются основой трудового соглашения с сотрудником организации. Инструкция необходима также в случае возникновения трудовых споров, конфликтных ситуаций во взаимоотношениях между руководством и сотрудниками организации. Единой должностной инструкции для работающих на разных предприятиях не существует. Этот документ обычно создается работниками кадровой службы и юрисконсультom, после чего утверждается руководителем организации. Если нужно внести в инструкцию изменения, издается специальный приказ руководителя организации.

Приказ – документ, который издается руководителем организации или подразделения, действующих на основе единоначалия.

ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ	
ПРИКАЗ	
_____ 2008г.	№ _____
Пермь	
Об открытии кафедры ландшафтного дизайна	
В целях совершенствования деятельности аграрного факультета	
ПРИКАЗЫВАЮ:	
<ol style="list-style-type: none">1. Открыть на факультете кафедру ландшафтного дизайна.2. Заведующим кафедрой назначить Петрова И.И.3. Декану факультета Иванову В.В. в недельный срок подготовить штатное расписание кафедры4. <u>Контроль за исполнением</u> приказа возложить на проректора по учебной работе Смирнова В.А.	
РЕКТОР	А. Д. ДМИТРИЕВ
<i>Рассылка:</i> учебно-методическое управление, планово-финансовое управление, декан аграрного факультета.	

Рис.15. Приказ

Этот документ издается для решения кадровых вопросов; задач, связанных с организацией или совершенствованием деятельности трудового коллектива и т.д. По функциональной направленности приказ представляет собой директивно-аргументативный текст: в нем обычно присутствует не только директива (*Приказываю принять / назначить на должность... / освободить от занимаемой должности...*), но и ее обоснование (*в соответствии с Законом о... / в соответствии с представлением... / в целях совершенствования... / упорядочения деятельности... и т.п.*). Основные реквизиты приказа: название организации, указание жанра документа (ПРИКАЗ), дата, номер, место составления, заголовок, текст, подпись, отметки о согласовании, рассылка. Выделяют три стадии подготовки приказа: 1) изучение существа вопроса и подготовка проекта документа; 2) обсуждение и принятие документа; 3) согласование и подписание приказа.

Распоряжение по функции близко к приказу, но издается этот документ для решения оперативных вопросов профессионально-производственного или административного характера. Этот документ включает те же реквизиты, что и приказ.

ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

_____ 2008г.

№ _____

Пермь

Об упорядочении подготовки служебной документации

В связи с участвовавшими случаями несвоевременной подготовки служебной документации, нарушения правил ее оформления и в целях совершенствования документооборота

ПРЕДЛАГАЮ:

1. В недельный срок разработать общие правила подготовки, согласования, подписания служебных документов.
2. Согласовать правила и сроки подготовки служебных документов с начальниками подразделений Университета.
3. Контроль за исполнением распоряжения возложить на проректора Федорова Н.А.

РЕКТОР

А. Д. ДМИТРИЕВ

Расылка: учебно-методическое управление, планово-финансовое управление, проректор Федоров Н.А.

Рис. 16. Распоряжение

В тексте распоряжения указываются конкретное задание, исполнители, срок решения поставленной руководителем задачи. Распоряжения оформляют на бланке организации, его обязательно подписывает руководитель или его заместитель.

Информационно-справочные документы представлены такими жанрами, как протокол, акт, докладная и объяснительная записки, справка.

Финансовая и учетная документация включает книги учета входящих и исходящих документов, отчеты, бухгалтерский баланс, сметы, планы, счета и т.д.

Документы по персоналу предприятия – это типовый трудовой договор, заявление, анкета, характеристика и т.п.

К *коммерческой документации* относятся такие жанры, как договоры (соглашения, контракты), маркетинговые документы (стратегический сценарий, аналитическая записка, пресс-релиз, рекламные письма, пакет предложений, презентации).

3.4. Составление и оформление профессионально-деловых текстов.

Культура письменного профессионально-делового общения невозможна без умений составлять и оформлять профессионально-деловые тексты. В самом общем виде этапы составления делового письма можно охарактеризовать следующим образом:

- определение цели и темы письменного сообщения;
- определение (прогнозирование) основных личностных, профессиональных и т.п. характеристик адресата;
- прогноз и оценка ожидания адресата;
- определение ключевых убеждающих факторов;
- структурирование и упорядочение информации в соответствии с формуляром;
- подготовка проекта («чернового» варианта) делового письма;
- редактирование и корректура текста.

В.И. Максимов и А.В. Голубева сформулировали такие рекомендации по составлению деловых писем:

- выбирая форму письма, ставьте себя на место получателя;
- при составлении письма используйте соответствующий жанру образец;
- употребляйте слова в их прямом значении, старайтесь избегать неоднозначности;
- делайте каждое предложение точным и законченным, насколько это возможно;
- старайтесь использовать одно предложение для выражения только одной мысли. Сказанное относится к суждениям, а не к фактам: фактов может быть несколько. Прежде чем объединять в одно предложение два разных суждения, следует подумать, с какой целью вы это делаете;

– написав предложение, обязательно отредактируйте его. Для этого прочитайте предложение вслух, обращая внимание на а) стиль изложения (с одной стороны, он не должен быть разговорным, а с другой – не должен быть чрезмерно синтаксически сложным); б) длину предложений (не более 20 слов); в) порядок слов; г) выбор слов (нужно избегать жаргона, лишних слов и т.п.) и однозначность их прочтения; д) правильное употребление местоимений; е) форму подлежащего и сказуемого (они должны быть согласованы); ж) время, в котором употребляются глаголы;

– не злоупотребляйте аббревиатурами; при первом употреблении аббревиатуры в тексте письма дайте ее расшифровку;

– перед тем как отправить письмо, отредактируйте текст и проверьте: а) грамматическую правильность; б) длину текста; в) логичность и ясность изложения смысла. Не стоит посылать ответственное письмо сразу после написания: следует подождать не менее 24 часов, затем еще раз перечитать его, внести правку, если она необходима, и только потом его отправить;

– не следует акцентировать внимание только на деталях, проверяйте весь текст в целом, стараясь оценить, правильно ли он составлен с точки зрения стоящей перед вами задачи;

– проверьте правильность написания имен; уточните факты, цифры, ссылки на нормативные документы.

Составляя письмо иностранному деловому партнеру, необходимо учитывать следующие отличия (В.И. Максимов, А.В. Голубева):

Таблица 2. Сравнительная характеристика правил составления делового письма.

РЕКОМЕНДАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ	РОССИЙСКИХ	РЕКОМЕНДАЦИИ	ИНОСТРАННЫХ
------------------------------	------------	--------------	-------------

Основную информацию лучше располагать в конце предложения.	Применяйте простые синтаксические конструкции, начинающиеся с ключевого слова.
Желательно использовать пассивный залог.	Используйте активный залог.
Предпочтителен сдержанный тон письма; требования к стилю – объективность, нейтральность.	В ряде писем желательна высокая эмоциональность.
Необходимо обращаться к адресату так, как требует российский деловой этикет.	Обращайтесь к людям так, как они Вам представились.
Необходимо ориентироваться на общепринятую форму составления письма. Тон письма должен соответствовать правилам деловой переписки. Для усиления воздействия на адресата можно сформулировать основной тезис в начале письма, а затем повторить его в конце текста.	Важно учесть а) особенности личности получателя (его ожидания, симпатии, предпочтения); б) производимое впечатление (тон письма); в) ожидаемый эффект (должно ли письмо влиять на получателя или только информировать его); г) шанс на прочтение (будут ли письмо читать в любом случае или сначала надо завоевать внимание получателя).

Официальные письма и документы необходимо печатать на бланках:

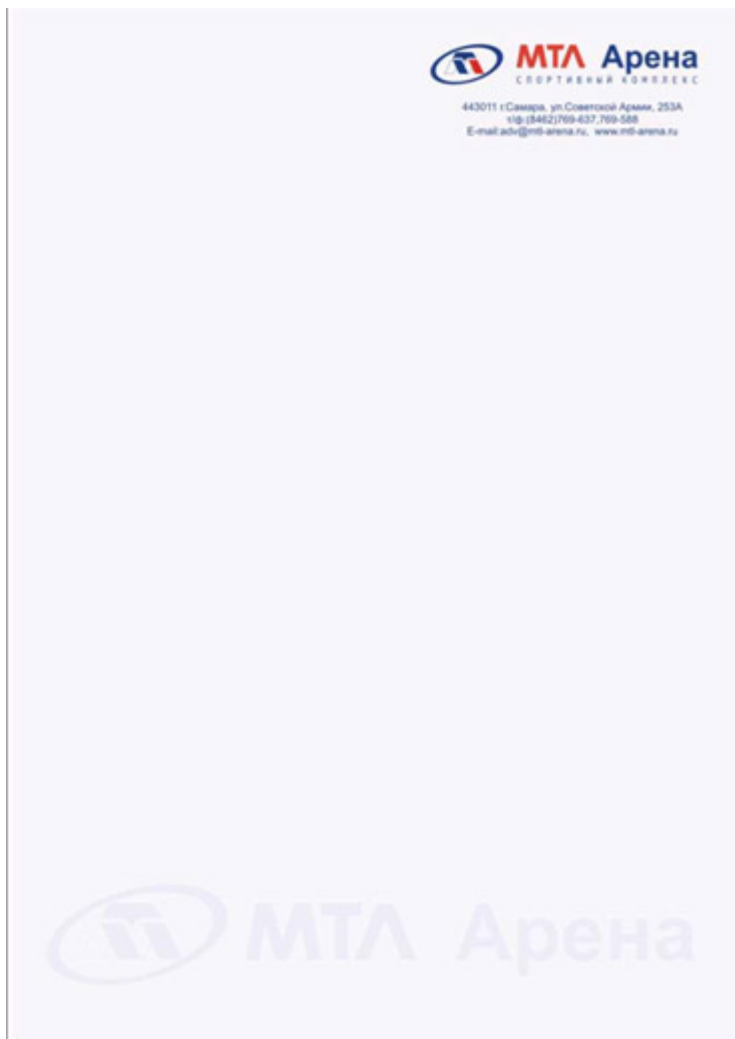


Рис. 17. Бланк делового письма

Бланками называют стандартные листы белой или светлой бумаги формата А4 (210х297 мм) и А5 (148х210 мм). Выделяют продольный и угловой варианты бланков в зависимости от расположения частей документа. Размер полей должен быть следующим: левое – 20 мм; правое – 10 мм, верхнее и нижнее поля – 20 мм.

Для того чтобы научиться правильно работать с документами, необходимо различать следующие их виды: *подлинник*, *копия*, *дубликат*, *выписка* (В.И. Максимов, А.В. Голубева). *Подлинник* – это оригинал, основной вариант документа, оформленный и подписанный по всем правилам, оформленный чаще всего на бланке и заверенный печатью. В некоторых случаях (если имеется только один экземпляр подлинника) необходима *копия* документа, которую делают с помощью ксерокса и сопровождают соответствующей надписью, удостоверяющей соответствие копии оригиналу. Особая разновидность – нотариально заверенные копии, которые имеют юридическую силу и могут в случае необходимости полностью заменить оригинал документа в судебных органах. Дубликат – копия, которая выдается в случае утери оригинала документа, обладающая той же юридической силой, что и подлинник. В выписке представлено не все содержание документа, а его необходимая часть. Существуют правила оформления выписки. Чаще всего необходимы выписки из протоколов заседаний, совещаний, приказов и т.д.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема III: «Русскоязычный профессионально-деловой дискурс в лингводидактическом измерении».

Вопросы для самопроверки:

1. Какие классификации деловых писем и документов вы знаете? Дайте их краткую характеристику и оценку.
2. Какие признаки профессионально-деловых письменных текстов обладают методической значимостью? Аргументируйте свой ответ.
3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные жанры деловых документов.
4. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные жанры деловых писем.

Практическое занятие (мастер-класс): Анализ деловых писем и документов, классификация текстового материала по жанрам и жанровым разновидностям, выделение, обоснование и градуирование признаков письменных профессионально-деловых текстов по степени методической значимости.

Самостоятельная работа (с использованием интернет-портала, компьютерной базы данных): Подбор материалов для каталога деловых писем и документов.

Тема IV: «Умения письменного профессионально-делового общения на русском языке: компетентностный подход к определению и систематизации»

4.1. Компетентностный подход в обучении русскоязычному письменному профессионально-деловому общению, общее понятие и структура коммуникативной компетенции в сфере профессионально-делового письма.

4.2. Навыки и умения письменного профессионально-делового общения на русском языке.

4.3. Формирование навыков и умений русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.



«Коммуникативная компетентность, как оправа для бриллианта, может помочь каждому реализовать свои замыслы и намерения, стать преуспевающим человеком, вызывающим доверие у людей».
А.П. Панфилова

Компетентностный подход в обучении русскоязычному письменному профессионально-деловому общению, общее понятие и структура коммуникативной компетенции в сфере профессионально-делового письма. Навыки и умения письменного профессионально-делового общения на русском языке. Формирование навыков и умений русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

4.1. Компетентностный подход в обучении русскоязычному письменному профессионально-деловому общению, общее понятие и структура коммуникативной компетенции в сфере профессионально-делового письма.

В последние годы в российской системе высшего образования произошли существенные изменения. Эти изменения стали ответом на новые требования, которые современное общество предъявляет к выпускникам высших учебных заведений: сегодня умение мыслить самостоятельно, опираясь на знания и опыт, ценится выше, чем просто эрудиция, владение широким спектром знаний без умения применять эти знания для решения конкретных проблем.

*Как отмечает А.В. Голубева, когда в конце 70-х в Европе разразился энергетический кризис, никто из преподавателей иностранных языков, и русисты в их числе, не думали, что очень скоро это событие затронет их профессиональные интересы. Тем не менее, сговор нефтяных королей показал, что все мы стали очень зависимы друг от друга. Началась безработица, которая вызвала очень большую миграцию – люди искали работу. И, естественно, в другой стране требовалось знание иностранного языка. И вдруг оказалось, что система преподавания иностранных языков практически во всех европейских странах не готова адекватно ответить на этот неожиданный социальный заказ. Иностранные языки – традиционный школьный предмет. Но когда людям потребовалось решать четкие практические задачи, оказалось, что их владение иностранным языком этого сделать не позволяет. Поэтому компетентностный подход – от слова компетенция (латинский термин *competentis* означает *способный*) – приобрел такое большое значение в методике обучения иноязычному общению, он позволяет найти ответы на вопросы: Как сформировать способность к общению на иностранном языке в условиях иной культуры? Насколько человек способен к общению на том или ином этапе обучения?*

В документах Совета Европы рассматриваются два вида компетенций в области иностранного языка: общие компетенции (*General Competences*) и коммуникативная языковая компетенция (*Communicative Language competences*). Общие компетенции включают: способность учиться (*ability to learn*); экзистенциальную компетентность (*existential competence*); декларативные знания (*declarative knowledge*); умения и навыки (*skills and know-how*). Общие компетенции не являются языковыми, они обеспечивают любую деятельность, включая коммуникативную. Особое значение в современных условиях постоянного обновления информации, изменений условий жизни и деятельности людей имеет способность учиться, которая обеспечивает дальнейшее развитие общих и специальных учебных умений, позволяющих совершенствовать учебную деятельность по овладению иностранным языком, повышать ее продуктивность, а также использовать изучаемый иностранный язык в целях продолжения образования и самообразования в том числе в рамках выбранной профессии. Необходимо обучить студентов способам и приемам самостоятельного изучения языков и культур, в том числе с использованием новых информационных технологий.

Компетентностный подход в наибольшей степени отвечает современному пониманию качества образования в условиях демократически развивающегося многокультурного общества – общества высоких технологий, требующего от работников высокого профессионализма, постоянного совершенствования профессионального уровня в условиях рыночной экономики (Е.С. Полат). И.А. Зимняя выделяет три основные причины введения компетентностного подхода в систему российского образования:

– обусловленность общеевропейской и мировой тенденциями к интеграции, глобализации мировой экономики, и в частности неуклонно нарастающими процессами гармонизации «архитектуры общеевропейской системы высшего образования», что связывается с Болонским процессом;

– смена образовательной парадигмы, вследствие чего смещаются акценты с принципа адаптивности на принцип компетентности выпускников образовательных учреждений;

– директивные указания нормативно-правовых документов: документа Совета Европы (Совет культурной кооперации), «Концепции модернизации российского образования на период до 2010 года», в которых указывается на необходимость формирования новой системы универсальных знаний, умений, навыков, опыта самостоятельной деятельности и личной ответственности обучающихся, т.е. современные ключевые компетенции.

Оценить уровень компетентности в той или иной сфере деятельности можно по следующей системе критериев, выделенных учеными:

– уровень овладения знаниями, навыками, умениями в предметной области (качество приобретаемых знаний, умений, навыков);

– способность самостоятельно совершенствовать свои профессиональные и общекультурные знания, умения, навыки;

– умение работать с информацией;

– способность принимать взвешенные и аргументированные решения (Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина).

Таким образом, компетентность будущего специалиста – это не только знания, навыки, умения в узкой предметной области: как отмечают авторы сборника статей «Новый взгляд на грамотность», парадокс компетентности состоит в том, что она обнаруживается лишь за пределами ситуаций, в которых она приобретается учеником и контролируется учителем. Компетентность отличается от узкопредметного умения тем, что проявляется при решении задач, новых для ученика, не отработавшихся на уроках. В монографии Е.С. Полат и М.Ю. Бухаркиной приводятся результаты сравнительного анализа традиционных учебников, воспитывающих «умелого и знающего» ученика, и учебников, воспитывающих ученика компетентного, который был проведен авторами сборника «Новый взгляд на грамотность»:

Таблица 1. Сравнение компетентностного и традиционного учебников

Основания сравнения	Традиционный учебник	Компетентностный учебник
Способ членения главы учебника на параграфы	Тема как единица предметного материала. Такой учебник воспитывает внутреннюю установку ученика: «Я узнаю о (предмете)...»	Задача как единица учебно-практической деятельности. Такой учебник воспитывает внутреннюю установку ученика: «Я учусь, как (действовать)...»
Позиция автора учебника	Сообщать информацию в доступной форме, сглаживать противоречия, избегать нерешенных проблем, сообщать только достоверные научно обоснованные знания, что воспитывает некритичное отношение к тексту учебника и научной и житейской картины мира. следующего типа: «Это правильно, потому что так сказано в учебнике».	Воспитать привычку рассматривать каждое явление с разных точек зрения и принимать ответственные решения в ситуациях разногласия мнений. В сплетении достоверных фактов и обывательских суждений, научной и житейской картины мира.

<p>Каким автор видит адресата?</p>	<p>Как <i>tabula rasa</i>: сосуд, который надо до краев наполнить знаниями, не затуманенными сомнениями. В основе. Ученик в результате этого у хороших учеников с трудом складывается умение учиться самостоятельно. Они привыкают быть обучаемыми и живут по принципу: «Пусть меня научат» (а если меня этому не учат, то этого мне и не надо).</p>	<p>Как человека, свою собственную картину мира и действующего на него в результате учебной работы должен принять решение, утвердиться в своем мнении или изменить его.</p>
------------------------------------	--	--

Таким образом, именно с позиции компетентного подхода можно определить содержание культурно-языкового образования будущих специалистов в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации, установить номенклатуру не только «предметных», но и «надпредметных» знаний, навыков, умений, формирующих способность к общению в постоянно меняющихся условиях современного профессионально-делового взаимодействия.

Под коммуникативной компетенцией в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации понимается способность решать средствами русской письменной речи актуальные задачи профессионально-делового общения: умения пользоваться фактами языка и речи для реализации целей общения.

В отечественной лингводидактике термин "коммуникативная компетенция" был введен в научный обиход М.Н. Вятютневым. Он предложил понимать коммуникативную компетенцию «как выбор и реализацию программ речевого поведения в зависимости от способности человека ориентироваться в той или иной обстановке общения; умение классифицировать ситуации в зависимости от темы, задач, коммуникативных установок, возникающих у учеников до беседы, а также во время беседы в процессе взаимной адаптации». Эта способность к выбору и реализации программ речевого общения и поведения осуществляется на фоне культурного контекста (Д. Дэвидсон) и приобретает в результате естественной коммуникации или специально организованного обучения? (Д.И. Изаренков).

В методике сосуществуют два взаимосвязанных понятия: *коммуникативная компетенция* и *коммуникативная компетентность*. Ученые по-разному эти понятия разграничивают. Согласно одной точке зрения, компетенция – это знания, а компетентность – способность к общению. С позиции другого подхода, Существует и третья точка зрения: коммуникативная компетенция – способность к общению как предмет анализа, исследования, усвоения, а коммуникативная компетентность – способность к общению, приобретенная человеком, «свойство личности, базирующееся на компетенции» (А.Н. Щукин). Коммуникативная компетентность в сфере русского профессионально-делового письма позволяет обучающемуся в условиях опосредованного контакта (какой и является письменная форма коммуникации) успешно достигать взаимопонимания с адресатом в процессе профессионального взаимодействия. Как отмечают Э.Г. Азимов и А.Н. Щукин, единицами коммуникативной компетенции являются а) темы, ситуации общения и программы их развертывания, б) речевые действия, в) социальные и коммуникативные роли собеседников (сценарии их коммуникативного поведения), г) тактика коммуникации в ситуациях при выполнении программы поведения, д) типы текстов и правила их повтора, е) языковые минимумы.

В лингводидактике разработано несколько моделей коммуникативной компетенции. В отечественной науке в конце прошлого столетия наиболее популярной считалась так называемая уровневая модель коммуникативной компетенции, в которой выделялись: а) языковая; б) речевая; в) коммуникативная компетенции:

Схема 1. «Уровневая» модель коммуникативной компетенции.

Во второй половине XX в. была разработана «содержательная» модель коммуникативной компетенции. Согласно документу «Общеввропейские компетенции» основными компонентами коммуникативной компетенции являются лингвистическая, социокультурная, социальная, стратегическая, дискурсивная, предметная компетенции. Эти компетенции взаимосвязаны, поэтому их можно представить в виде системы пересекающихся полей: языковая компетенция теряет всякий смысл без предметной компетенции, без владения знаниями о реальной действительности. Как отмечают исследователи, «для понимания языка необходимы знания о мире», «язык сложнейшим образом переплетен со знаниями о мире, ... извлеченная из памяти информация оказывается глубоко «вросшей» в схемы памяти» (Панкрац). Взаимосвязаны и взаимообусловлены языковая, социокультурная и дискурсивная компетенции: для полного описания языка (как его устройства, так и употребления в речи) необходимо изучение факторов функционирования языковых форм и внутренней организации самих этих форм» (Д.И. Изаренков).

В отечественной науке выделяются и другие компоненты коммуникативной компетенции: «коммуникативная компетенция, аккумулируя... речевую и языковую, с очевидностью вбирает в себя и знание культуры изучаемого языка, что составляет... лингвострановедческую и страноведческую компетенции иностранных учащихся» Д. Дэвидсон, [О.Д. Митрофанова](#)). В работах последних лет эти компоненты объединяются в лингвокультурологическую компетенцию. Выделяют также прагматическую компетенцию (о ней писали Н. Хомский и Д. Хаймс, однако современная интерпретация этого термина сложилась сравнительно недавно). Прагматическая компетенция – это «умения употреблять высказывания в соответствии с коммуникативным намерением говорящего и ситуативными условиями речи». Она «складывается из а) знания соответствий между коммуникативными намерениями (интенциями) и реализующими их высказываниями; б) знания соответствий между вариативной формой высказываний, реализующих одно и то же намерение, и ситуативными условиями речевого акта; в) умения реализовать коммуникативное намерение путем выбора речевого действия в соответствии с условиями ситуации и логикой протекания речевого акта» (Д.И. Изаренков). Некоторые ученые отождествляют прагматическую и дискурсивную компетенции, другие рассматривают их как самостоятельные компетенции.

В основе коммуникативной компетенции лежит комплекс знаний, навыков и умений, которые и позволяют человеку участвовать в коммуникации, решать задачи, возникающие в процессе общения.

4.2. Навыки и умения письменного профессионально-делового общения на русском языке.

Умения общения основываются на знаниях и навыках. Как отмечают [О.Д. Митрофанова](#) и [В.Г. Костомаров](#), иностранный язык характеризуется специфическим соотношением знаний и умений: с одной стороны, предполагается усвоение значительного объема знаний в виде правил, программ речевой деятельности, с другой стороны, большой удельный вес имеет формирование практических навыков и умений. Языковые знания, которые усваивает обучающийся, – это совокупность языковых единиц разных уровней (морфемы, слова, словосочетания, предложения) и правила оперирования этими единицами. Знания являются необходимым условием, но не самоцелью обучения общению: ведущая роль принадлежит формированию навыков и умений.

В современной науке нет единого мнения о том, как соотносятся *навыки* и *умения*. Некоторые ученые считают эти понятия тождественными: «умение – навык в каком-нибудь деле, опыт» ([С.И. Ожегов](#), Н.Ю. Шведова), «навык – умение, приобретенное упражнениями, созданное привычкой» (Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1986). Другие исследователи выделяют такие этапы формирования умения: *первичное умение – навык – вторичное умение*. В.В. Беляев полагает, что от языковых знаний возможен непосредственный переход лишь к первичным умениям: речевые навыки же образуются только в результате многократного повторения соответствующего умения, то есть в результате речевой практики; подлинная речь – вторичное умение, которое основывается на навыках.

Наибольшее распространение получила точка зрения, согласно которой навык является компонентом умения. [Э.Г. Азимов](#) и [А.Н. Щукин](#) под *навыком* понимают доведенную до уровня совершенства, безошибочности, автоматизма операцию с фонетическим, лексическим и грамматическим материалом в процессе рецептивной или продуктивной речевой деятельности. *Умением* называется способ выполнения действий, который усвоил человек. В основе умения лежит совокупность приобретенных знаний и сформированных навыков. Для умения характерно наличие речевой задачи, умение осознанно, самостоятельно, продуктивно и динамично. Осознанность заключается в том, что, совершая речемыслительное действие, человек осознает цель действия и управляет им. Самостоятельность умения проявляется в том, что умения в одном виде речевой деятельности переносятся на другой вид. Продуктивность умения позволяет человеку не просто воспроизводить усвоенные алгоритмы действий, но выбирать из нескольких способов решения коммуникативной задачи наиболее эффективный. Динамизм умения – качество, которое позволяет его совершенствовать.

В современной науке ведутся дискуссии о том, с какой единицей деятельности (действием или операцией) целесообразно соотносить навык? Мнения ученых по этому поводу разделились. Согласно одной точке зрения (Е.И. Пассов, Гальперин и др.), навык соотносится с действием. Существует и другая точка зрения: «речевой навык соответствует операции» (Методика, 1988: 17; Городилова, 1976: 39 и др.). Под действием понимается «единица деятельности, произвольная преднамеренная опосредованная активность, направленная на достижение осознаваемой цели» (Лурия), в то время как операция трактуется как «единица деятельности», которая определяется условиями ситуации. В отличие от деятельности и действия, операции детерминируются не мотивами и целями, а условиями предметной ситуации. Сходным образом эти понятия интерпретируются в психолингвистике. Как пишет А.А. Леонтьев, «"отдельной деятельности" иерархически подчинены действия: это такие элементы совокупной деятельности, которые характеризуются самостоятельной целью, подчиненной общей цели деятельности, но не самостоятельным мотивом. Наконец, действие есть в свою очередь система операций. Операции – такие составляющие деятельности, которые определяются конкретными условиями осуществления действия». Поэтому более корректно соотносить навык с операцией, умение – с действием, компетенцию – с деятельностью. Обсуждается также вопрос, с какими единицами общения (коммуникативными, некоммуникативными) соотносить навыки и умения. Исследователи считают, что навык соотносится с некоммуникативными единицами (синтаксема, словосочетание, предложение как единица языка), умение – с коммуникативными единицами (предложение-высказывание, текст / дискурс).

Умения письменного профессионально-делового общения можно следующим образом распределить по компонентам коммуникативной компетенции.

Лингвистическая компетенция в сфере письменной профессионально-деловой речи понимается как способность – *навыки и умения* – образовывать, употреблять, письменно фиксировать языковые единицы в процессе профессионально-делового общения, которая основывается на *знании* этих единиц, *знании* правил их построения, функционирования, графической фиксации. К основным лингвистическим умениям в сфере русскоязычного профессионально-делового письма можно отнести:

1. Умения, общие для устной и письменной форм профессионально-деловой речи:
 - умение образовывать и выбрать языковые средства, позволяющие реализовать коммуникативное намерение и коммуникативную цель автора делового письма / документа;
 - умение отбирать лексические средства языка и грамматически связывать их;
 - умение выражать смысл разными способами и выбирать наиболее адекватные и уместные средства выражения;
 - умение уместно употреблять в письменном профессионально-деловом тексте формулы этикета делового письма и этикетные блоки;
 - умение дифференцировать приемы стилистического оформления деловых писем / документов в зависимости от жанрового признака и т.д.
2. Умения, необходимые для письменной формы профессионально-делового общения:

- графические;
- орфографические;
- пунктуационные
- умения соотнесения графического рисунка слова со значением (А.А. Акишина, О.Е. Каган).

Речевая компетенция означает владение способами формирования и формулирования мыслей посредством языка и умение пользоваться такими способами в процессе восприятия и порождения речи. Речевая компетенция не является «самоцелью», это «промежуточное звено на пути к коммуникативной компетенции» (Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин). К речевым умениям письменного профессионально-делового общения можно отнести:

- умение средствами русского языка выражать интенции, актуальные для профессионально-делового общения: контактоустанавливающие, регулирующие, информативные (запрос информации, ответ на запрос, просьба, требование, ответ на просьбу, требование, согласие, несогласие, уверенность, сомнение, уточнение), оценочные и т.д.;

- умение средствами русского языка выражать интенциональные программы, актуальные для профессионально-делового общения: побуждение – аргументация, просьба – обоснование просьбы, оценка факта / явления – обоснование оценки.

Социальной компетенцией называется желание и умение вступать в профессионально-деловую коммуникацию с другими людьми, способность ориентироваться в ситуации общения и создавать деловые письма и документы в зависимости от коммуникативного намерения и ситуации:

- умение устанавливать письменный профессионально-деловой контакт, при необходимости корректируя стратегии речевого поведения;

- умение выявлять специфические особенности ситуации общения и продуцировать деловые письма / документы в соответствии с выявленной спецификой;

- умение поддерживать письменный профессионально-деловой контакт в соответствии с меняющимися целями и условиями общения и т.п.

Социолингвистическая компетенция в сфере профессионально-делового письма заключается в умении выбрать нужную лингвистическую форму, способ выражения в зависимости от условий коммуникативного акта: ситуации, коммуникативной цели и намерения пишущего, социальной и функциональной роли коммуникантов, взаимоотношений между ними и т.п.

Способность правильно вступать в письменную деловую коммуникацию, поддерживать ее с учетом социокультурной ситуации: условий общения, социальных и национально-культурных характеристик коммуникантов (обычаи, этикет, социальные стереотипы) и т.п., носит название *социокультурной компетенции в сфере профессионально-делового письма*. К умениям этой группы относятся:

- умение адекватно цели и условиям общения употреблять факты языка и речи, имеющие национально-культурную маркированность;

- умение выражать морально-этическую оценку;

- умение выражать социально-правовую оценку;

- умение выбирать, модифицировать, строить дискурсивные стратегии и тактики в соответствии с социокультурными характеристиками акта общения;

- умение оформлять письменный профессионально-деловой текст в соответствии с социальным и профессиональным статусом адресата;

- умение адекватно выразить в деловом письме собственный социальный и профессиональный статус;

- умение воспринимать, понимать и толерантно относиться к инокультурным особенностям общения и общающихся и т.д.

Под стратегической (компенсаторной) компетенцией в сфере письменной профессионально-деловой речи понимается способность восполнять пробелы в знании языка, в речевом и социальном опыте общения в иноязычной среде, формировать необходимые стратегии продукции и понимания деловых писем и документов с учетом конкретных условий общения. Примерами компенсаторных умений служат:

– умение использовать компенсаторные стратегии при смысловом анализе делового письма / документа: догадаться о значении незнакомых слов; при обращении к словарю выбрать значение слова, соответствующее контексту; определить значение незнакомого слова по контексту, на основании словообразовательного анализа и т.п.;

– умение проверить адекватность восприятия делового письма по содержанию ответного послания;

– умение варьировать дискурсивные стратегии и тактики в соответствии с социальным и профессиональным статусом адресата;

– умение корректировать, модифицировать текст делового письма в соответствии с характеристиками адресата с целью достижения взаимопонимания в процессе профессионально-делового общения;

– умение использовать стратегии толерантного письменного взаимодействия в ситуациях коммуникативного сбоя и т.д.

Дискурсивная компетенция определяется как способность обучающегося использовать те или иные стратегии и тактики в процессе создания и понимания текстовых произведений, знание особенностей дискурсов разных типов, а также способность порождать дискурсы в процессе общения. К числу дискурсивных умений письменной профессионально-деловой коммуникации относятся:

– умение использовать, модифицировать (с учетом целей и условий общения) и создавать дискурсивные стратегии и тактики аргументации, побуждения, оценки, информирования и воплощать их в письменном профессионально-деловом тексте;

– уметь комбинировать дискурсивные стратегии и тактики делового письма в соответствии с целями и условиями общения;

– умение оценивать ситуацию (что? где? кому?), определять тему и основную мысль высказывания, продуцировать и понимать деловые письма / документы в соответствии с выявленными параметрами;

– умение осуществлять самоконтроль и при необходимости вносить коррективы в текст делового письма / документа и т.д.

Предметная компетенция представляет собой способность ориентироваться в содержательном плане общения в определенной сфере человеческой деятельности. Предметная компетенция тесно связана с другими компетенциями в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации: без специальных знаний невозможно полноценное, эффективное общение, теряют смысл дискурсивные, социолингвистические и другие умения. Поэтому коммуникативную компетенцию в сфере профессионально-делового письма можно представить в виде системы взаимопересекающихся полей.

4.3. Формирование навыков и умений русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

В методике различают *письмо* и *письменную речь*. Под письменной речью понимается умение передавать информацию с помощью письменной формы соответственно ситуации общения. Владение письменной речью предполагает сформированность психологических механизмов:

Механизм осмысления связан с установлением смысловых связей: между понятиями, между членами простого предложения (эта связь определяется логикой развития событий, характером осмысления информации – «точкой зрения» на ситуацию), между темой и ремой, между частями сложного предложения.

Механизм упреждения (упредить – предупредить, опередить), или упреждающего синтеза, позволяет «предсказать» следующий компонент предложения (слово, словосочетание). Пишущий проговаривает каждое слово перед тем, как его записать, и «предвидит» следующие компоненты предложения, что позволяет определить возможные варианты дальнейшего развертывания предложения или текста, составить предварительную «целостную» картину сообщения.

Механизмы памяти. В письменной речи большое значение имеет оперативная память: в процессе записи необходимо помнить – удерживать в памяти – достаточно объемные порции информации, общий замысел текста. Долговременная память «предоставляет» в распоряжение пишущего принятые схемы логико-смысловой организации текстов, их языкового оформления, необходимые сведения, факты, даты и т.п.

Перед началом формирования навыков и умений письменной профессионально-деловой коммуникации необходимо проверить, насколько сформированы у студентов исходные способности, необходимые для письма. Это позволит правильно организовать формирование коммуникативной компетентности в сфере профессионально-делового письма. А.А. Акишина и О.Е. Каган предлагают такие способы проверки:

– краткосрочная зрительная память, внимание: *Прочитайте слова, закройте их и по памяти напишите. Прочитайте (небольшой) текст, закройте его, воспроизведите текст как можно ближе к оригиналу;*

– долгосрочная зрительная и моторная память: *диктант;*

– воображение, мышление: *дается 3 – 5 слов, необходимо написать сочинение, используя эти слова;*

– догадка, прогнозирование, память: *студентам предлагаются слова с пропущенными буквами и фразы с пропущенными словами – необходимо заполнить пропуски;*

– логическое мышление: *составьте план будущего текста, расположите части текста в нужной последовательности.*

В российской лингводидактической традиции процесс формирования навыков и умений организуется в соответствии с теорией управления усвоением, разработанной П.Я. Гальпериным. Рассмотрим основные этапы этого процесса на примере формирования умения оформлять этикетный блок «обращение» в деловом письме.

На первом этапе обучающемуся предъявляются формы обращения, принятые в русском деловом письме:

***Уважаемый г-н Иванов В.С.! Уважаемый Вячеслав Сергеевич!
Глубокоуважаемый Вячеслав Сергеевич! Уважаемые коллеги!
Дорогой Вячеслав Сергеевич! и т.д.***

На этом этапе важно объяснить: а) как строится обращение; б) в какой ситуации общения и в каком жанре делового письма (официальное письмо, письмо-приглашение, письмо-рекламация и т.д.) употребляется каждая из этих форм; в) к какому адресату (коллективному адресату или конкретному человеку) обращаются в той или иной форме; г) как пунктуационно оформляется обращение в русском деловом письме; д) какова позиция этого этикетного блока в тексте. Следующий шаг – обучение построению этикетного блока «обращение». Необходимо, чтобы обучающийся а) прочитал принятые формы обращений вслух и про себя (с целью формирования образцов во внешней и внутренней речи); б) написал формы обращений.

На втором этапе работа ведется над автоматизацией навыка оформления этого этикетного блока в письменной речи. Важно, чтобы тренировка а) была достаточной по количеству повторений операции; б) осуществлялась в условиях, имитирующих ситуации реального общения (форма должна усваиваться вместе с ее функцией). На этом этапе происходит стереотипизация навыка и формирование его вариантов в изменяющихся условиях коммуникации.

На следующем этапе осуществляется включение навыка в речевое (коммуникативно-речевое умение): обучающемуся предлагается написать несложные по структуре и содержанию деловые письма, правильно оформив обращение к адресату.

На заключительном этапе происходит развитие речевого умения оформления обращения в деловом письме путем многократной тренировки в различных учебно-коммуникативных ситуациях. Примерные варианты заданий:

Составьте письмо-предложение деловому партнеру, с которым Ваша фирма сотрудничает более пяти лет.

Составьте рекламное письмо о ..., предназначенное для рассылки по интернету.

Напишите письмо-благодарность партнеру, с которым Вас связывают дружеские отношения.

Напишите письмо-приглашение на выставку-презентацию Вашей фирмы, производящей ... оборудование, адресованное сотрудникам организации, с которой Вы сотрудничаете недавно.

Напишите ответ на запрос в вышестоящую организацию и т.д.

Знания, навыки, умения письменного профессионально-делового общения формируют коммуникативную компетентность, для развития которой можно использовать виды работы, рекомендованные А.А. Акишиной и О.Е. Каган:

- Коллективное письмо.
- Совместное письмо (пары/группы).
- Письмо за определенное время (время засекается).
- Индивидуальное письмо, обмен письмами.
- Письмо в устной форме (обсуждение письма).
- Составление текста письма по карточкам: на каждой карточке записано одно предложение из текста, студенты должны последовательно сложить фразы, добавив недостающие.
- Дописывание конца письма.
- Использование наглядности при обучении письму.
- Ролевые и деловые игры: составление рекламы, письма-предложения, ответа на предложение и т.д.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема IV: «Умения письменного профессионально-делового общения на русском языке: компетентный подход к определению и систематизации».

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте краткую характеристику компетентного подхода.
2. Какие модели коммуникативной компетенции вы знаете?
3. В чем различия между *коммуникативной компетенцией* и *компетентностью*?
4. Перечислите основные группы умений письменного профессионально-делового общения.
5. Каковы основные принципы систематизации / классификации умений профессионально-делового письма?
6. Какие компетенции выделяются в «Общеввропейской компетенции владения иностранным языком»?
7. Перечислите основные инновационные технологии формирования коммуникативной компетентности в сфере профессионально-делового письма.

Самостоятельная работа: Экспертиза деловых писем и документов с целью выявления умений письменного профессионально-делового общения авторов текстов. Представление умений в виде дескрипторов.

Практическое занятие: Презентация и обсуждение результатов экспертизы.

Тема V: «Лингвистическая компетентность будущего специалиста в сфере русскоязычного профессионально-делового общения»

5.1. Понятие лингвистической компетенции: история становления, основные признаки.

5.2. Основные компоненты лингвистической компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

5.3. Формирование лингвистической компетентности будущих специалистов в сфере письменного профессионально-делового общения: традиции и новации.



«Наш собеседник может говорить и писать плохо, худосочно, неизобразительно, растянуто, неточно даже – мы со всем этим будем мириться. Но если он будет говорить и писать непонятно и неграмотно, мы просто его не поймем».

А.М. Пешковский

Понятие лингвистической компетенции: история становления, основные признаки. Компоненты лингвистической компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации. Формирование лингвистической компетентности будущих специалистов в сфере письменного профессионально-делового общения: традиции и новации.

5.1. Понятие лингвистической компетенции: история становления, основные признаки.

Способность понятно и грамотно излагать мысли и суждения связывается с понятием лингвистической, или языковой, компетенции.

Лингвистическую компетенцию начали изучать еще в XIX в., когда возник «обостренный интерес к исследованию живых языков» ([Ю.Н. Караулов](#)), но сам термин был введен в активную научную практику позднее – в XX в. Н. Хомским. Н. Хомский ограничивал лингвистическую компетенцию знанием системы языка: «человек, изучающий язык, усваивает систему правил, которые определенным образом соотносят звуки и значение. Другими словами, он приобретает определенную компетенцию, которую использует в порождении и восприятии речи».

Такая трактовка языковой компетенции сложилась под влиянием ведущей лингвистической концепции того времени, в которой язык изучался как «система в самой себе и для себя» (Ф. де Соссюр). Эта концепция «заставила языковедов абстрагироваться и от человека как носителя и творца языка, и от его взаимодействия с другими» (М.Л. Макаров). При таком подходе язык предстал в виде «бескомпромиссной системы, которая подавляет и подчиняет себе говорящего» ([Ю.Н. Караулов](#)). Язык в

таким пониманием, действительно, можно было только знать, что и было отражено в теории лингвистической компетенции Н. Хомского.

Современные лингвисты главный объект своих исследований – язык – понимают иначе: они «вернули» в систему ее главного творца – человека. С позиции современных представлений система языка не «изобретается» учеными, она объективно складывается, создается практикой употребления языковых единиц. Одним из ведущих в современной лингвистике стал «принцип зависимости всей организации языка от его главной – коммуникативной – функции, а следовательно, от его употребления» (Е.С. Кубрякова). Этой позиции сегодня придерживается большинство лингвистов: язык – «устройство для производства и восприятия текстов» ([А. Мустайоки](#)), его структура – «не внутренняя планировка того склада, где хранятся единицы языка, а взаимосвязь и организация этих единиц в их рабочем состоянии, в той деятельности, ради которой они только и существуют» (А.А. Леонтьев).

Изменилось представление о языке – была пересмотрена и трактовка лингвистической компетенции. С позиции современной науки ([О.Д. Митрофанова](#), [В.Г. Костомаров](#), [М.Н. Вятюнев](#), Д.И. Изаренков, [А.Н. Щукин](#), [Э.Г. Азимов](#) и др.) [лингвистическую компетенцию в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации](#) можно определить как способность, которая складывается из навыков и умений правильно образовывать, употреблять языковые единицы и фиксировать их в письменной форме в процессе профессионально-делового общения. Лингвистические навыки и умения в сфере профессионально-делового письма основываются на знании языковых единиц, знании правил их построения, функционирования, графической фиксации.

Уровень сформированности лингвистической компетентности ученые связывают с понятием языкового паспорта человека. Языковой паспорт – это та информация, которую человек произвольно передает о себе в процессе общения (З.Д. Попова, И.А. Стернин). По особенностям индивидуального лексикона, специфике употребления слов можно достаточно много рассказать о человеке. Не меньшее значение имеет почерк человека, на основании которого специалисты устанавливают возраст, пол, род занятий, особенности характера и даже некоторые заболевания его владельца. З.Д. Попова и И.А. Стернин приводят в качестве примера интересный случай, который произошел с Владимиром Ивановичем Далем. Однажды он встретил в пути монаха и спросил его:

– Какого, батюшка, монастыря?

– Соловецкого, родненький.

– Из Ярославской губернии? (Даль знал, что слова родненький, родименький часто употреблялись именно в этой губернии).

– Нетути, родненький, тамо-ди в Соловецком живу.

– Да еще из Ростовского уезда?

Монах упал в ноги:

– Не погуби!

Оказалось, что Даль встретил беглого солдата из Ростовского уезда Ярославской губернии, который выдавал себя за монаха.

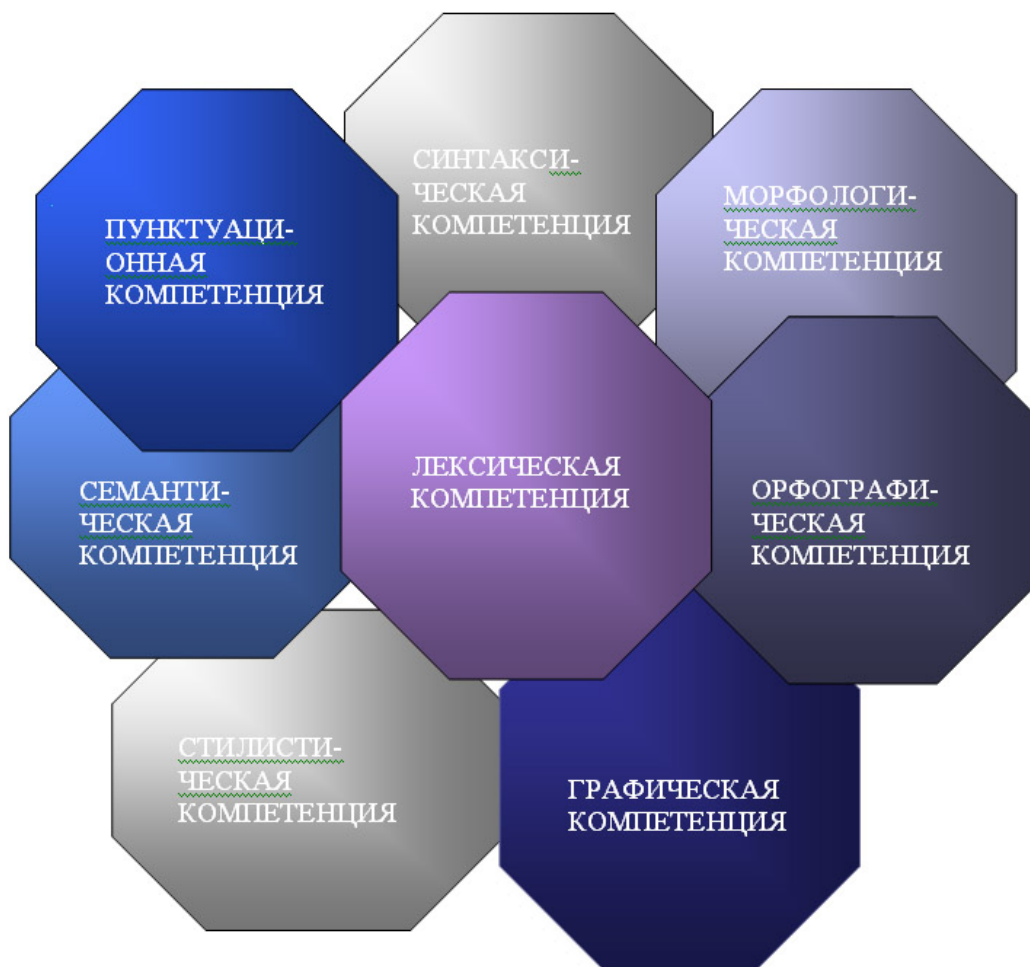
В научной школе В.И. Карасика изучаются лингвокультурные типы: русский интеллигент, английский аристократ, французский буржуа, английский бизнесмен и т.д. Подобные исследования позволяют выявить отличительные черты индивидуального лексикона, связь языкового паспорта с социальными, национальными и др. факторами.

Как отмечает [А.В. Голубева](#), лингвистическая компетентность приобретает особое значение в методике обучения языкам в специальных целях: студенты, которые учатся общению в профессионально-деловой сфере, «занимают максимально активную позицию в процессе обучения, четко представляют, какой практический результат и в какие сроки хотели бы получить,... поэтому очень важно определить: чему учить, какой языковой материал, в каком объеме и в какой последовательности вводить в учебные пособия, чтобы обеспечить покрытие реальных потребностей учащихся».

5.2. Основные компоненты лингвистической компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

Лингвистическая компетенция в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации включает лексическую, морфологическую, синтаксическую, орфографическую, пунктуационную, семантическую, стилистическую, графическую компетенции. Компоненты лингвистической компетенции – это не отдельные, автономные «блоки», не связанные между собой. Напротив, лингвистическую компетенцию можно представить в виде системы взаимопересекающихся полей:

Схема 1. Компоненты лингвистической компетенции



Под лексической компетенцией в сфере профессионально-деловой коммуникации понимается знание словарного состава подсистемы языка, которая «обслуживает» письменную профессионально-деловую коммуникацию, умения правильно образовывать слова, корректно, адекватно, уместно их употреблять. В лексический фонд подсистемы языка профессионально-делового письма, помимо общепотребительных слов литературного языка, входят:

– *термины (и терминосочетания)*: специальные, юридические, экономические, технические (*вексель, форс-мажор, реквизит, вес брутто, вес нетто, цессия контракта* и т.д.);

– *специальная лексика* официально-делового стиля: *надлежащий, содеянное, нижеследующий, вышеперечисленные*;

– *номенклатурная лексика*: *номенклатура должностей (менеджер по персоналу, коммерческий директор), номенклатура товаров (Волга-2411, ЗИЛ-130, бензин А-76), номенклатура предприятий (ООО, ЗАО, ИЧП) и т.п.*;

- *сложносокращенные слова* (ООН, ЮНЕСКО, СНГ);
 - *процедурная лексика*, которая называет конкретное действие, лицо, предмет или признак в официально-правовой интерпретации: *истец, ответчик, постройка* (дом, здание и т.п.);
 - *слова-классификаторы* (по определению М.В. Всеволодовой, это слова, самостоятельной семантической нагрузки не имеющие, определяющие категориальный класс называемых объектов): **процесс** производства, **процесс** создания и т.п.;
 - *слова-экспликаторы* (согласно трактовке М.В. Всеволодовой, это слова, которые называют, «эксплицитно представляют» тип действия или отношения, содержание которого описывается следующим за ним существительным): **производить** начисления, **осуществлять** продажи и т.п.;
 - слова, обозначающие *родовые понятия*: *продукция, товары, техника, аппаратура*;
 - *устойчивые словосочетания*: *акт неповиновения, по линии сотрудничества, в целях совершенствования* и т.д.;
 - *формулы этикета* делового письма, знание которых чрезвычайно важно для специалиста.
- Приведем основные этикетные формулы, которые используются при составлении деловых писем:

Таблица 1. Формулы этикета делового письма

Обращение	Уважаемый/Глубокоуважаемый Александр Владимирович (господин Иванов/ господин ректор)! Уважаемые коллеги /господа! Дорогие коллеги/друзья! (в полуофициальных и неофициальных письмах)
Благодарность	Выражаем признательность за ... / благодарность за .../ Мы признательны Вам за .../ Благодарим Вас за...
Просьба	прошу / просим / обращаемся с просьбой ...; (убедительно) просим / прошу..., просим рассмотреть / принять к рассмотрению
Отказ в выполнении просьбы	вынуждены отказать в просьбе о ...; не представляется возможным оказать помощь...;
Предложение	Предлагаем...; Хотим предложить Вашему вниманию...; Можем предложить Вам ...; обращаемся (к Вам) с предложением....
Отклонение предложения	Предложение отклонено по следующим причинам...; Ваше предложение не может быть принято по следующим причинам..; Ваш проект не может быть утвержден...
Извинение	Просим извинить за...; Приносим извинения за...
Предупреждение	Вынуждены Вас предупредить... / Вам напомнить... / Напоминаем, что....
Несогласие	Вынуждены выразить несогласие... / По этому вопросу мы придерживаемся другой точки зрения... / занимаем другую позицию...
Претензия	Хотим / вынуждены сообщить / обратить ваше внимание на .../ довести до Вашего сведения ...
Приглашение	Приглашаем...; Просим принять участие в ...Имеем честь пригласить Вас на... / принять участие в.../ посетить...; Мы будем признательны, если Вы сможете посетить.../ принять участие в ...

Лингвистическая компетентность в сфере письменного профессионально-делового общения невозможна без овладения лексическим минимумом профессионально-деловой коммуникации (терминами, номенклатурными, процедурными наименованиями и т.д.): студенты должны знать значения слов, их сочетаемость, системные (синонимические, антонимические, родо-видовые) и др. связи.

Морфологическая компетенция в сфере письменного профессионально-делового общения предполагает знание морфологических средств (в том числе специфических морфологических средств письменной профессионально-деловой коммуникации, а также особенностей употребления общеязыковых морфологических средств) и умения их правильного употребления в процессе коммуникации. К специфическим морфологическим характеристикам профессионально-делового письма относятся:

– высокая частотность *отглагольных существительных*: **выполнение** условий договора, порядок **заключения** контракта;

– использование *существительных* мужского рода для обозначения профессий: *преподаватель Иванова, бухгалтер Петрова, учебный мастер Васильева* и т.п.;

– большое количество *отыменных предлогов*: *согласно, соответственно, вопреки, в отношении, во избежание, в целях, касательно* и т.п.;

– большое количество *субстантивированных прилагательных и причастий*: *нижеподписавшиеся, отдыхающие, больной*;

– специфика в употреблении *местоимений*: а) использование *указательных* местоимений *данный, настоящий, соответствующий, известный, указанный, вышеуказанный* вместо местоимений *этот, тот, такой*; б) почти полное отсутствие в деловых текстах *неопределенных* местоимений *некто, какой-то, что-то, кое-кто*; в) использование *личных* местоимений: профессионально-деловой текст излагается не от собственного «я», а от собственного «мы» (как правило, само местоимение не употребляется: окончание глагола-сказуемого указывает на первое лицо множественного числа: *настоящим сообщаем, что...; направляем копию договора...* и т.д.). Личные местоимения третьего лица «он», «она», «они» используются ограниченно: эти местоимения обезличивают субъекта действия и придают письму оттенок фамильярности;

– низкая частотность *глаголов* в профессионально-деловых текстах: на каждую тысячу слов приходится 60 глаголов, в то время как в научном стиле их количество равно 90, а в художественной речи – 151; большое количество глаголов с семантикой *долженствования* (*следует, надлежит, вменяется, обязуется*) и *отвлеченных глаголов* с бытийной семантикой (*является, имеется*); частотность *неличных форм глагола* – *причастия, деепричастия, инфинитива*, который часто выступает в значении *повелительного наклонения* (*рекомендовать, изъять из употребления* и т.д.);

– употребление *формы залога глагола*: как известно, действительный залог обозначает активного субъекта действия (*Вы не выполняете принятые на себя обязательства*), в то время как использование *страдательного залога* позволяет акцентировать внимание на ситуации, а не на человеке, поведение или действия которого привели к ее возникновению (*Принятые обязательства не выполняются*). В письменной профессионально-деловой коммуникации страдательный залог достаточно активен (особенно в деловой документации), он используется в тех случаях, когда действие более важно, чем его субъект (*поставка осуществляется...; оплата гарантируется...; документы получены...*) или субъект действия очевиден (*Сроки поставки определены*.);

– преобладание *настоящего времени глагола* в значении *предписания* (*Поставщик несет ответственность за качество товара*).

Синтаксическая компетентность в сфере профессионально-делового письма выражается в знании синтаксических средств (в том числе специфических характеристик синтаксиса профессионально-деловых текстов, а также особенностей употребления общеязыковых синтаксических средств); умении правильно строить и фиксировать на письме словосочетания, предложения, выражающие актуальные для профессионально-деловой коммуникации смыслы и интенции. К особенностям синтаксиса профессионально-делового письма, можно отнести:

– преобладание прямого порядка слов в предложениях: *Качество продукции должно полностью соответствовать ГОСТу. Гарантийный срок составляет месяц со дня поставки товара.* В профессионально-деловых текстах, как правило, подлежащее предшествует сказуемому, согласованное определение – определяемому слову (*гарантийные обязательства, поставляемое оборудование*), управляющее слово – управляемому (*направить заказчику, выслать по адресам*);

– наличие стандартизованных конструкций (словосочетаний, предложений), которые в деловой документации не создаются, не придумываются пишущим, а воспроизводятся в готовом виде: *в случае невыполнения обязательств; фирма..., в дальнейшем именуемая «Покупатель»;* Все приложения к контракту составляют его неотъемлемую часть и т.д.;

– конструкции, содержащие большое количество номинализаций (названий событий с помощью не предложения, а именного словосочетания): *Исполнитель обязуется хранить бухгалтерскую документацию **об использовании выделенных средств** в течение 2 лет со дня **получения суммы** для **возможной дальнейшей сверки целевого использования средств**;*

– конструкции, содержащие цепочки несогласованных определений;

– конструкции, содержащие открытые однородные ряды (*Принято решение: 1)...; 2)...*);

– конструкции с краткими прилагательными *должен, обязан* и т.п., которые часто употребляются в деловых документах;

– *инфинитивные, модальные, пассивные модификации* базовых моделей предложений, характеризующиеся высокой частотностью в профессионально-деловом письме: *оплата гарантируется, документация направлена* и т.д.;

– конструкции, осложненные *вводными словами, словосочетаниями и предложениями*. Такие конструкции широко употребляются в деловых письмах, потому что позволяют «смягчить» тональность претензии, высказанной в деловом письме, категоричность мнения или указания руководителя подчиненному, снизить напряженность в конфликтной ситуации, например, в ситуации отказа: **К (большому) сожалению, мы не можем принять Ваше предложение/удовлетворить Вашу просьбу** и т.д.... Вводные конструкции – одно из важнейших средств связи между частями профессионально-делового текста (*Как было сказано/указано выше..*), между текстами, что показывает осведомленность и интерес автора письма к совместному сотрудничеству, к мнению, позиции адресата, которые были выражены в предыдущем послании;

– преобладание *косвенной речи*: прямая речь допустима только в случаях цитирования: ГОСТА, законодательного акта и т.д.;

– *синтаксический параллелизм*:

Договор

1. Предмет договора

1.1. Исполнитель обязуется...

1.2. Заказчик обязуется...;

– преобладание союзной связи в сложном предложении над бессоюзной; сочинительной – над подчинительной; условной – над всеми другими видами подчинительной связи;

– специфические *средства связи* между частями сложного предложения, например: *(а) равно.., равно как и ...* и т.п.;

– рубрикация как способ композиционно-логической организации текста и т.п.

Пунктуационная компетентность в сфере профессионально-делового письменного общения – знание знаков препинания, правил их постановки и умение их корректного использования в процессе письменной профессионально-деловой коммуникации.

Русская пунктуация – одна из самых сложных. Еще в 1869 году В. Классовский писал: несмотря на то, что пунктуационные системы существуют почти во всех языках мира, знаки препинания (или вернее – важнейшие их них, т.е. запятые) ставятся в русском языке в два раза чаще, чем при одинаковых условиях в других языках.

Особенности пунктуационного оформления профессионально-деловых текстов имеют национально-культурную специфику. Так, весьма существенно различаются этикетные блоки, завершающие деловые письма. Русскоязычное деловое письмо, как правило, заканчивают так:

С уважением,

(Подпись).

Завершающий этикетный блок делового письма, составленного англичанином, чаще всего выглядит следующим образом:

Best regards,

(Signature).

В деловом письме, отправленном бизнесменом из Нигерии, мы найдем такое «прощание» (по материалам исследования И.В. Драбкиной):

Thanks.

Best regards.

(Signature).

Использование в данной позиции точки вместо запятой и русский деловой партнер, и англичанин могут воспринять как резкость, агрессию или пренебрежение. Поэтому подобные особенности важно учитывать в процессе межкультурного письменного профессионально-делового общения.

Орфографическая компетенция в сфере письменного профессионально-делового общения – умения в процессе создания письменного профессионально-делового текста фиксировать языковые единицы в соответствии с орфографическими нормами русского языка. Рассмотрим некоторые особенности орфографии профессионально-делового письма, которые вызывают наибольшие трудности у студентов.

Использование строчных (маленьких) и прописных (заглавных, больших) букв в русском языке в целом и в письменной профессионально-деловой коммуникации строго регламентировано. По-разному пишутся названия государственных органов, политических организаций, их подразделений (*Комитет Совета Федерации по налоговой политике и таможенному регулированию – депутатская комиссия*), общественных объединений (*Союз женщин России – партия «Свободная Россия»*), должностей (*Председатель палаты – председатель комиссии Совета Федерации*). И.Б. Голуб приводит такие правила написания прописных и строчных букв, которые должен знать каждый будущий специалист:

– с прописной буквы пишется первое слово в названиях предприятий, объединений, акционерных обществ, например: *Российское акционерное общество энергетики и электрификации*;

– в названиях предприятий, объединений, акционерных обществ, выделяемых кавычками, первое слово и имена собственные пишутся с прописной буквы: *промышленно торговое швейное объединение «Москва»*. Слова *Государственный, Российский* в этом случае пишутся с прописной буквы: *Российское акционерное общество «Газпром»*;

– географическое название в определении при выделяемом кавычками названии предприятия пишется со строчной буквы: *ставропольское промышленно-торговое объединение «Кавказ»*;

– названия, содержащие имя собственное, номер, пишутся со строчной буквы: *металлургический завод имени А.И. Серова*, но: *Орловский металлургический завод имени Медведева*;

– в названиях учреждений и организаций единичного характера с прописной буквы пишутся первое слово и имена собственные: *Российская книжная палата*.

Трудности вызывает также запись информации, выраженной цифрами. Деловые письма и документы изобилуют цифрами, и неправильная запись количественных данных может помешать

правильному пониманию всего профессионально-делового текста. В.В. Паневчик сформулировал следующие рекомендации по записи такой информации:

– *словами* принято обозначать простые количественные числительные без указания единиц измерения (*Сопроводительных документов должно быть не менее двух*), числительные, обозначающие временные периоды или границы (*Срок поставки товара – две-три недели*);

– *цифрой* обозначается простое число с указанием единицы измерения (*Требуется 2 т цемента*);

– *многозначные числа* записываются числами, если они стоят в конце предложения, и словами, если с них начинается предложение: *Пятьсот тонн цемента было доставлено по указанному адресу. – По указанному адресу было доставлено 500 т цемента*;

– *многозначные целые числа* принято записывать, разбивая цифры пробелами: *100 000 руб.*;

– в *порядковых числительных*, которые обозначаются арабскими числами, обычно указывают падежные окончания: *5-ая поставка, по 7-му классу точности*. При перечислении порядковых числительных падежное окончание указывается после последнего: *изделия 1, 2, 3-го сорта*;

– *порядковые номера месяцев, кварталов* по традиции записывают римскими цифрами (в этом случае падежные окончания не указывают): *II квартал*;

– *определение, выраженное сложным словом*, может включать цифру: *50-процентный, 10-метровый*. Допускается сокращение второй части сложного слова: *50-км*.

Наиболее распространенные *условные обозначения* в профессионально-деловых текстах таковы:

– названия единиц измерения: *мм, см, кг, л, %*;

– год, названия месяцев: *1979 г., янв.*;

– сокращения, принятые в финансовой документации: *ИНН, наклад. №, расч.счет №, сч. № ; СВИФТ код*;

– почтовые сокращения: *ул. Чертановская, д. 2, корп. 15*;

– традиционные текстовые и «эпистолярные» сокращения: *т.к., и т.д., и др., P.S. и т.д.*;

– сокращенные названия документов: *ГОСТ, ТУ*;

– сокращенные наименования должностей: *зам.директора, ст. лаборант*;

– обращение к адресату: *господа – гг., господину – г-ну, госпожа – г-жа*.

Необходимо помнить, что в одном и том же тексте недопустимо использование разных обозначений одного и того же предмета или понятия.

С орфографической компетенцией тесно связана компетенция *графическая* – умения правильного начертания и корректного использования знаков – букв, цифр, типов шрифтов, особых знаков электронного делового письма и т.д. Пишущий, безусловно, должен заботиться и о том, чтобы знаки письма (напечатанного или написанного от руки) были удобны для восприятия, отчетливо видимы.

Первым о необходимости разделения графики и орфографии заговорил И.А. Бодуен де Куртенэ, который выделял «части» в отношениях между русским письмом и русским языком: русский алфавит (графические средства, с помощью которых обозначаются звуки русского языка и их сочетания), русская графика (связь «писано-зрительных» элементов с элементами только произносительно-слуховыми, в отвлечении от ассоциаций с представлениями морфологическими и семасиологическими) и русская орфография (связь «писано-зрительных» представлений не только с представлениями произносительно-слуховыми, но также с представлениями морфологическими и семасиологическими).

Графика (от греч. «пишу») – это «совокупность начертаний, с помощью которых передается на письме устная речь: буквы алфавита – графемы (прописные и строчные), знаки ударения, знаки препинания (правила их употребления относятся к пунктуации), дефис, черточка, пробелы между словами;

способы обозначения фонем и их начертаний при помощи букв; система соотношений между буквами и фонемами в тексте» (Э.В. Кромер).

Русское письмо фонемографическое. Фонемография – письмо фонемами, или письмо звуками. В русской речи существует неопределенное множество разных звуков: мы их по-разному произносим и по-разному слышим. В зависимости от функций звуки «объединяются» в фонемы. Фонема дает общее представление о звуке. Например, в словах дверь и дар фонема <р> представлена звуками [р'] и [р], которые отличаются друг от друга (мягкий – твердый).

Особое внимание формированию графической компетенции следует уделять при обучении культуре русскоязычного письменного профессионально-делового общения иностранных специалистов. В диссертационном исследовании Е.Н. Стрельчук установлены основные трудности, с которыми сталкиваются иностранные студенты при овладении русской графикой. В первую очередь они должны освоить технику письма: научиться записывать русские буквы. Полный перечень букв – графем – в общепринятом порядке составляет алфавит (в русском алфавите 33 буквы, причем каждая из них имеет две разновидности – строчную и прописную). Но чтобы правильно писать по-русски, иностранному студенту недостаточно знать алфавит. Необходимо иметь представление об особенностях обозначения на письме звуков (фонем) в словах. В русском языке имеются буквы и для согласных, и для гласных звуков. В этой связи графические навыки иностранных студентов формируются параллельно с фонетическими: в сознании учащихся устанавливается связь между каждым звуком (фонемой) и вариантами его графического изображения. Однако для обозначения фонемы в одних позициях оказывается достаточно слуховых навыков, в других случаях опора на указанные навыки не приносит необходимого результата. На этом основании в теории современного русского письма сложились понятия оппозиционного характера: «сфера графики (сфера фонем в сильной позиции) – сфера орфографии (сфера фонем в слабой позиции), то есть нормы графики – нормы орфографии, которые устанавливают на письме правила обозначения графогамм и орфогамм» (Л.Б. Селезнева). Е.Н. Стрельчук подчеркивает, что условия обучения иностранцев русской графике и орфографии отличаются от условий обучения русских детей в школе. За девять месяцев студенты должны научиться правильно писать все выученные слова, что предполагает серьезнейшую работу преподавателя.

Характеризуя *семантическую компетенцию*, ученые выделяют такие ее составляющие, как знание возможных способов выражения определенного значения – лексической, синтаксической синонимии (*в соответствии с законом / согласно закону; в связи с нарушением сроков поставки / В связи с тем, что сроки поставки были нарушены*), умения вариативно выражать определенное значение и умения из множества языковых средств выбрать те, которые точно соответствуют коммуникативным целям говорящего и условиям общения (*из-за задержки груза, но **благодаря** своевременной оплате*) и т.д.

Стилистическая компетентность предполагает сформированную способность употреблять языковые средства в соответствии с законами жанра (письмо-предложение, благодарность, рекламация и т.д.) и особенностями ситуации общения (строго официальная, официальная, неофициальная).

Студенты также должны владеть навыками работы с толковыми, орфографическими и др. словарями и справочниками: знать, в каких специальных изданиях можно узнать или уточнить написание того или иного слова, особенности его сочетаемости, выяснить синонимы, антонимы и т.д. Студенты также должны знать, какова структура словаря, словарной статьи, понимать системы сокращений, уметь находить необходимые слова, расположенные по принципам лексикографических изданий разных типов.

5.3. Формирование лингвистической компетентности будущих специалистов в сфере письменного профессионально-делового общения: традиции и новации.

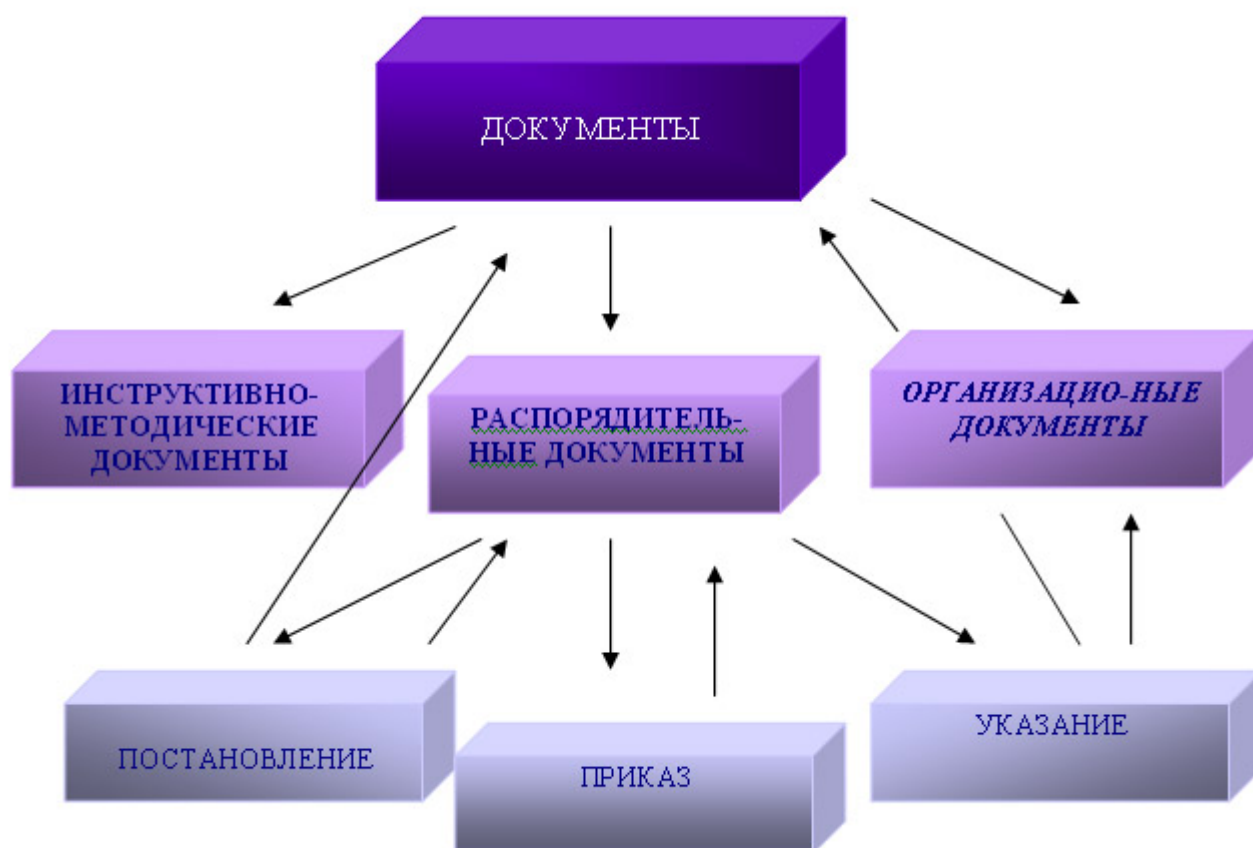
«Людей надо учить так, как если бы вы их не учили».

Д. Карнеги

Лингвистическая компетентность – важнейший компонент культуры письменной профессионально-деловой коммуникации: без знания соответствующих средств языка, без умений их правильного использования невозможно профессионально-деловое общение. Поэтому разработка эффективной методической стратегии формирования лингвистической компетенции в сфере письменного профессионально-делового общения, основанной на данных психолингвистики, когнитивистики, теории усвоения, новейших достижениях лингводидактики, – одна из важнейших методических задач.

Лингвистическая компетентность – это прежде всего владение лексическим минимумом письменной профессионально-деловой коммуникации: если студент не будет знать соответствующие термины, номенклатурные наименования, процедурную лексику и т.д., у него просто не будет возможности применить навыки стилистического выбора слов, их графической фиксации или знания правил орфографии и пунктуации. Т.В. Ахутиной установлено, что в когнитивной системе человека индивидуальный лексикон организован по принципу каталога, в котором есть многочисленные отсылки от одной лексемы ко многим другим:

Схема 2. Организация индивидуального лексикона в когнитивной системе.



Небольшие участки индивидуального словаря организованы в блоки по разным принципам: по ассоциации, по сходству формы, семантики, по тематическому принципу, например: номенклатура товаров, номенклатура должностей, единицы измерения, счет, названия месяцев, дней недели и т.д. Блоки формируются а) стихийно в результате многократных повторений предикативных единиц в практике общения: *декабрь – зимний месяц; январь – зимний месяц; февраль – зимний месяц* или б) в результате усвоения правильно отобранной, сгруппированной и отработанной лексики.

Согласно этой концепции, лексика, составляющая необходимый минимум для успешной письменной профессионально-деловой коммуникации, в когнитивной системе человека и представляет

собой такой «каталог», состоящий из многочисленных блоков, соединенных разнонаправленными функциональными связями. Поэтому в процессе работы над терминами, процедурными, номенклатурными наименованиями и т.д. необходимо включать каждое новое слово в возможно большее количество связей: синтагматических, парадигматических, тематических и т.д. Как сказал известный американский исследователь, слова иностранного языка похожи на пленных солдат вражеской армии – им легко сбежать в одиночку, но намного труднее сделать это группой.

Трудность формирования лексической компетенции связана со сложностью лексической семантики, скрытым характером лексической системности, многоаспектностью слова, которое обладает не только лексическим, но и грамматическим, словообразовательным, лингвокультурологическим значением. Поэтому большинство методистов считает, что новую лексику нужно вводить дозированно, порциями и на одном занятии отрабатывать от 7 до 20. Авторы интенсивных методик обучения считают, что за одно занятие студент в состоянии запомнить от 60 до 120 новых слов. Однако необходимо решить, хотим ли мы, чтобы слово было усвоено как единица языка (во всей совокупности его синтагматических, парадигматических, тезаурусных связей – антонимов, синонимов и т.д.) или только как единица речи (в той форме, в которой оно встретилось в предложении).

Когнитологи выделяют основные факторы, влияющие на запоминание материала: характер запоминаемого материала, условия запоминания, условия воспроизведения. Запоминаемый материал должен быть важным, значимым для человека, поэтому преподаватель должен объяснить студенту, где, как, с какой целью он будет использовать языковой материал в процессе общения. При организации запоминания новых слов необходимо предъявлять материал в интересной форме, обеспечить произвольное внимание и произвольный контроль. В процессе учебного воспроизведения (во время тренировки) необходимо следить за тем, чтобы студенты употребляли слова в правильном контексте, в нужном значении, с учетом сочетаемости и других важных характеристик слова. Для того чтобы облегчить запоминание новых слов, можно применять мнемотехнические приемы:

- 1) группировать слова на основании тематического принципа;
- 2) использовать ключевые слова;
- 3) выписывать слова на специальные карточки. [Л.В. Щерба](#) говорил о том, что «это уже является хорошей тренировкой». Карточки могут быть цветными: номенклатурные обозначения должностей могут быть напечатаны на синих карточках (или написаны синим маркером), номенклатура товаров – на красных и т.п.;
- 4) создавать личные контексты запоминания;
- 5) многократно повторять новые слова. Необходимо, однако, учитывать, что прочность запоминания, по данным специальных исследований, зависит не от количества механических повторений, а от количества вызовов слова из памяти, причем желательно в разных контекстах.

Трудность формирования морфологической, синтаксической, орфографической компетенции связана с тем, что грамматика «не дана нам в непосредственном опыте и наблюдении» ([Л.В. Щерба](#)), поэтому роль грамматики как механизма порождения речи не столь очевидна. Вместе с тем без знания грамматики невозможно речевое общение. Как отмечают исследователи (Г.А. Золотова, М.В. Всеволодова, [З.Н. Иевлева](#) и др.), методическая стратегия, целью которой является обучение практическому владению грамматикой, не может опираться ни на одно «самое лучшее», «самое современное» теоретическое описание грамматической системы русского языка. Нужна практическая, педагогическая грамматика, позволяющая студенту понять, «что такое» грамматическое явление, как устроена грамматическая единица, как ее употреблять в процессе общения.

Исследования показали, что в когнитивной системе человека грамматические единицы представлены в виде ментальных (мыслительных) схем, которые обобщают все возможные в каком-либо языке типы синтаксических отношений. В современной методике эти схемы представляют в виде моделей. Модели – это образцы, в которых в скрытой форме представлены все грамматические сведения, необходимые для построения той или иной синтаксической единицы: синтаксемы (синтаксической формы

слова), словосочетания или предложения. Модель синтаксической единицы двухкомпонентна, ее первый компонент – семантика класса единиц, второй компонент – структурная схема: как образуются синтаксемы, как строятся словосочетания и предложения, передающие в речи то или иное значение. Студенту модель предъявляют в составе комплексного речевого образца: типовое значение + структурная схема + «реальное» словосочетание или предложение, которое студент может встретить в деловом письме или документе.

Особое внимание при обучении профессионально-деловому письму следует уделять формированию пунктуационной компетенции. Важно учитывать принципы русской пунктуации: смысловой, синтаксический, интонационный. Предложение невозможно без мысли, которая за ним стоит, поэтому ведущей стороной исследователи признают смысловую (Е.Н. Стрельчук, А.Ф. Ломизов и др.), которая определяет и интонационный и синтаксический аспекты речи. Как пишут Н.С. Валгина и Д.Э. Розенталь, «пунктуация в русском языке строится в значительной степени на синтаксической основе. Однако это не означает, что пунктуация отражает синтаксическую структуру предложения, подчиняется ей: последняя в свою очередь обусловлена смыслом высказывания. Поэтому исходным моментом для строения предложения и для выбора знаков препинания является смысловая сторона речи». Следовательно, пунктуация органически связана с синтаксисом, который, в свою очередь, во многом определяется смыслом высказывания.

Большую роль в постановке знаков препинания играет и интонация, потому что она является важным средством выражения смысла. Современные ученые приступили к исследованию фонетико-интенциональной стороны речи (Петрова Н.Э. и др.), рассматривая интонационные конструкции как средство выражения речевых интенций. Как отмечает Г.И. Блинов, в отдельных случаях интонация может подсказать и место знака препинания, и сам знак препинания. Пунктуационное оформление письменного текста во многих случаях соответствует синтагматическому членению: *В деликатности соединяются и честность, / и справедливость, / и деятельное участие в судьбе ближнего (Г.А. Добролюбов)*. Поэтому при формировании пунктуационной компетентности преподаватель должен обучать и правильному интонированию предложений, и их синтаксическому анализу. Как отмечают исследователи (Е.Н. Стрельчук, А.Ф. Ломизов и др.), необходимо учить студентов выразительно читать, обращая внимание на знаки препинания, помогать устанавливать соответствия между знаками препинания, интонацией и смыслом. Выразительное чтение помогает студентам фиксировать внимание на правилах пунктуации.

При формировании морфологической, синтаксической, орфографической компетенции в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации необходимо также учитывать следующие положения:

1) грамматические знания должны быть системными. Не следует стараться предъявить всю информацию сразу, не нужно также спешить с объяснением нового явления, которое случайно встретилось в речи, лучше немного повременить и дать подробные инструкции на занятии, специально посвященном этой теме;

2) грамматическое правило должно выглядеть не как пространное теоретическое рассуждение, а как инструкция: что представляет собой грамматическое явление, как «устроена» синтаксическая единица, как ее правильно использовать в письменной коммуникации;

3) тренировка грамматического материала не должна быть механической (когда орфограммы, пунктограммы предъявляются списком с заданием «дома все выучить наизусть»). Такое механическое запоминание не приводит к умению правильного употребления языковых единиц;

4) необходимо максимально учитывать *когнитивный стиль и тип* студентов: аналитический тип лучше запоминает материал в таблицах, обобщениях, правилах, коммуникативный тип – в речевой практике.

Центральное звено любой методической стратегии – система упражнений. В современной методике созданы эффективные системы упражнений по формированию языковой компетенции будущих специалистов, которые представлены в многочисленных практикумах по русскому языку и культуре русской речи (Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003; Культура устной и

письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – М.: Флинта: Наука, 2006 и др.). Разрабатываются и инновационные технологии, методы и формы обучения грамотному профессионально-деловому письму. Рассмотрим некоторые наиболее интересные инновационные формы работы, которые позволяют оптимизировать овладение лингвистической компетентностью в сфере профессионально-делового письма.

Работа в *малых группах сотрудничества* дает возможность ускорить усвоение всех основных компонентов лингвистической компетенции: лексическим минимумом профессионально-делового общения, навыками и умениями правильного образования, употребления лексических единиц; морфологическими и синтаксическими явлениями, характерными для письменного профессионально-делового общения; навыками и умениями графического, орфографического, пунктуационного оформления профессионально-делового текста.

Идея обучения в сотрудничестве была сформулирована в 20-е годы прошлого столетия Д.Дьюи, метод был детально разработан в 70-е годы (Р. Джонсон, Д.Джонсон, Р. Славин, Э. Аронсон). Как отмечают ведущие российские методисты (Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина и др.), этот метод, который имеет несколько вариантов, позволяет каждому студенту понять и освоить материал, а преподавателю дает возможность максимально полно учесть специфику познавательных способностей, когнитивного стиля каждого обучающегося.

Сущность метода заключается в том, что формируется небольшая группа студентов (от двух до шести человек), которые могут иметь одинаковый (Р. Славин) или разные (Р. и Д. Джонсоны) уровни учебных достижений, – каждый из вариантов имеет свои преимущества. Группа получает задание (систему упражнений, к примеру, направленную на формирование навыков орфографического, графического, пунктуационного оформления профессионально-делового текста). Работу можно организовать разными способами: или каждый член команды получает свою часть задания и выполняет ее синхронно с другими студентами, или задания выполняются «по вертушке»: первый студент выполнил свою часть задания, прокомментировал процесс выполнения и пояснил результаты, дальше работу продолжает второй студент, после него – третий и т.д. Каждый студент выполняет свою часть работы самостоятельно, но он может получить консультацию у других членов группы, проверка также осуществляется членами группы совместно, так как успех всех зависит от успеха каждого – предусмотрена награда (одна на всех) в виде балльной оценки, поощрения, другого значка отличия. Такая форма предполагает самостоятельную работу каждого студента в постоянном взаимодействии с другими членами группы, стимулирует всех членов команды приходить друг другу на помощь и в то же время не бояться за помощью обращаться. Работу можно организовать как соревнование: какая группа справится с заданием лучше и быстрее других.

Деловые игры можно использовать на этапе автоматизации лексических, орфографических, пунктуационных и других навыков и умений. Этот метод очень популярен в современном обучении умениям иноязычного общения. Исследователи (Е.С. Полат, М.Ю. Бухаркина, А.А. Вербицкий и др.) отмечают, что игра как средство обучения стимулирует развитие творческого профессионального мышления, дает возможность систематизировать знания, навыки, умения. Дж. Брунер, специалист в теории игрового обучения, писал, что обеспечить интерес студента к учебному предмету легко, когда обучение происходит в контексте жизни и действия, но становится трудным, когда обучение носит абстрактный характер. Л.С. Выготский отмечал: игра – средство усвоения социальных установок. В деловой игре как формирование, так и развитие навыков и умений функциональны – происходят в контексте профессионально значимых условий. Основные компоненты деловой игры – роли, игровые действия, игровые средства, отношения между играющими. В ней обязательно наличие организатора, роль которого играет преподаватель, однако некоторые организаторские функции он может делегировать студенту или нескольким студентам. А.А. Вербицкий формулированы психолого-педагогические принципы игрового обучения: 1) имитационное игровое моделирование содержания будущей профессиональной деятельности; 2) проблемность содержания; 3) совместная деятельность участников в условиях ролевого взаимодействия; 4) диалогическое общение и взаимодействие партнеров по общению; 5) двуплановость игровой деятельности, когда достижение цели служит средством развития личности обучаемых.

В деловой игре моделируется ситуация, возможная в условиях реального профессионально-делового общения. Пример ситуации, которая может быть использована для формирования лингвистической компетентности студентов, – «Личный помощник руководителя» / «Секретариат руководителя»: главный менеджер (коммерческий директор, начальник отдела и т.п.) просит личного помощника (руководителя секретариата, в подчинении которого находится несколько сотрудников: редактор, корректор и т.п.) написать письмо-рекламацию (предложение, жалобу, гарантийное, сопроводительное письмо и т.д.). Руководителем подготовлен список основных претензий (предложений, условий), задача личного помощника (помощников) – составить текст письма, отвечающий всем необходимым нормам и правилам. Наличие предварительной «заготовки» важно, т.к. объект тренировки – только лингвистические знания, навыки, умения.

Инфокоммуникационные технологии могут оказать существенную помощь как в овладении языковыми средствами, так и в усвоении норм, правил письменной профессионально-деловой коммуникации, при формировании навыков и умений корректного построения, употребления в речи лексических единиц и грамматических явлений. Основными типами обучающих программ являются тренировочные, наставнические, проблемного обучения, имитационные и моделирующие, игровые (А.Д. Гарцов).

Использование *наставнических программ* (предназначенных для усвоения знаний в форме диалога) целесообразно на этапе овладения нормами профессионально-делового письма, правилами и формулами делового этикета. В диалоговом режиме обучающийся усваивает необходимую информацию, одновременно происходит контроль правильности и точности усвоения, в случае необходимости осуществляется коррекция.

Тренировочные программы предназначены для закрепления приобретенных знаний, тренировки навыков правильного употребления терминологических, номенклатурных и др. единиц, навыков построения словосочетаний и предложений, их графического и пунктуационного оформления. Тренировочные программы дают возможность многократного повторения однотипных действий, что позволяет достичь нужной степени устойчивости, автоматизма языкового навыка.

С помощью *имитационных и моделирующих программ* можно создать ситуацию общения, близкую к естественной, сформулировать коммуникативные задачи, типичные для письменной профессионально-деловой коммуникации. В процессе решения этих задач студенты учатся применять полученные знания и сформированные языковые навыки.

Большие возможности для формирования умений письменной профессионально-деловой коммуникации предоставляет *интернет*. Преподаватель может организовать учебную «деловую переписку» со студентом/студентами, направлять и корректировать процесс формирования лексических, грамматических, стилистических и др. навыков и умений в режиме on-line.

Оптимальным средством контроля уровня сформированности лингвистической компетентности будущих специалистов в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации являются языковые тесты – компьютерные и на бумажных носителях. Объектами контроля в языковом тесте служат владение лексическими, грамматическими средствами письменного профессионально-делового общения, знание норм профессионально-делового письма, умение пользоваться языковыми средствами в процессе решения задач общения. Компьютерная форма тестирования имеет существенные дополнительные преимущества: преподаватель избавлен от трудоемкой проверки, оценка, которую «выставляет машина», как правило, не вызывает у студентов вопросов и т.д.; преподаватель имеет возможность получить объективные, строго выверенные данные о реальных учебных достижениях студента.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема V: «Лингвистическая компетентность будущего специалиста в сфере русскоязычного профессионально-делового общения».

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое *лингвистическая компетенция в сфере русскоязычного профессионально-делового общения*? Кратко расскажите об истории становления понятия *лингвистическая компетенция*.
2. Какие компоненты входят в структуру лингвистической компетенции в сфере русскоязычного профессионально-делового письма?
3. Что такое *языковой паспорт человека*?
4. Каковы особенности лексического фонда письменной профессионально-деловой коммуникации?
5. Назовите специфические морфологические характеристики профессионально-делового письма.
6. Каковы особенности синтаксиса профессионально-делового письма?
7. Что такое *пунктуационная компетентность в сфере письменного профессионально-делового общения*?
8. Какие особенности орфографии профессионально-делового письма вызывают наибольшие трудности у студентов?

Самостоятельная работа: разработка системы упражнений по формированию лингвистической компетентности в сфере письменного профессионально-делового общения (лексическая и грамматическая темы по выбору слушателя).

Практическое занятие (мастер-класс): Формирование лингвистической компетентности в сфере профессионально-делового письма (апробация разработанной системы упражнений).

Тема VI: «Дискурсивная компетенция в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации»

6.1. Дискурсивная компетенция в сфере письменного профессионально-делового общения: определение, основные признаки.

6.2. Дискурсивные стратегии и тактики русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

6.3. Инновационные методы и формы развития дискурсивной компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.



«Слово имеет великую силу, и созидательную, и разрушительную. Все хорошо на своем месте...»

Е. Ширяев

Дискурсивная компетенция в сфере письменного профессионально-делового общения: определение, основные признаки. Дискурсивные стратегии и тактики русскоязычного письменной профессионально-деловой коммуникации. Инновационные методы и формы развития дискурсивной компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

6.1. Дискурсивная компетенция в сфере письменного профессионально-делового общения: определение, основные признаки.

Речь человека – действенное оружие, каждый народ в пословицах и поговорках выразил убеждение в великой силе слова, которое и лечит, и «до Киева доведет», и «дружину водит», и «царствами ворочает». С помощью удачного выступления, правильно составленного делового письма можно «нежелание превратить в желание», изменить точку зрения, мнение, поведение человека.

Один из лучших римских ораторов Домиций Афер защищал в суде знатную римлянку Домициллу, жену человека, осужденного за политическое преступление. Домицилла осмелилась похоронить мужа в те времена, когда закон запрещал даже оплакивать близких. Ее обвинили сыновья, братья и друзья выступили против нее. Афер, который вел это дело, воздержался от пылкости и негодования, от энергичных требований во имя прав человечности. Вместо этого он смог подобрать такие слова, благодаря которым слушатели сумели понять и почувствовать любовь Домициллы к мужу, ее верность семейному долгу и глубочайшую скорбь. Речь Афера спасла женщине жизнь. Известен и другой пример: Сократ, который имел славу лучшего оратора и произнес прекрасную речь в свою защиту, не смог убедить граждан Рима, и они приговорили его к смерти.

Способность создавать такие тексты, с помощью которых можно успешно и эффективно решать задачи общения (реализовать коммуникативные интенции общающихся людей), получила название *дискурсивной компетенции*. Важность дискурсивной компетенции для полноценной коммуникации отмечается многими отечественными и зарубежными учеными (Н. Boyer; М. Canale; J.A. van Ek; S. Moirand; S. Savignon; J. Sheils; M. Swain; H.G. Widdowson; Н.В. Елухина, О.И. Кучеренко, О.Г. Поляков, Ю.А. Сеница, Е.В. Тихомирова и др.). Вместе с тем исследователи отмечают, что формирование дискурсивной компетенции в письменном общении в целом и в письменной профессионально-деловой коммуникации в частности обладает определенной спецификой: сложнее, чем в устном дискурсе, учитывать экстралингвистические факторы общения (письменный текст создается вне непосредственной, реально наблюдаемой коммуникативной ситуации); средств воздействия на адресата у автора письменного текста меньше; так как реакция на воздействие происходит через определенный промежуток времени, у адресата больше возможностей для анализа целей и задач автора и для более обдуманного, взвешенного ответа.

6.2. Дискурсивные стратегии и тактики русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

Для того чтобы текст стал эффективным средством достижения коммуникативной цели, необходимо владеть специальными стратегиями и тактиками. Первыми исследователями стратегического компонента речи можно считать древнегреческих философов и ораторов, изучавших законы убеждения и доказательства. В российской науке стратегический компонент общения одним из первых выделил М.М. Бахтин. Термина «стратегия» в трудах ученого нет, но именно ему принадлежат такие слова: «когда мы строим свою речь, мы не нанизываем слова, не идем от слова к слову, а как бы заполняем нужными словами целое», «авторские формы ... существенно традиционны и уходят в глубокую древность. Они проявляются в новых ситуациях». Иными словами, М.М. Бахтин предполагал наличие определенных типовых схем, закрепленных в сознании целого языкового коллектива, в соответствии с которыми происходят коммуникативные акты в различных ситуациях. Сходную мысль позднее выскажет ван Дейк: «Нельзя говорить что угодно в любой ситуации. Возможные действия, а, следовательно, возможные цели и тексты ограничены определенными параметрами ситуации. О происшествии можно рассказать в баре, дома, своему другу или случайному попутчику в автобусе, но вряд ли такой рассказ является допустимым речевым актом на экзамене».

В настоящее время стратегии и тактики дискурса активно изучаются в самых разных научных областях: в теории речевых актов (Дж. Остин, Дж. Серль) исследуются высказывание как орудие речевого действия и воздействия, «стратегии и тактики речевого общения»; когнитивная составляющая стратегий

порождения и понимания дискурса рассматривается в трудах Т.А. ван Дейка, В. Кинча, российских когнитивистов (Ю.Г. Панкрац, В.З. Демьянков и др.); дискурсивные стратегии и тактики изучаются в теории речевого воздействия (И.А. Стернин и др.), психолингвистике (А.А. Залевская и др.), психологии общения, социологии и других науках.

Дискурсивную стратегию в самом общем виде можно представить как способ коммуникативного поведения человека, направленный на достижение цели общения. Достижение цели общения предполагает последовательное решение коммуникативных задач. Приемы коммуникативного поведения, направленные на решение коммуникативных задач (т.е. частных, локальных, промежуточных целей общения), называются *дискурсивными тактиками*. Например, цель автора делового письма-предложения заключается в том, чтобы доказать предполагаемому партнеру целесообразность совместного сотрудничества. Для достижения этой цели он будет использовать стратегию аргументации. Но обосновать привлекательность своего предложения автор письма может разными способами – с помощью различных тактик общения: привести примеры удачного сотрудничества с другими партнерами, сослаться на положительный отзыв общего знакомого, привести данные о предполагаемой финансовой выгоде и т.д.

Дискурсивные стратегии и тактики, которые находят отражение в деловых документах, формализованы, унифицированы, закреплены в ГОСТах и стандартах. Авторы деловых документов не могут их произвольно выбирать или конструировать.

Определенные отличия в дискурсивных стратегиях деловой документации тем не менее существуют, однако вызваны они преимущественно национально-культурными факторами. И.В. Драбкина сравнила стратегии и тактики составления контрактов в США, Англии, странах Британского содружества. Документы этого жанра строятся в соответствии с общей дискурсивной стратегией комиссива (от англ. commission – обещание). В текстах контрактов, принятых во всех этих странах, присутствуют компоненты, в которых прописываются права и обязанности сторон, сроки выполнения взаимных обязательств и т.д. Но в Великобритании и США приняты тактики более свободного, вариативного и развернутого изложения этих компонентов, а в странах Британского содружества их большая часть представляет собой унифицированные текстовые блоки, авторы предпочитают следовать проверенному нормативному шаблону. Для контрактов США и Великобритании характерно существенное преобладание предложений, констатирующих обязанности продавца. В странах Британского содружества соотношение обязательств продавца, покупателя и совместных обязательств практически одинаково. И.В. Драбкина объясняет это действием тактик вербального уклонения, с одной стороны, а с другой – тактики контролера, желанием навязать партнеру свое видение прав и обязанностей, что и находит выражение в тексте делового документа. Если партнеры не учитывают национально-культурную специфику дискурсивных стратегий деловой документации, это может привести к нарушению продуктивного межкультурного профессионально-делового взаимодействия.

Дискурсивные стратегии и тактики авторов деловых писем многообразны. В методических целях их целесообразно систематизировать по характеру отношений между коммуникантами и по цели коммуникативного воздействия.

По характеру отношений между общающимися людьми дискурсивные стратегии можно подразделить на две большие группы: стратегии кооперации (их еще называют стратегиями сближения, солидаризации) и стратегии дистанцирования (удаления, конфронтации).

К наиболее распространенным кооперативным стратегиям относятся стратегии сотрудничества и компромисса. Стратегии дистанцирования по степени «нарастания конфронтации» можно распределить так: уклонение от взаимодействия, конкуренция (при которой имеет место несовпадение целей, интересов, мотивов, позиций, но взаимодействие не обязательно перерастает в столкновение), противоборство (конфликт, столкновение интересов, целей участников общения). Кратко охарактеризуем каждую из перечисленных дискурсивных стратегий:

- *сотрудничество* – оптимальная стратегия коммуникативного взаимодействия, при которой партнеры содействуют друг другу, активно способствуют достижению индивидуальных и общих целей

совместной профессиональной деятельности. Стратегия предпочтительна при составлении всех типов деловых писем и документов;

- *компромисс* – стратегия урегулирования разногласий через взаимные уступки. Компромисс иногда представляет собой «удачное отступление» или последнюю возможность прийти к какому-либо решению. Компромиссные стратегии часто применяются при заключении контрактов, соглашений, в письмах-извинениях, ответах на рекламации, предупреждения, напоминания и т.д.;
- *уклонение от взаимодействия* – стратегия, при которой партнер старается избежать делового контакта или шире – делового сотрудничества. Эта дискурсивная стратегия применяется при ответах на письма-уведомления, предложения, приглашения, просьбы, претензии, рекламации, жалобы и т.п. Продуктивной стратегия бывает в том случае, когда уклонение от взаимодействия непродолжительно и необходимо автору делового письма для того, чтобы получить дополнительную информацию, обдумать решение, но не потерять выгодного делового партнера;
- *стратегия конкуренции* реализуется в деловой переписке в том случае, если организации, предприятия имеют один рынок сбыта услуг или товаров, но связаны теми или иными деловыми отношениями. В этой ситуации могут иметь место тактики дискредитации и дезинформирования конкурентов, которые все же, как правило, реализуются в скрытой форме;
- *противоборство* – дискурсивная стратегия, при которой автор делового письма или документа старается устранить негативное воздействие, влияние другого лица, неблагоприятные последствия его деятельности или поступков. Эта стратегия имеет две разновидности: открытая конфронтация и скрытое, латентное противоборство, внешне напоминающее сотрудничество или компромисс. Стратегия открытой конфронтации применяется при составлении рекламаций, жалоб, уведомлений, предупреждений, в таких жанрах организационной деловой документации, как выговор, докладная записка и т.п. Эта стратегия не всегда бывает деструктивной: в ряде случаев полезнее решить проблему «болезненным хирургическим путем», чем страдать от ее последствий в личностном или профессионально-деловом плане, или когда предъявление претензий является единственным способом урегулировать деловые отношения.

Стратегия скрытого противоборства применяется при манипулировании деловым партнером. Под манипуляцией понимается воздействие на человека, которое направлено на достижение односторонней выгоды. Это стратегия нечестного, корыстного, неэтичного воздействия на делового партнера. Играя на его потребностях, интересах или опасении, страхе, манипулятор может довольно долго удерживать адресата в зоне своего влияния. Часто первым шагом манипулятора является воздействие на «слабое место» партнера: какой-либо мотив, особенность характера, причем чаще всего манипуляции происходят в неявной для адресата форме. Всякому манипулятору присуще стремление овладеть волей партнера. Отличительные признаки манипуляции – обман, лицемерие, слащавое заискивание, стремление угодить.

Тактики нейтрализации манипулятивного воздействия в письменной профессионально-деловой коммуникации таковы: а) активно-выжидательная позиция – прежде чем принять решение, к которому побуждает автор письма-предложения, просьбы, приглашения, необходимо запросить дополнительную информацию о кредитоспособности, связях, предыдущих проектах предполагаемого партнера; б) прервать на время контакт и составить ответ на просьбу или предложение в более удобное время; в) взять «тайм аут» на анализ ситуации и продумывание письма-ответа.

В письменном профессионально-деловом общении часто используются интегративные стратегии, наиболее продуктивное их сочетание – сотрудничество и компромисс.

По цели коммуникативного воздействия можно выделить следующие основные дискурсивные стратегии, которые реализуются в деловых письмах: информирование, убеждение, побуждение, обязательство.

Стратегия информирования реализуется в таких жанрах деловых писем, как письмо-подтверждение, информационное, циркулярное, сопроводительное письмо. Эта стратегия предполагает констатацию, изложение фактов, сведений, данных без какого-либо воздействия на адресата. Типичные

языковые средства, с помощью которых реализуется эта дискурсивная стратегия: *Сообщаем.../ Направляем... / (Настоящим письмом) подтверждаем...* и т.д.

Стратегия убеждения – воздействие на адресата, основанное на обращении к его логике, разуму. Эта стратегия реализуется в различных жанрах деловых писем (в письмах-предложениях, просьбах, в ответах на письма-претензии, рекламации, уведомления и т.д.). Цели авторов таких писем – убеждение адресата в привлекательности, взаимной пользе делового предложения; в необходимости предпринять определенные действия; в истинности или ложности фактов, сведений, утверждений; в целесообразности действий, ранее совершенных автором.

Факторы эффективности убеждения изучали еще в Древней Греции. Аристотель выделял три основных условия, от которых зависит убедительность: характер текста, особенности автора, особенности адресата. Цицерон подчеркивал необходимость сочетания убедительности рассуждения и красноречия, которое складывается из грамматической правильности речи, ее ясности, уместности (для каждого предмета следует употреблять соответствующий ему стиль) и пышности (образности). Ф. Бэкон полагал, что недостаточно воздействовать только на разум адресата, необходимо также возбудить его чувства: даже логически безупречное рассуждение может не восприниматься слушателями, если оно изложено «коряво», скучно или не вполне ясно и доступно. Речь должна вызвать по крайней мере интерес: речь, не оказывающая воздействие на чувства, в большинстве случаев прагматически бесплодна, она не может побудить к действию.

Современные ученые считают: чтобы деловое письмо было убедительным, оно должно отвечать следующим требованиям:

– информация, изложенная в письме, должна соответствовать уровню знаний адресата: письмо не должно казаться «заумным», но оно не должно быть и слишком упрощенным – в противном случае информация будет выглядеть банальной;

– письмо должно быть понятным: адресат должен воспринимать сообщение без напряжения и усилия. Ясной должна быть логика автора, понятными – переходы от одной части текста к другой;

– тональность письма должна соответствовать эмоционально-психологическим особенностям адресата. В формулировках по возможности не должно содержаться ничего, связанного с мнениями, положениями, которые могут вызвать негативную реакцию адресата; высказываний, которые прямо или косвенно принижают его статус или вредят его имиджу, противопоставляют автора и адресата. Деловое письмо должно вызывать позитивные эмоции у адресата (безусловно, за исключением рекламаций, претензий и т.п.);

– цели и намерения автора письма не должны входить в противоречие с целями и намерениями адресата. Цели и намерения должны быть сформулированы и выражены очень четко: они могут по-другому выглядеть в восприятии другого человека. И здесь возможны отклонения как в негативную, так и в позитивную сторону. Например, в первые годы после перестройки граждане России полагали, что в рекламе излагаются объективные, правдивые данные, а целью ее авторов является бескорыстное распространение информации о новых товарах и услугах, что, безусловно, совсем не соответствует действительности;

– письмо должно вызывать доверие адресата. Доверие вызывают обычно те высказывания, которые получены из источника, «не замеченного» во лжи или подтасовке фактов.

*В современной науке исследуется такое явление, как «фильтр доверия» – оценка партнера с позиции доверия/недоверия к нему. Отсутствие доверия хотя бы с одной стороны препятствует самораскрытию, что автоматически не позволяет разрушить естественные барьеры, возникающие при контакте незнакомых людей. Настороженность затрудняет общение, люди начинают хитрить, и это еще больше усугубляет взаимное непонимание и отчуждение. В результате отсутствует адекватная обратная связь. Существуют специальные дискурсивные тактики, получившие название тактик фасцинации (от англ. *fascination* – очарование), которые позволяют, к примеру, снять напряжение на первом этапе общения, преодолеть барьеры коммуникации, что очень важно при составлении рекламного письма или письма-*

предложения. Тактика фасцинации предполагает открытое высказывание точки зрения по теме общения, корректную постановку целей сотрудничества, эмоциональную поддержку партнера по общению, демонстрацию готовности к взаимодействию и т.д. Как отмечают исследователи, субъективную степень доверия можно повысить языковыми средствами. Если просто сообщить какой-то факт в одном предложении, он будет воспринят с одной мерой доверия, если сопроводить факт оценкой, личным отношением и т.д. – с другой. Среди главных причин, блокирующих доверие в общении, называют авторитарность партнера, отсутствие самораскрытия в ответ на раскрытие партнера, неуважение в ответ на самораскрытие;

– письмо должно возбудить и удерживать внимание адресата, поэтому рекомендуется сразу же изложить в деловом письме суть вопроса, причем желательно в наиболее интересной и привлекательной форме;

– убеждение не должно выглядеть как навязывание или давление. Как отмечают психологи, прежде чем человек принимает чужую точку зрения, в его сознании происходит достаточно болезненная смена мнений, привычек, стереотипов. Принятие чужой точки зрения «подсказывает» человеку, что другой умнее, осведомленнее, более компетентен. Убедить человека легче, если применять тактики не прямого, а косвенного убеждения.

Как отмечают исследователи (С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко и др.), в ряде случаев возможен *эффект бумеранга*, когда убеждение приводит к противоположным результатам. Это происходит: а) когда цели, мотивы общающихся людей разделены большой дистанцией, автор не может эту дистанцию преодолеть, и адресат в результате ограждает себя «фильтрами», отторгает информацию и еще больше укрепляется в своем прежнем убеждении; б) когда автор не учитывает индивидуальные особенности адресата: его привычки, предпочтения и т.д.; в) в случае «перегруженности» доказательства избыточными фактами, сведениями: включается защитный барьер адресата; г) если информация кем-либо другим уже сообщена адресату, причем в соответствующей интерпретации: действует эффект «первичности/вторичности» информации – первые данные о каком-то новом событии воспринимаются с большим доверием, на них не влияют предыдущие мнения, убеждения, предубеждения; д) в случае избыточной повторяемости сообщения, которая может вызвать эффект пресыщения (человек «уже слышать об этом не может»), утомление и отторжение надоедливой информации, что нередко бывает в случае «навязчивых» предложений.

В основе эффективной стратегии убеждения – аргументация, цель которой – убедительно обосновать какое-либо утверждение. Профессионально-деловой текст-аргументация включает тезис (утверждение, которое автор доказывает, аргументирует), аргументы (доводы, которые приводят с целью подтверждения или опровержения правильности тезиса), демонстрацию (логическое рассуждение, «выстраивание» аргументов в нужном порядке). Аргументы могут быть сильными и слабыми. Сильные аргументы в письменном профессионально-деловом общении – это ссылки на законодательные акты, заключения экспертов, статистические данные. Примеры слабых аргументов – доводы личного характера, ссылка на точку зрения неизвестного человека, догадки и предположения. Выбор аргументов зависит от личностных особенностей автора и адресата: их профессиональной компетенции, уровня образования, индивидуально-психологических характеристик и т.д. Как установили ученые, эффективная аргументация должна содержать не менее трех аргументов.

Стратегии аргументации меняются в зависимости а) от способов «выстраивания» аргументов (способов демонстрации); б) от цели аргументирования (подтверждение или опровержение какого-либо утверждения); в) от используемых тактик аргументации (типов аргументов). Варианты стратегий аргументации по способу демонстрации таковы: а) индуктивная (от аргументов – к выводу-заключению); б) дедуктивная (от тезиса – к аргументам); в) нисходящая (аргументы располагают от сильных к слабым); г) восходящая (сначала приводят слабые аргументы, затем сильные).

Установлено, что дедуктивная аргументация более действенна в деловой переписке с партнером-мужчиной старше 23 лет, хорошо подготовленным, критически настроенным, а индуктивная – с

партнером-женщиной, молодыми людьми, не имеющими глубоких профессиональных познаний (В.И. Максимов, А.В. Голубева).

По цели аргументирования стратегии делят на поддерживающие (подтверждающие правильность какого-либо утверждения) и опровергающие (доказывающие, что утверждение неверно). В зависимости от выбора тактик аргументации стратегия может быть: а) односторонней (приводится одна точка зрения); б) многосторонней (сравнение разных точек зрения).

В деловых письмах используют такие тактики аргументации:

– «аргумент к факту»: в деловом письме приводятся документально подтвержденные сведения, данные экспертов, статистические данные:

26.03.08 Ваша фирма отгрузила хлорную известь по ж.-д. накладной в количестве 50 000 кг по счету № 86-516, который был нами оплачен в полной сумме. При проверке вагона на погранстанции было обнаружено 70 дефектных мест, которые были Вам возвращены, о чем свидетельствует коммерческий акт № 226695.

В связи с изложенным просим Вас возместить понесенные нашей фирмой... убытки в размере... Сумму следует перечислить...

Приложение: коммерческий акт № 226695 / 289 (Цит. по учебнику Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева «Культура русской речи», с. 494);

– «аргумент к авторитету» (ссылки на законы, нормативные акты, другие регламентирующие документы, на мнение, позицию, точку зрения или действия лица, хорошо зарекомендовавшего себя в данной области деятельности):

В соответствии с распоряжением заместителя министра от 20.03.2007 г. просим предоставить отчет о проведении Вашим центром Международной конференции...;

– «аргумент к традиции» (по определению А.А. Ивина, такой аргумент представляет собой систему образцов, норм, правил, которой руководствуется большинство);

– «аргумент к здравому смыслу» – апелляция к общему, присущему каждому человеку «чувству истины», которое приобретается по мере накопления жизненного опыта (А.А. Ивин);

– «аргумент к будущему (к прогнозу)» – описание преимуществ, ожидаемых от предполагаемого сотрудничества: прибыли, положительных результатов совместной деятельности или, наоборот, негативных последствий в случае отказа.

Выделяют также деструктивные тактики аргументации (Ф.А. Кузин), которые нужно уметь распознавать в профессионально-деловых письмах:

– «аргумент к выгоде» – вместо логического обоснования общей пользы автор «агитирует» за принятие решения исходя из сиюминутной выгоды, не заботясь о последствиях:

Как вы знаете, в наши дни попытка заработать честный доллар может запросто обернуться разочарованием. Вы хотите заработать больше денег. Но иной раз для этого требуется больше расходов, чем Вы можете себе позволить... (А. Пиз, Б. Пиз);

– «аргумент к невежеству» представляет собой использование неосведомленности, непросвещенности или просто недостатка опыта адресата и навязывание ему мнения, которое не имеет объективного подтверждения:

Уважаемые господа!

Страховая компания XYZ завоевала прочную позицию и уважаемое положение в деловом мире Лондона... Страховая компания обладает особыми возможностями, чтобы оказать Вам помощь... Доступность услуг в совокупности с нашей гибкостью, ответственностью и прежде всего абсолютной надежностью превратили нашу компанию в лидера в области страхования этой страны... (А. Пиз, Б. Пиз);

– «аргумент к состраданию», в сущности являющийся подменой логически обоснованного подтверждения апелляцией к жалости, сочувствию и т.п.;

- «аргумент к верности» – навязывание мнения, решения, мотивированного давним деловым сотрудничеством, уважением к данной фирме или ее руководителю;
- «аргумент к силе», представляющий собой скрытую или явную угрозу экономического, административного или другого воздействия.

Дискурсивные стратегии побуждения (*директивы*) направлены на то, чтобы адресат совершил действия, необходимые автору профессионально-делового текста. Тактики побуждения разнообразны – от вежливой просьбы, рекомендации до категорического требования и даже принуждения. Эти стратегии и тактики активно используются при составлении государственно-административных документов (постановления, приказы, уведомления, извещения и т.д.), внутрикорпоративных организационных документов (приказ руководителя организации, распоряжение и т.п.). С этой целью в документах употребляются такие языковые средства, как (*настоятельно*) *рекомендовать, требовать, приказывать, постановить; целесообразно..., необходимо..., следует..., надлежит* и т.д.; используются также модальные модификации моделей предложений.

Стратегия побуждения основана на власти, которая связана, с одной стороны, с авторитетом руководителя, с другой – с готовностью сотрудников подчиняться, с их верой в то, что руководитель имеет право оказывать влияние на их деятельность, характер, поведение. Во внутрикорпоративном общении готовность к подчинению зависит от характера требований руководителя, ситуации и средств воздействия, уважения руководителя и собственных психологических качеств сотрудников, их склонности и способности к подчинению. В нашей стране долгое время считалось, что руководитель имеет право отдавать приказания в любой форме. Существует большое количество исследований так называемых жестких дискурсивных стратегий, или дискурса «авторитарной» личности (А.А. Пушкин и др.). Однако, как совершенно правильно отмечает М.И. Максимов, прогрессивный, культурный современный руководитель должен уметь направить деятельность подчиненных, используя просьбы или предложения, так организовать ситуацию, что подчиненный будет заинтересован в выполнении задания. Но в этом случае, безусловно, решающее значение имеет авторитет руководителя. Специалисты в области психологии управления разработали такие рекомендации: чтобы приказы и распоряжения руководителя исполнялись, необходимо, чтобы документ а) не готовился и не рассылался поспешно, б) не содержал невыполнимых распоряжений: в нем должно быть четко прописано, кто, когда, в какие сроки выполняет задание и кто осуществляет контроль за исполнением приказа или распоряжения; в) не содержал (даже в скрытой форме) выражения эмоций и предпочтений.

Стратегии побуждения часто используются и в деловых письмах: в запросах, просьбах, напоминаниях, предупреждениях, рекламациях и т.д. Типичные языковые средства в таких письмах: *просить принять (к рассмотрению), обращаться с просьбой, (настоятельно) рекомендовать, настаивать на чем-либо* и т.д.; модальные модификации моделей предложений.

Специфичны стратегии побуждения, которые используются в рекламных письмах, часто они основаны не на обращении к логике, сознанию адресата, а на воздействии на сферу бессознательного. К таким стратегиям относятся, прежде всего, стратегии внушения и заражения. Стратегии и тактики внушения и заражения необходимо уметь распознавать в профессионально-деловых письмах и овладеть приемами защиты от воздействий подобного рода.

Стратегия заражения – воздействие на чувства и эмоции адресата «собственным» примером. Как отмечал известный немецкий психолог Г. Мюнстерберг, «апелляция к чувству может разомкнуть уста преступника или грешника и добиться признания в тюрьме или в исповедальне, когда никакая апелляция к рассудку не привела бы ни к какому результату». Люди более эмоционально яркие, «пассионарные», харизматические, обладают большей способностью воздействовать на окружающих и добиваться своих целей в процессе общения. Они как бы заражают партнеров своей уверенностью в качестве делового предложения, успехе совместного проекта. В результате партнер получает заряд положительных эмоций, проникается симпатией к такому человеку, становится менее критичным при рассмотрении предложения. Недаром говорят: «Продавать надо весело».

Стратегия внушения, или суггестии (от лат. suggestio), – это прямое неаргументированное воздействие на человека, рассчитанное на некритическое восприятие информации. Внушение может быть произвольным и непроизвольным, прямым и косвенным. В результате подчиненный человек не до конца понимает ситуацию, не всегда осознает последствия принятого им решения. Эффективность этой стратегии зависит от авторитета внушающего, а также от профессиональной компетенции, уровня образованности, возраста, знания ситуации, состояния внушаемого человека.

Результаты исследований показали, что внушению больше подвержены люди утомленные, астенизированные, дети в большей степени поддаются суггестии, чем взрослые, а женщины – чем мужчины. Отмечено также: чем выше интеллект человек, тем более критично человек настроен и тем меньше он поддается внушению.

Сила внушения зависит также от количества повторений информации и от ее новизны (внушающий каждый раз вносит в сообщение новые элементы, старается изменить форму подачи информации).

Эффективность многократного предъявления информации ученые объясняют следующим образом (А.Н. Лебедев-Любимов, А.В. Брушлинский и др.): воздействие на человека происходит в разное время суток и оказывается наиболее интенсивным в определенные «благоприятные» моменты: в зависимости от психофизиологического, эмоционального состояния, в состоянии мыслительной активности или отдыха, расслабления и т.п. Наиболее действенно внушение в тот момент, когда человек находится в расслабленном состоянии.

Стратегии внушения в рекламных письмах часто реализуются с помощью следующих дискурсивных тактик:

– тактика страха – сообщив о возможных неблагоприятных финансовых последствиях или угрозе престижу, автор рекламного послания предлагает быстрый и эффективный способ выхода из проблемной ситуации: *Согласно новому закону о прибыли (налогах и т.д.), штраф за неверно составленный (несвоевременно направленный в финансовые органы и т.п.) отчет составляет... Предлагаем пакет отчетных документов (быстрое обучение сотрудников финансового отдела и т.п.);*

– тактика «усиления»: *Вам несколько дней и даже недель приходится ждать перевода денег за проданный товар? Мы переводим деньги в любую точку мира за считанные часы, минуты, секунды!;*

– тактика сравнения: *Вы закупаете продукцию по цене... Мы предлагаем цены в два раза ниже рыночных;*

– тактика контраста: *Вы устали работать на других? Завтра же Вы станете владельцем собственного предприятия!;*

– тактика неожиданности – использование неожиданной или неизвестной адресату информации;

– тактика «подмазывания аргумента»: *Ваша организация известна как надежный деловой партнер, поэтому с предложением о... мы обратились именно к Вам!; Вы как авторитетный и опытный человек, настоящий эксперт в сфере... сможете по достоинству оценить преимущества метода (проекта и т.п.), который мы предлагаем.*

– тактика «апелляции к авторитету»: по электронной почте представитель фирмы, предлагающей услуги или товары связывается с руководителем фирмы-предполагаемого партнера и кратко излагает суть предложения; руководитель, как правило, направляет к сотруднику, который непосредственно занимается этими вопросами. В рекламном письме, которое отсылается на имя этого сотрудника, делается ссылка на распоряжение его директора: *По поручению NN мы обращаемся к Вам с предложением о... .*

Специалисты предлагают следующие несложные приемы защиты от воздействий подобного рода: если письмо-предложение, просьба или приглашение поступило от адресата, который не знаком или знаком плохо, не следует спешить его принимать; необходимо тщательно проверить факты, изложенные в

таким деловым письме, в случае необходимости запросить дополнительную информацию или получить консультацию в вышестоящей инстанции.

Стратегия обязательства (комиссива) реализуется в гарантийных письмах, в ответах на рекламации, претензии, жалобы, а также в письмах-извинениях, где помимо сожаления о неблагоприятных последствиях каких-либо фактов, деятельности, автор обязуется изменить сложившееся положение дел. К лингвистическим особенностям этих писем можно отнести употребление таких языковых средств, как *гарантируем, обязуемся, принимаем обязательства* и т.п., а также модификаций базовых моделей предложений, выражающих модальность долженствования.

Существуют также *универсальные дискурсивные тактики*, которые возможны, а в ряде случаев необходимы в деловых письмах разных жанров. К ним относятся тактики установления и завершения контакта, одобрения, благодарности и т.п.

Тактика установления письменного профессионально-делового контакта – это выражение желания вступить в контакт, демонстрация добрых намерений по отношению к адресату. Она реализуется с помощью специальных контактоустанавливающих средств: этикетных формул обращения, приветствия, представления.

Тактика завершения письменного профессионально-делового контакта применяется практически в каждом деловом письме. Ее цель так завершить контакт, чтобы способствовать дальнейшему продуктивному общению деловых партнеров. Языковые средства завершения контакта в деловом письме – специальные этикетные формулы и этикетные блоки.

Тактика одобрения (поощрения, похвалы, комплимента). Цель ее применения – отреагировать на какой-либо поступок адресата, подбодрить его, расположить к дальнейшей совместной деятельности, при этом автор указывает на конкретные действия, черты характера, качества личности человека, которого хвалят. Психологи отмечают, что поощрение является более действенным стимулом к хорошей совместной работе, чем порицание: большинство людей охотнее отзывается на похвалу, а не на принуждение.

Тактика благодарности. Цель благодарности – продемонстрировать признательность, вежливость, воспитанность. Эта дискурсивная тактика может входить в состав разных дискурсивных стратегий, но благодарность может стать и основной целью общения. В этом случае тактика превращается в стратегию благодарности и реализуется в специальном жанре – деловом письме-благодарности. Основные языковые средства выражения благодарности в деловых письмах таковы: *позвольте выразить (глубокую) благодарность/ признательность за..., мы хотели бы поблагодарить Вас за...; мы Вам (искренне, глубоко) благодарны/ признательны за... и т.д.*

Каждая дискурсивная стратегия и тактика эффективна в определенной ситуации. Ученые выделяют *факторы*, которые обязательно нужно учитывать при выборе стратегий и тактик письменного профессионально-делового общения.

Один из самых важных факторов, которые нужно учитывать при выборе дискурсивной стратегии или тактики, – *тип личности делового партнера*.

В качестве примера правильного учета характеристик адресата можно привести речь известного римского оратора Публия Сципиона Африканского, который был обвинен во взяточничестве. В день суда Сципион явился на форум в сопровождении довольно многочисленной толпы людей из разных слоев общества. Когда ему предложили защищаться, он не отвечал ни слова на высказанные против него обвинения, но неожиданно для противников произнес такую похвальную речь своим подвигам, которая заставила всех признать: грешно осудить такого великого человека. Возможно, на современных слушателей Сципион произвел бы впечатление хвастливого человека, не достойного снисхождения, но великий оратор прекрасно знал психологию своих сограждан и умело эти знания использовал, в результате чего римляне приняли нужное ему решение.

В психологии разработано множество типологий личности. [О.Я. Гойхман](#), Т.М. Надеина наиболее удобной с практической точки зрения считают классификацию, основанную на преобладании таких характеристик: доминантность, мобильность, ригидность, интровертность. Кратко охарактеризуем

особенности поведения каждого типа в письменной профессионально-деловой коммуникации, способы его «распознавания» по манере письма и наиболее продуктивные стратегии и тактики взаимодействия с партнерами каждого из этих типов.

Доминантная личность активна, деятельна, прагматична, стремится завладеть инициативой, не терпит давления. У таких людей с раннего детства наблюдается стремление к лидерству, умение организовать других, поставить цель, проявить упорство и волю для ее достижения. Такой человек знает, чего он хочет и как этого добиться. Человек доминантного типа готов к продуманному риску, разбирается в людях и умеет повести их за собой. В деловой переписке с таким партнером целесообразно тщательно и продуманно выбирать стратегии побуждения, отдавая предпочтение косвенному воздействию, использовать дедуктивные, нисходящие стратегии аргументации: люди этого типа ценят время, поэтому необходимо сразу же начинать с существа дела. Наиболее действенные тактики аргументации при общении с таким человеком – «аргумент к факту», «аргумент к здравому смыслу». Люди этого типа психологически устойчивы, умны, проницательны, поэтому у них «врожденный иммунитет» к таким деструктивным тактикам, как тактики страха, контраста, неожиданности и т.п. Но тактика «подмазывания авторитета» может оказаться действенной. Обязательно также строгое и корректное использование «этикетных тактик» делового общения: установления и прекращения контакта, благодарности, одобрения.

Мобильная личность ведет себя гибко. Это человек коммуникабельный, не испытывающий трудности в общении, легко преодолевающий коммуникативные барьеры. Этот тип хорош для бытового общения, но в профессионально-деловой коммуникации его излишняя гибкость, склонность постоянно отвлекаться на другие, с его точки зрения, более интересные дела может препятствовать достижению цели общения. Такого человека нужно «постоянно возвращать» к совместному проекту. Мобильный тип можно распознать по не всегда продуманному, выверенному письму. Общий тон письма всегда доброжелателен, но особого внимания к этикетным формулам и блокам, а тем более к их орфографическому и пунктуационному оформлению такой человек не проявляет. В то же время люди этого типа не придают особого значения подобным компонентам в посланиях, которые получают сами. Предпочтительные стратегии аргументации – индуктивная, восходящая. Действенны такие тактики аргументации, как «аргумент к авторитету», «аргумент к будущему». В силу эмоциональности и низкой психологической устойчивости этот тип слабо защищен от воздействия таких тактик аргументации, как «аргумент к состраданию», «аргумент к верности», «аргумент к силе», а также тактик внушения и заражения.

Ригидная личность не отличается коммуникабельностью, испытывает трудности, когда начинает общение. Вместе с тем это надежный деловой партнер, рассудительный, логичный, четко осознающий и формулирующий цели совместной деятельности. Чтобы коммуникация с таким партнером была более эффективной, вначале его нужно «расторгнуть», проявить больше активности, вовлечь в общение, поэтому особое внимание следует уделять выбору тактик установления и прекращения контакта, активно использовать тактики одобрения, поощрения, благодарности. Трудно выделить стратегии аргументации, которые окажутся более действенными в общении с таким адресатом: эти люди не спешат с принятием решения и тщательно анализируют любое поступившее предложение, в какой бы форме оно ни было изложено. Этот тип устойчив к таким тактикам, как «аргумент к выгоде», «аргумент к невежеству», «аргумент к силе», а также к тактикам внушения и заражения, их слабое место – «аргумент к состраданию» и «аргумент к верности», так как они высоко ценят проявленное к ним внимание и сложившиеся партнерские отношения.

Интровертная личность не стремится завладеть инициативой. Такой человек скромный, застенчив, склонен принижать свои возможности. Резкое письмо может полностью разрушить налаженные отношения. В письменном общении с таким партнером особенно важно внимательно относиться к выбору и оформлению «этикетных тактик», быть тактичным, подчеркивать, что вы уважаете его опыт, квалификацию, личностные качества. Для людей этого типа характерна низкая эмоциональная устойчивость, поэтому они не всегда могут противостоять тактикам внушения и заражения. В деловых письмах, адресованных таким людям, предпочтительно использование индуктивных, восходящих стратегий аргументации.

Внимания требует общение с особым типом личности – личностью конфликтной. Всем известен термин «неуживчивый человек». Психологи считают, что такая личность, как правило, генетически предрасположена к конфликтам с окружающими, она имеет повышенный инстинкт агрессии. К конфронтации такого человека может подталкивать или «адреналиновый голод», или заниженный тонус, или комплекс неполноценности. Конфликты помогают таким людям взбодриться, «разогнать беспричинную тоску» или найти способ самоутверждения. Силовое подавление конфликта или компромиссные решения, которые не выполняются, только усиливают конфликт. Безусловно, общения с таким партнером лучше избежать, но если в силу необходимости общаться с таким человеком все же приходится, лучше занимать осторожную позицию, в процессе убеждения внимательно относиться к выбору тактик аргументации, отдавая предпочтение аргументу к факту, к авторитету, тщательно подбирать языковые средства при реализации этикетных тактик.

Дискурсивные стратегии, которые используют авторы деловых писем, имеют национально-культурную обусловленность. Так, в русскоязычном деловом письме-предложении, в рекламных письмах используются стратегии убеждения, основанные на корректном, часто косвенном воздействии на адресата. Письмо-предложение, составленное американцем, как правило, выглядит как прямой призыв к действию, «лобовая атака»: стратегии воздействия отличаются напористостью, которые русский адресат может воспринять как речевую агрессию. В пособии А. Пиз и Б. Пиз «Язык письма», которое имеет подзаголовок «Действительно эффективные приемы составления писем и ведения деловой корреспонденции», российским предпринимателям в качестве образца для подражания предлагается такой текст делового письма:

Сотруднику городской
администрации
Городской совет Мэрия
Пэддингтон

Доброе утро, госпожа де Суза!

Эффективность.

Вы совершенно правильно озабочены ею – в частности, когда речь идет об эффективности использования земли.

Вот почему это письмо так важно.

Понимаете, я написал это письмо специально, чтобы попросить о некотором изменении строительных норм для более эффективного использования здания и земли, расположенных по адресу...

Подобные «лобовые» дискурсивные тактики русскому адресату покажутся навязчивыми, фамильярными и вызовут неприятие и отторжение.

6.3. Инновационные методы и формы развития дискурсивной компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

Современная методика предлагает преподавателю богатейший арсенал интересных и эффективных инновационных методов, способов, средств формирования дискурсивной компетенции в сфере профессионально-делового письма.

Работая в *малых группах сотрудничества*, студенты могут ознакомиться с новым материалом, глубже понять и осознать основные понятия, самостоятельно найти дополнительную информацию по изучаемой теме, учиться применять новые знания, навыки, умения на практике. Приведем примеры такой работы.

Работа в команде (StudentTeamLearning). Группа получает задание подобрать и/или проанализировать (в этом случае преподаватель предлагает студентам необходимый материал) информацию об основных классификациях типов личности деловых партнеров (эту часть задания каждый студент выполняет индивидуально) и совместно обсудить, насколько эффективны эти классификации для организации письменного профессионально-делового общения. Можно предложить выработать собственную классификацию на основе анализа параметров, которые выделяются в общепризнанных типологиях. Оценить результаты работы групп можно, применив предложенные классификации при организации деловой игры.

Группе предлагается проанализировать дискурсивные тактики и оценить, насколько они эффективны для реализации той или иной дискурсивной стратегии: достижения компромисса, сотрудничества и т.п. в тех или иных условиях письменной профессионально-деловой коммуникации. Задание можно усложнить, предложив придумать собственные тактические решения.

Для закрепления приобретенных знаний эффективна такая разновидность работы в команде, как *STAD (StudentsTeamAchievementDivision)*. Организуются малые группы сотрудничества, которые получают одинаковое задание: письменно или устно перечислить и охарактеризовать основные дискурсивные стратегии (или тактики аргументации, побуждения, убеждения и т.д.), применяемые в деловых письмах, привести примеры. Высшую оценку получает группа, которая предложила наиболее полное описание.

Вариант работы в команде «*Подумай – обратись к партнеру*» (*Think-pair-share*), который разработал С. Каган, также можно использовать для закрепления знаний о дискурсивно-стратегической составляющей письменного профессионально-делового общения и развития навыков и умений использования стратегий и тактик профессионально-делового письма. Студенты объединяются в пары, им предлагается задание оценить эффективность дискурсивных стратегий и тактик при письменном профессионально-деловом общении а) с партнером доминантного, мобильного и т.д. типа; в) в тех или иных обстоятельствах делового взаимодействия (фирма-партнер задерживает выплаты, поставки товаров или Ваша фирма испытывает затруднения с выплатами в силу объективных причин). Каждый студент дает собственную оценку эффективности дискурсивных стратегий и тактик, затем обсуждает ее с партнером.

«*Мозговая атака*», в процессе которой каждый из членов группы вносит свои предложения и вырабатывается общее решение, может быть использована для выбора наиболее эффективных дискурсивных стратегий и тактик, а также наиболее адекватных языковых средств их реализации в заданных условиях профессионально-делового взаимодействия или при общении с деловым партнером определенного типа.

Дискуссии (от лат. discussion – исследование, рассмотрение, разбор) можно использовать на этапе овладения стратегиями коммуникативного поведения в условиях конфронтационного, манипулятивного общения, применения деловым партнером деструктивных тактик письменного профессионально-делового взаимодействия.

Дискуссия эффективна только в том случае, если ситуация, которая обсуждается, имеет проблемный характер. Поэтому темы дискуссий целесообразно формулировать таким образом: «Стоит ли верить рекламным письмам?», «Как противостоять тактикам внушения в профессионально-деловом письме?», «Как вести переписку с "конфликтным деловым партнером"?» и т.п.

Деловые игры являются, по всей вероятности, наиболее продуктивным инновационным средством формирования и развития дискурсивной компетенции будущих специалистов в сфере письменного профессионально-делового общения. Для того чтобы обеспечить все условия для выбора необходимой дискурсивной стратегии или тактики при организации деловой игры необходимо указать не только цель делового письма и фактические данные, но и основные характеристики предполагаемого адресата. Для организации деловой игры можно использовать такие ситуации:

1. *Ваша фирма занимается продажей холодильного оборудования. На выставке в «Экспоцентре» у Вас была достигнута предварительная договоренность с ООО «ДТК» о совместном*

сотрудничестве, и Вы пообещали прислать письмо-предложение о поставке партии моноблоков и сплит-систем. Ваша фирма осуществляет бесплатную доставку, а также монтаж указанных видов холодильного оборудования. Во время первой встречи предполагаемый деловой партнер произвел на Вас впечатление человека деятельного, прагматичного, активного, стремящегося завладеть инициативой. Составьте письмо-предложение, обсудив с коллегами его содержание и форму.

2. Вы получили письмо-предложение от ООО «Компьютерный мир» с предложением о поставке компьютеров. Технические характеристики, сроки и форма поставки Вас устраивают, но вы хотели бы снизить цену с 9 900 руб. за один компьютер до 9 500 руб. Письмо-предложение, которое Вы получили, составлено достаточно грамотно, но в нем есть пунктуационные ошибки, этикетные блоки оформлены с некоторыми неточностями. Составьте письмо-ответ, обсудив с коллегами и руководством его форму и содержание.

3. Ваша юридическая компания «Право» предлагает следующие услуги: регистрация компаний, в том числе с иностранными инвестициями, регистрация ПБОЮЛ, бухгалтерское сопровождение. Первая консультация – бесплатно. Ваш руководитель попросил Вас составить рекламное письмо для рассылки по Интернету. После составления письма вы должны обсудить его с руководителем.

4. Ваша фирма (ООО «Мир строительства»), занимающаяся продажей оборудования для производства ПВХ (пластиковых) окон уже в течение трех лет сотрудничает с транспортной компанией «Байкал-Сервис». В связи с тем, что производитель оборудования внезапно повысил закупочные цены, Вы не смогли вовремя перевести деньги за последнюю перевозку. Руководителя «Байкал-Сервиса» Вы знаете как человека надежного, рассудительного, не очень коммуникабельного. Составьте письмо-извинение, согласовав его форму и содержание с руководством.

При организации деловой игры очень важно правильно распределить роли. По мнению исследователей (О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина и др.), введение большого количества ролей затрудняет как режиссуру игры, так и оценивание вклада (речи) каждого участника в конечный результат. Поэтому вопрос о количестве действующих лиц в игре должен быть тщательно продуман уже на этапе ее разработки. Роли, как правило, «задает» преподаватель, но можно предложить студентам определить количество и состав участников, необходимые для достижения поставленной в игре цели. А.А. Леонтьев, Г.А. Китайгородская и другие ученые подчеркивают важность сочетания ролевого и личностного общения в ходе деловой игры: переход от ролевого к личностному общению означает переход учащегося от учебно-коммуникативной к реально-коммуникативной деятельности, хотя в дальнейшем эта деятельность может осуществляться также в ролевых формах

Важный компонент деловой игры – оценка. Исследователи (В.Я. Платонов, В.В. Подиновский, О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина) предлагают следующие критерии оценивания результатов, достигнутых студентами в ходе ее выполнения.

1. *Эффективность сформированного участниками игры решения:*
 - представление решений к заданному сроку (при соблюдении сроков участник получает 10 баллов, а за каждые 3 мин. просрочки с суммы поощрения снимается по баллу);
 - использование при выработке решений рекомендуемых (обязательных) приемов, способов, методов;
 - наличие в принятых решениях элементов новизны, оригинальности, которые обеспечивают выполнение запланированных работ с большей эффективностью;
 - учет ограничений, оговоренных при описании объекта игрового моделирования;
 - рациональность принятого решения;
 - наличие и количество ошибок в решении;

– корректировка решений группами до начала их обсуждения, доработки, исправления ошибок по указанию руководителя игры;

– техническая грамотность оформления решений.

2. Межгрупповое взаимодействие участников деловых игр:

– быстрота принятия решений (рекомендуется поощрять игровые группы, первыми представившие решения);

– количество и качество внесенных контрпредложений по решениям, принятым другими игровыми группами;

– аргументированность при защите собственных решений;

– «займы», т.е. обращения к другим игровым группам за дополнительной информацией, а также аналогичную «помощь» другим группам по их запросам;

– согласование обобщенного (итогового) решения;

– итоги соревновательной деятельности одноименных расчетов (или отдельных участников, выступающих в одинаковых ролях).

3. Взаимодействие участников внутри игровых групп:

– «внутренние» поощрения (поощрения участников групп за предложение различных решений);

– различные виды «внутренних» займов (в пределах одной группы) техники, материальных средств и личного состава;

– начисление премий и штрафов за выполнение

к заданному сроку (досрочно) и невыполнение запланированных работ также в пределах одной игровой группы;

– взаимодействие звеньев игровой группы при поиске и обнаружении ошибок в решении.

4. Личностные качества участников деловых игр:

– эрудированность и принципиальность;

– умение аргументировать и отстаивать свои решения;

– умение использовать необходимую литературу, словари, справочные материалы и нормативные документы;

– склонность к риску;

– честность, добросовестность, инициативность и исполнительность.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема VI: «Дискурсивная компетентность в сфере русскоязычной профессионально-деловой коммуникации: основные дискурсивные стратегии и тактики русскоязычного письменного профессионально-делового дискурса».

Вопросы для самопроверки:

1. Раскройте сущность понятия *дискурсивная компетенция*?
2. Что такое дискурсивная стратегия и дискурсивная тактика?

3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные дискурсивные стратегии и тактики письменной профессионально-деловой коммуникации.
4. От чего зависит выбор дискурсивных стратегий и тактик в письменной профессионально-деловой коммуникации?
5. Какие типы личности деловых партнеров вы знаете? Каковы особенности письменной профессионально-деловой коммуникации с каждым из этих типов?
6. Какое значение для методики обучения общению имеют категории дискурсивной стратегии и дискурсивной тактики? Обоснуйте свою точку зрения.

Практическое занятие: Создание текстов деловых писем/документов и их модификация в зависимости от целей и условий коммуникации.

Самостоятельная работа: Рецензирование письменных профессионально-деловых текстов с учетом задания, предложенного на практическом занятии.

Тема VII: «Социокультурный компонент письменного профессионально-делового дискурса»

7.1. Понятие социокультурной компетенции в сфере письменного профессионально-делового общения: значение, основные признаки, компоненты.

7.2. Социальные категории русского письменного профессионально-делового дискурса.

7.3. Толерантное письменное профессионально-деловое общение: толерантная межкультурная коммуникация, национально-культурная специфика норм и правил профессионально-делового письма.

7.4. Формирование толерантной коммуникативной личности будущего специалиста при обучении межкультурной письменной профессионально-деловой коммуникации.



«Культура только в глазах другой культуры раскрывает себя полнее и глубже... Один смысл раскрывает свои глубины, встречаясь и соприкоснувшись с другим, чужим смыслом, между ними начинается диалог, который преодолевает замкнутость и односторонность этих смыслов, этих культур».

М. Бахтин

Понятие социокультурной компетенции в сфере письменного профессионально-делового общения: значение, основные признаки, компоненты. Социальные категории русского письменного профессионально-делового дискурса, средства их языкового выражения. Толерантное письменное профессионально-деловое общение: толерантная межкультурная коммуникация, национально-культурная специфика норм и правил профессионально-делового письма. Формирование толерантной коммуникативной личности будущего специалиста при обучении межкультурной письменной профессионально-деловой коммуникации.

7.1. Понятие *социокультурной компетенции* в сфере письменного профессионально-делового общения: значение, основные признаки, компоненты.

Руководители больших и малых предприятий ежедневно по почте и через интернет получают самые разные деловые предложения. Будет ли предложение принято, зависит не только от описания самого проекта. На основании письма адресат всегда – осознанно или неосознанно – старается воссоздать образ автора: определить, каков уровень его профессиональной компетентности, опыта, можно ли доверять предполагаемому партнеру, способен ли он уважать установленные правила, насколько успешно можно с ним работать. В процессе общения, в какой бы форме оно ни протекало, постоянно происходят восприятие, оценка – «познание людьми друг друга» (А.А. Бодалев), получившее название *социальной перцепции*. Вступая в коммуникацию, человек всегда осуществляет ориентировку в речевом партнере: старается определить его цели и намерения, прогнозирует поведенческие реакции. Обратная сторона ориентировки – самоподача, самопрезентация (А.А. Леонтьев). И если говорящий имеет достаточно средств для правильной ориентировки и самоподачи в процессе общения: мимика, жесты, интонация, то в распоряжении пишущего – только слово, и от того, насколько успешно с помощью слова он сможет «себя представить», во многом зависит успех делового контакта.

Психологи (Г.В. Бороздина и др.) выделяют следующие разновидности самоподачи, типичные для деловой коммуникации: презентация отношения, актуального состояния и причин поведения, презентация превосходства. В письменной профессионально-деловой коммуникации презентация отношения важна как при установлении делового контакта, так и для того, чтобы деловые отношения продуктивно развивались. В профессионально-деловом письме позитивное отношение к партнеру выражается в строгом соблюдении правил делового этикета, в использовании тактик поощрения, одобрения действий, личностных и профессиональных качеств адресата. Презентация актуального состояния и причин поведения чаще всего проводится в ответах на рекламации, письма-претензии и т.п. и реализуется с помощью таких языковых средств, как Мы были вынуждены... / Обстоятельства сложились таким образом...и т.д., позволяющих переключить внимание с субъекта на ситуацию. Презентация превосходства имеет место в письменном профессионально-деловом общении между вышестоящими и подчиненными организациями, между руководителями и сотрудниками организации. Языковые средства ее реализации – императив, модальные модификации моделей предложений.

Способность правильно вступать в письменную деловую коммуникацию, поддерживать ее с учетом социокультурной ситуации: условий общения, социальных и национально-культурных характеристик коммуникантов (обычай, этикет, социальные стереотипы) – носит название [социокультурной компетенции в сфере профессионально-делового письма](#). Основными компонентами социокультурной компетенции являются:

– знание основных характеристик социокультурной ситуации – социальных категорий дискурса (М.Л. Макаров и др.), владение языковыми / речевыми средствами выражения этих категорий в профессионально-деловых письмах и документах;

– умения толерантного письменного профессионально-делового взаимодействия;

– умения интеркультурного письменного профессионально-делового взаимодействия, позволяющие «наводить мосты между представителями различных конфессий, культур и стран» (Н.Д. Гальскова).

7.2. Социальные категории русского письменного профессионально-делового дискурса.

Социальные категории дискурса активно изучаются в современной лингвистике (С.Д. Fillmore, G. Yule, G.N. Leech, В.И. Карасик, М.Л. Макаров и др.). Наиболее важные социальные категории письменной профессионально-деловой коммуникации – социально-профессиональный статус участников общения, характер отношений и социальная дистанция между ними.

Социально-профессиональный статус участников общения. В письменном деловом общении принимают участие как организации (органы государственной власти, трудовые коллективы и т.д.), так и отдельные их представители. *Социальный статус коммуниканта-организации* определяется следующими факторами: является ли она государственной или частной, обладает ли властными полномочиями. Под *социальным статусом участвующего в деловом общении человека* понимается, во-первых, его позиция в профессиональном коллективе (служебное положение, должность), во-вторых, позиция в социальной группе («лидер», «ведомый» и т.д.). Социальный статус человека определяет его права и обязанности по отношению к другим людям, его *социальную роль* – характер, манеру, стиль речевого и неречевого поведения в коллективе. Как уже отмечалось, для профессионально-делового общения характерна жесткая заданность социально-ролевых отношений и принципов взаимодействия. Соблюдение ролевого амплуа в деловом общении упорядочивает, стабилизирует рабочий процесс и тем самым повышает его эффективность (Л.Г. Павлова).

Служебное положение, должность партнеров по общению, как правило, называются в деловом письме (*старший лаборант Иванов В.С., помощник директора Петров А.В.*). В русскоязычных профессионально-деловых текстах существительные мужского рода используются для наименования должностей и мужчин и женщин (*старший лаборант Иванова В.С., помощник директора Петрова А.В.*). Служебное положение участников общения оказывает влияние на правила деловой переписки. Так, ответ на письмо, подписанное руководителем предприятия или организации, должен быть подписан руководителем, в то время как ответ на письмо заместителя руководителя может подписать как человек, занимающий аналогичную должность, так и руководитель предприятия.

Позиция автора в социальной группе («лидер», «ведомый» и т.д.) также относится к числу характеристик, которые имеют значение для адресата: она часто определяет выбор стратегии ответного действия. Социальная роль может быть «воссоздана» на основании особенностей письменной речи коммуникантов. Ученые выделяют «сильный» и «слабый» стили речи (М.Л. Макаров, Е.А. Lind, R. Kalin) или «сильный» и «слабый» язык (В.Г. Костомаров, Н.И. Формановская и др.). «Сильный» вариант характерен для решительных, уверенных в себе людей, привыкших занимать доминирующую позицию в общении и совместной деятельности. «Слабый» вариант типичен для людей, которые чаще подчиняются. К языковым индикаторам «слабого языка» относят «сверхвежливые формы» (*Не будете ли Вы так любезны,... Не откажите в любезности,...*); избыточное количество слов-интенсификаторов (*чрезвычайно, исключительно* и т.п.); прилагательных со значением позитивной оценки (*прекрасный, замечательный* и т.п.); фраз, выражающих благодарность, признательность.

К особенностям русского профессионально-делового дискурса можно отнести «камуфлирование» социального статуса автора. Исследователи отмечают, что российским деловым документам и письмам свойственна ярко выраженная «бессубъектность», имперсональность. В русскоязычных официальных письмах автор, как правило, выступает от имени коллектива, организации, в то же время деловые письма и документы, составленные на английском языке, чаще пишутся от первого лица. Сравним примеры предложений из одного и того же контракта, составленного на русском и английском языках:

Продавцу предоставляется право вносить усовершенствования и изменения.../ The Sellers have the right to improve or to modify....; При несоблюдении норм разгрузки... / If the Buyers fail to keep the rate of unloading... ; Получение импортной лицензии является обязанностью Покупателя...

Имперсональность достигается несколькими грамматическими способами, типичными для русского делового письма и документа: использованием пассивных модификаций моделей предложений, безличных, неопределенно-личных предложений (которые Г.А. Золотова также относит к модификациям базовых моделей предложений). Еще один способ – включение семантического субъекта в словосочетания-распространители с условным, условно-временным, причинным значением (например: *в случае нарушения поставщиком условий договора...* и т.п.). С.Г. Тер-Минасова пишет, что в этом пристрастии русского синтаксиса к безличным оборотам видят и фатализм, и иррациональность, и алогичность, и страх перед неизвестным и непознанным, но главная причина этой особенности русской грамматики – коллективизм

менталитета, стремление не представлять себя в качестве активного действующего индивидуума (что, конечно же, в определенной степени снимает и ответственность за происходящее).

В письменном профессионально-деловом общении существует специальный жанр, основная функция которого – идентификация социального статуса человека. Это *визитная карточка*:



Рис. 1. Визитная карточка.

Первые визитные карточки Марко Поло привез в Европу из Китая: их ему вручили крупные чиновники – мандарины. В XVIII веке окончательно сложилась форма визитных карточек, и с тех они почти не изменились. В современной России визитные карточки стали активно использовать сравнительно недавно, но сегодня уже трудно представить себе сотрудника, а тем более руководителя предприятия, фирмы, организации, не имеющего такого документа.

Существуют правила оформления визитных карточек. Их размер колеблется от 3x7 до 6x10. Они печатаются на плотной бумаге. Для ведения переговоров с иностранными партнерами удобны карточки, на которых с одной стороны сведения напечатаны на русском языке, с другой стороны – на английском. В России на визитной карточке печатают название организации (иногда в виде логотипа), имя, отчество, фамилию, должность владельца. Обязательно указывают ученую степень и звание. В левом нижнем углу печатают адрес, в правом – номера телефонов.

Визитные карточки можно посылать по почте, но в этом случае лучше сделать соответствующую случаю надпись. Для этого используют специальные аббревиатуры, которые пишут в левом нижнем углу, например: *p.r. (pourremercier)* – выражение благодарности; *p.p. (pourpresenter)* – заочное представление нового сотрудника; *p.f. (pourfeliciter)* – поздравление с праздником и т.п. Безусловно, использование аббревиатур необязательно. Можно сделать от руки надпись более личного характера: «С благодарностью», «С наилучшими пожеланиями» и т.д.

Сложились определенные правила использования визитных карточек. Обмен визитными карточками обязателен перед началом переговоров. Первыми их вручает принимающая сторона. Карточку положено подавать так, чтобы собеседник сразу прочитал текст.

Вторая важная социальная категория письменного профессионально-делового дискурса – *отношения между участниками письменного профессионально-делового общения*. Их можно классифицировать по разным основаниям. Выделяют а) субординационные отношения, так называемые отношения по вертикали, например, между вышестоящей и подчиненной организацией, между начальником и подчиненным и б) партнерские отношения – отношения между равноправными партнерами, отношения по горизонтали, предполагающие совместную деятельность, основанную на принципах сотрудничества и взаимопомощи с учетом интересов обеих сторон. Отношения между участниками общения различаются также по степени официальности, и на этом основании выделяют официальные и полуофициальные профессионально-деловые тексты.

Речевым показателем характера отношений между коммуникантами является *модальность* делового письма. Модальность долженствования, необходимости, в ряде случаев – неизбежности уместна в письме органа государственной власти, направленном в подчиненную ему государственную организацию или частную фирму: *Необходимо представить отчет 1 февраля 2008г.* В деловых документах можно

выделить особую разновидность модальности долженствования – *модальность обязательства*: *Поставщик обязуется / принимает (на себя) обязательства возместить убытки, понесенные партнером*. Для писем-предложений или приглашений характерна модальность возможности, желания.

Обучающийся должен овладеть языковыми средствами выражения модальности в деловых письмах и документах, к которым относятся: собственно модальные глаголы (*хотеть, следовать* и т.п.), глаголы в форме настоящего предписания (*Поставщик несет ответственность за нарушение условий договора*), каузирующие глаголы с модальным значением (*заставлять, вынуждать, способствовать, препятствовать, запрещать* и т.п.), глагольно-именные сочетания (*делать возможным / невозможным / необходимым, дать / предоставить возможность* и т.д.), прилагательные и причастия (*желателен, возможен, должен, обязателен, воспрещен, запрещен* и т.д.), модальные наречия (*желательно, невозможно, необходимо, нужно* и т.д.), модальные модификации базовых моделей предложений: бытийных (*Возникла / существует необходимость / возможность*), характеристики и т.д.

Социальный статус, тип и характер отношений общающихся людей определяют *социальную дистанцию* между ними. К языковым показателям социальной дистанции относится «вежливое Вы», которое в письменной речи употребляется при обращении к одному лицу.

Как известно, эту форму в России ввел боярин Андрей Курбский, и она долго употреблялась исключительно в аристократической среде как знак «социального достоинства» (В.С. Кукушин) и даже социального превосходства. И в настоящее время это очень яркий показатель социальной дистанции: как отмечает С.Г. Тер-Минасова, «русское ты может оскорбить: «Вы мне не тыкайте!» Сколько драк в России начиналось с тыканья».

Социальная дистанция влияет на выбор формы обращения в деловом письме. Обращение в официальном письме начинается со слова «уважаемый» и выделяется в отдельный абзац, после обращения принято ставить восклицательный знак. Среди лиц одной профессии предпочтительная форма – «уважаемые коллеги». Одно слово «коллеги» придает письму нейтральный тон. «Дорогие коллеги» – форма более эмоциональная, она, как правило, используется в письмах-поздравлениях, благодарностях. Полуофициальные письма начинаются с обращения по имени-отчеству. Включение же в обращение такого письма фамилии адресата придает письму вежливо-официальный характер. Все чаще в современных деловых письмах встречаются обращения *Уважаемый господин (г-н) Петров! Уважаемые господа!*

К речевым показателям социальной дистанции можно отнести некоторые характеристики кода коммуникации. Во-первых, на социальную дистанцию может указывать использование иностранного языка в письменном тексте: до сих пор врачи выписывают рецепты на латинском языке. Безусловно, основная причина – бережное отношение к больному, тем не менее, кроме врачей, рецепт могут прочитать, по-видимому, только филологи – латинский язык входит в университетскую программу филологических специальностей. Второй распространенный показатель – степень развернутости кода общения. Выделяют развернутый и ограниченный коды общения как обобщенные речевые стратегии (В.Г. Костомаров). Авторы официальных писем чаще используют клишированные выражения, речевые штампы – «проверенные» временем и одобренные всеми формы выражения мысли, которые снижают риск недопонимания, двусмысленности. Код полуофициальных писем (например, письмо-благодарность давнему деловому партнеру) более развернутый. Авторы таких писем более свободны в выборе стилистически маркированных, образных средств. Но даже в письмах к хорошо знакомым деловым партнерам необходимо осторожно и внимательно относиться к использованию таких слов и словосочетаний: в устной речи стилистические погрешности могут быть легко исправлены, в письме они могут вызвать скептическую реакцию адресата.

7.3. Толерантное письменное профессионально-деловое общение: толерантная межкультурная коммуникация, национально-культурная специфика норм и правил профессионально-делового письма.

Даже в монокультурной среде письменное деловое общение нередко протекает в условиях конкуренции интересов, различия позиций. Если же эти интеракции проходят в среде поликультурной, особенно важно знать и учитывать компоненты профессионально-деловой коммуникации, которые имеют

национально-культурную обусловленность: «культурный барьер... гораздо опаснее и неприятнее языкового тем, что культурные ошибки воспринимаются гораздо болезненнее, чем ошибки языковые, несмотря на то, что первые гораздо более извинительны: различия культур не обобщены в своды правил, как различия языков. Нет ни грамматик, ни словарей культур» (С.Г. Тер-Минасова).

Под *межкультурной коммуникацией* понимается общение представителей различных культур. Условиями успешной межкультурной коммуникации являются а) знание и защита собственной культуры; б) уважение, толерантное отношение к иной культуре (Н. Luserbrink, В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман и др.).

Понятие *межкультурная коммуникация* (intercultural communication, cross-cultural communication) привлекло внимание ученых после окончания Второй мировой войны. В 1946 г. в США был основан Институт службы за границей, которым руководил Эдвард Холл – известный американский антрополог и лингвист, разработавший концепцию изучения различных культур. Институт готовил специалистов, которые профессионально ориентировались в «иных культурах»: «нет другого пути познания культуры, кроме как изучать ее, как учат язык» (Э. Холл). Активно этот термин начали употреблять в 1954 г., когда была опубликована работа Э. Холла и Д. Трагера «Культура как коммуникация», но окончательно понятие сложилось во второй половине XX в., когда идея «межкультурной коммуникации» приобрела исключительную популярность, став «одной из формул, зафиксировавших дух нашей эпохи» (В.Г. Зинченко, В.Г. Зусман). В 70-80-е гг. межкультурную коммуникацию как учебную дисциплину начали преподавать в европейских и американских университетах, с 90-х гг. XX в. эта дисциплина вошла в программы российских вузов.

Итак, первое условие воспитания умений межкультурного общения – знание, уважение и защита своей собственной культуры. Известный российский исследователь межкультурной коммуникации Т.С. Самохина выделяет такие особенности национальной российской культуры и менталитета:

– *бинарный* (двойной, двойственный) характер: как отмечал Н.А. Бердяев, Россия – страна великих контрастов, любой тезис о ее истории и культуре имеет антитезис, что бы мы о России ни сказали, противоположное также оказывается верным;

– *коллективизм*: русский народ привержен к коллективному хозяйствованию, бытию, труду и стилю жизни. Индивидуализм многими русскими понимается как синоним эгоизма и противопоставления себя коллективу;

– *патриотизм*, который выражается в любовном отношении к своей земле, истории и культуре страны, к ее духовности;

– *приоритет духовно-нравственного над материальным*: типично русской чертой является приверженность нравственным ценностям, поиск истины, смысла жизни, презрение к материальному, прагматическому, а соответственно, упрощенному видению окружающего мира.

Анализируя особенности русского национального дискурса, Т.Е. Владимирова к его отличительным признакам отнесла также установку на эмоциональную открытость, искренность, правдивость, «предпосланную отечественной культурной традицией». Это проявляется в подчеркнутой ориентированности на адресата, направленности на «строительство отношений». Поэтому «русский стиль» профессионально-делового взаимодействия предполагает первенство личностного по отношению к производственному: для русских важнее личные, доверительные отношения с деловыми партнерами. В итоге успех делового предприятия зависит от «хорошего» человека и добрых отношений (К.А. Абульханова). Это может привести к культурно-поведенческому диссонансу в профессионально-деловом взаимодействии как с западными, так и с восточными партнерами: первые нацелены в основном на коммерческую выгоду, другие вообще не привыкли открыто выражать чувства и эмоции.

Второе условие развития умений эффективной межкультурной коммуникации – уважение, толерантное отношение к иной культуре. Ученые выделяют шесть типов отношения к «чужой» культуре (Н.К. Иконникова):

– *культуроцентристская* позиция, когда человек считает, что все люди думают и поступают так же, как представители его культуры (в деловом письме инокультурные этикетные нормы и правила вызывают удивление);

– *защита собственного культурного превосходства*: различия между культурами признаются, но ценности другой культуры – угроза привычному порядку вещей, сложившемуся образу жизни (в деловом письме инокультурные этикетные нормы и правила вызывают раздражение);

– *минимизация культурных различий*: поиск объединяющих черт, недооценка культурных различий (специфика инокультурных этикетных правил игнорируется);

– *принятие существования культурных различий*: знание особенностей другой культуры, благожелательное к ней отношение, не предполагающее активное усвоение ее ценностей (особенности оформления деловых писем, специфика этикетных норм и правил воспринимаются благожелательно);

– *адаптация к чужой культуре*: позитивное отношение к чужой культуре, усвоение ее норм и ценностей, умение жить и действовать по ее правилам при сохранении собственной культурной идентичности (деловые письма иностранным партнерам оформляются в соответствии с инокультурными правилами; письма соотечественникам составляются в соответствии с нормами родной культуры);

– *интеграция в чужую культуру*: инокультурные нормы и ценности усваиваются в такой степени, что начинают восприниматься как свои собственные (деловая корреспонденция иностранным партнерам и соотечественникам оформляется в соответствии с инокультурными нормами и правилами профессионально-деловой переписки).

Профессионально-деловые тексты обладают ярко выраженными национально-культурными особенностями, знание которых необходимо для успешного письменного общения. Т.С. Самохина, оценивая собственный опыт письменного делового взаимодействия с представителями других культур, пишет: «никакие трудности в области устного делового общения не могли сравниться с теми проблемами, которые я испытала, столкнувшись с американской письменной деловой культурой. В самом деле, обсуждая или решая деловой вопрос устно, можно просто положиться на здравый смысл, но никакой здравый смысл не в состоянии помочь в том случае, если вы не владеете элементарными клише, используемыми в письменной речи, и понятия не имеет о том, как составлять ту или иную необходимую вам бумагу».

Национально-культурные особенности профессионально-делового письма могут быть насколько существенными, что в некоторых случаях партнеры просто не понимают друг друга: в России дату – например, 5 марта 2008 г. – сокращенно запишут как 05.03.2008. Но в США, где принято сначала указывать месяц, а потом число, эта сокращенная запись будет прочитана как 3 мая 2008 г. Можно выделить следующие аспекты письменного профессионально-делового общения, в которых наиболее ярко проявляется национально-культурная специфика:

– жанры деловых писем и документов: например, в России такие жанры, как протокол намерений, бизнес-план, все еще не столь распространены, как в западноевропейских странах;

– типовая структура и логико-смысловая схема профессионально-делового текста. Т.С. Самохина проводит такое сравнение: в российских анкетах, резюме принято указывать год рождения, семейный статус, а в американских фирмах эти сведения о кандидате не запрашивают никогда, потому что подобная информация считается дискриминационной;

– стратегии и тактики письменного делового общения. «Стратегические и тактические» различия сказываются на логико-смысловой структуре и языковой форме профессионально-деловых текстов. Ярко выраженную национальную специфику имеют, к примеру, дискурсивные стратегии и тактики убеждения в рекламных текстах. И если национальная специфика стратегий не учтена, рекламный текст в лучшем случае просто «не работает» в инокультурной аудитории, в худшем – приводит к обратному результату;

– графические и орфографические нормы: в деловых письмах на английском языке, в отличие от русскоязычных писем, следует с большой буквы писать обозначения должности (*Rector*), имена собственные и прилагательные, обозначающие национальную и государственную принадлежность

(*European, Russian*), названия месяцев (*March*), дней недели (*Wednesday*), названия торговых марок (*Nescafe, Nissan*), товаров (*Bounty, Nestle, Lipton*). Как отмечают исследователи, эта традиция пришла из немецкого языка, в котором принято существительные писать с прописной буквы. Национально специфичны и принятые в письменной деловой коммуникации сокращения. Во всех странах известно сокращение *P.S.*, но не все знают, что такое *En.* или *Enc.* (*enclosure, enclosed* – «См. приложение»), *RSVP* («Ответьте, пожалуйста») и т.д.;

– пунктуационные нормы: в русскоязычном деловом письме обращение сопровождается восклицательным знаком, а в письмах, написанных на английском языке, – запятой. Как пишет С.Г. Тер-Минасова, англичан восклицательный знак в этой позиции настораживает, русские, незнакомые с этой особенностью пунктуации, могут воспринять запятую как своего рода неуважение;

– правила этикета письменного профессионально-делового общения. Приоритет личностного, содержательного над внешним, формальным в русскоязычной профессионально-деловой коммуникации приводит к тому, что русские деловые люди не придают такого большого значения статусным отношениям и тонкостям делового этикета, как, к примеру, китайцы.

В диссертационном исследовании Фэн Хунмэй приведены такие особенности этикета китайского делового письма:

– в китайском деловом письме большое значение придается «вэньянь» – элементам старого китайского языка, содержащим несколько иероглифов с архаическим значением, используемых в китайском языке для выражения вежливости: например, обращение к адресату *guigongsi* переводится не просто как *Ваша компания*, но как *Ваша драгоценная компания*;

– в форме обращения центральное место занимает указание на должность адресата, причем, если адресат – заместитель генерального директора (*fuzong*), но руководит данным проектом, очень важно обратиться к нему как к генеральному директору (*zong*);

– для китайского делового письма характерна очень высокая степень интенсивности употребления этикетных форм, которая представляется избыточной представителям других культур.

По-разному в различных национально-деловых культурах выражают и категорию вежливости. Как отмечает Т.С. Самохина, в западной деловой культуре соблюдению правил вежливости придается особое значение. Это основное требование, которое предъявляется к профессионально-деловой корреспонденции в европейских и американских фирмах: деловой английский характеризуется позитивной окраской, преобладанием слов и грамматических конструкций с положительной коннотацией: *wearehappytoinformyou, wearelookingforwardtohearingfromyou*. В более сдержанном деловом русском прямые эквиваленты этих клише вряд ли будут выглядеть уместными (*мы счастливы вам сообщить, ждем с нетерпением ответа* и т.п.);

– оформление этикетных блоков: так, национально специфичны формы обращения (ср.: *DearN* – *Уважаемый г-н N!*). В англоязычном письме невозможны формы *Respectable (Respected?) N*, а в русском – форма обращения *Дорогой г-н N!* употребляется только в особых случаях. Не меньше затруднений вызовет незнание правил написания имен. В России в деловом письме принято указывать сначала фамилию, затем имя и отчество. Американцы в официальных деловых письмах чаще обращаются по фамилии, в полуофициальных – по имени. Китайцы вначале указывают фамилию, затем имя (*Чжао Юйцзян*), а японцы – наоборот (*Ли-по Марита*).

Безусловно, никто не ожидает слепого копирования в деловом общении культурно-речевых норм или этикетных правил, принятых в стране партнера. Однако формирование толерантного отношения, умения учитывать национально-культурные особенности письменной деловой коммуникации, формирование толерантной личности будущего специалиста – одна из важнейших задач, которую решает преподаватель в процессе обучения письменному профессионально-деловому общению.

Под *толерантностью* (от лат. *tolerantia* – терпение) понимаются уважение и признание равенства людей, отказ от доминирования и насилия, признание многомерности и многообразия человеческой культуры, норм поведения, готовность принять других такими, какие они есть, и

взаимодействовать с ними на основе согласия (А.П. Садохин). Вместе с тем толерантность не предполагает индифферентности, конформизма, ущемления своих интересов. Формирование способности к толерантному межкультурному общению возможно только в том случае, если человек глубоко и всесторонне овладел культурой собственного народа, – это обязательное условие самой возможности интеграции в иные культуры.

Толерантное отношение к иной культуре формируется не сразу, ученые выделяют следующие этапы его развития: *эйфория*, которая проявляется в восхищении новой культурой; *фрустрация*, сопровождаемая появлением сомнения в ценности новой культуры и неприятия различий; *инкультурация*, которая выражается в восприятии нового культурного окружения как естественного. М. Беннет уточнил и детализировал эту модель. По его мнению, межкультурное воспитание должно быть главным образом направлено на формирование межкультурной чуткости (чувствительности) – восприятия и толкования культурных различий. М. Беннет выделил следующие этапы формирования толерантного отношения к инокультурным особенностям: *этноцентристские* этапы (вначале человек не осознает существование культурных различий, затем происходят их отрицание, попытки защиты от инокультурных влияний); *этнорелятивные* этапы (осознание другой культуры как одного из возможных способов организации жизни и деятельности – признание различий – уважение к различиям в поведении и системе ценностей – формирование нового типа личности, сознательно отбирающей и интегрирующей в свою систему ценностей элементы разных культур).

7.4. Формирование толерантной коммуникативной личности будущего специалиста при обучении межкультурной письменной профессионально-деловой коммуникации.

Под толелантной коммуникативной личностью в методике понимается личность, способная применять вербальные и невербальные средства, позволяющие достичь взаимопонимания между общающимися людьми. Среди целей общения толелантная коммуникативная личность приоритетной считает достижение взаимопонимания, согласия (И.И. Просвиркина).

Формирование толелантной коммуникативной личности будущего специалиста предполагает последовательное решение следующих методических задач: овладение нормами и правилами письменной деловой коммуникации, принятыми в родной культуре, формирование умений определять межкультурные различия, воспитание готовности признавать и адекватно оценивать эти различия, развитие умений толелантного межкультурного профессионально-делового общения. К основным умениям толелантного межкультурного письменного делового общения можно отнести следующие:

- умение проявлять интерес и уважение к личности адресата в процессе межкультурной профессионально-деловой коммуникации;
- умение в процессе письменной профессионально-деловой коммуникации устанавливать сходство и различия между культурами родной страны и страны делового партнера;
- умение соотносить этнокультурные стереотипы с собственным опытом, преодолевать отрицательные стереотипы;
- умение пересматривать свои оценки инокультурной специфики письменной деловой коммуникации, изменять свое культурное восприятие и систему ценностей, принимать и познавать новое в процессе расширения опыта письменного межкультурного делового общения;
- умения распознавать, адекватно принимать и учитывать языковые, речевые, речеповеденческие особенности делового партнера – представителя другой культуры, обусловленные его социальной, этнической принадлежностью;
- умение осуществлять письменное профессиональное взаимодействие с учетом культурно-речевых, этикетных норм, правил и традиций, принятых в стране делового партнера: сохранять принятую в данной культуре коммуникативную дистанцию, использовать вербальные средства, приемлемые для данной культуры;

– умение гибко использовать разнообразные дискурсивные стратегии для установления письменных профессионально-деловых контактов с представителями иных культур, готовность к корректировке собственного коммуникативного поведения;

– умение использовать компенсаторные стратегии при недостаточном знании инокультурных отличий;

– умение эффективно устранять недопонимание и проблемные ситуации, вызванные культурными различиями и т.п.

Формирование умений толерантного профессионально-делового взаимодействия – процесс сложный, именно поэтому цель современных учебных курсов профессионально-делового письма – не обучение «языку бизнеса», а формирование умений корректного, толерантного общения в профессионально-деловой сфере, коммуникации «на основе четкого представления о том, что, где, кому и в чей адрес корректно и допустимо что-либо сказать» (И.И. Просвиркина).

Перед началом учебного курса необходимо определить уровень сформированности общих умений толерантного общения студентов. В современной психолого-педагогической литературе представлены многочисленные варианты «тестов на толерантность», приведем в качестве примера один из них:

Насколько вы терпимы к окружающим?

(По В.С. Кукушину)

1. Способны ли Вы для достижения цели пренебречь моральными нормами?

Только в случае крайней необходимости (1).

Да, такова жизнь (0).

Нет, для меня такое поведение невозможно (2).

2. Как вы думаете, бывают ли «плохие» и «хорошие» нации?

Безусловно, причем «плохим» живется легче, чем «хорошим» (0).

Я не могу однозначно ответить на этот вопрос (1).

Нет, в каждом народе есть свои праведники и злодеи (2)

3. Как Вы отреагируете на то, что в вашем доме собираются приобрести квартиры несколько семей иммигрантов?

Мне все равно (1).

Это прекрасно: общение с новыми людьми всегда доставляет радость (2).

Это возмутительно (0.)

4. С каким утверждением Вы готовы согласиться?

Лучше оправдать десять виноватых, чем осудить одного невиновного (2).

От тюрьмы да от сумы не зарекайся (1).

Просто так у нас не сажают. Забрали – значит, наверное, в чем-то человек виноват (0).

5. Ваша дочь (сын, брат и т.п.) пригласила в гости молодого человека (девушку), приехавшего из другой страны, он (она) ведет себя не совсем так, как принято в вашей семье.

Вы сделаете ей (ему) замечание (0).

Вы найдете это любопытным, интересным (2).

Вы промолчите, но потом выскажете свое недовольство дочери (сыну) (1).

Ключ

10 очков	8-	В наше трудное время вам удалось сохранить терпимость и непредвзятое отношение к людям? Общение с вами доставляет людям удовольствие.
7 очков	4-	Увы, реальная жизнь далека от идеала. Но все же старайтесь всегда следовать правилу: «Относитесь к людям так, как хотите, чтобы относились к вам».
3 очка	0-	Похоже, вы всегда найдете оправдание своим поступкам и суждениям. Но ведь даже Библия считает гнев и гордыню смертными грехами.

К современным учебникам и учебным пособиям по обучению толерантной письменной профессионально-деловой коммуникации предъявляются особые требования. Идея толерантности должна «красной нитью» проходить через весь учебный курс и учитываться при составлении коммуникативного минимума, при отборе и методической интерпретации языкового материала, составлении текстотеки учебника, организации тренировки языкового, речевого, коммуникативного материала.

К наиболее продуктивным инновационным формам овладения знаниями о национально-культурных особенностях письменной профессионально-деловой коммуникации относятся *эвристические лекции и лекции-консультации*. Под лекцией (от лат. lectio – чтение) понимается последовательное и системное изложение учебного материала, которое происходит (если речь идет о традиционной лекции) в монологической форме. Эвристическая лекция и лекция-консультация диалогичны. Е.С. Полат и М.Ю. Бухаркина так описывают структуру *эвристической лекции*:

– первый этап – краткое вступление: необходимо активизировать в памяти студентов основные понятия предыдущих лекций, важные для понимания нового материала;

– второй этап – формулирование проблемы, которая будет обсуждаться в ходе эвристической лекции и для решения которой необходимы новые знания. Например, если цель – обсуждение национально-культурных особенностей профессионально-делового письма, проблема может быть сформулирована так: *Нужно ли (и насколько глубоко и подробно) знать правила этикета делового письма, принятые в стране партнера?*;

– третий (основной) этап – рассуждение преподавателя, обсуждение и поиск ответов на вопросы, возможных решений заявленной проблемы совместно со студентами. В ходе такого рассуждения преподаватель рассказывает об особенностях этикета делового письма в разных странах, о возможных реакциях деловых партнеров в случае нарушения установленных правил и совместно со студентами ищет правильный ответ на поставленный в начале лекционного занятия вопрос;

– четвертый (заключительный) этап – подведение итогов совместного рассуждения. Можно попросить студентов самостоятельно сформулировать выводы, спрогнозировать дальнейшие шаги в развитии темы. На этом этапе целесообразно организовать работу в малых группах и затем обсудить полученные результаты.

В ходе такой лекции используются разнообразные иллюстративные материалы, видеофрагменты, мультимедийные презентации и т.д. Эвристическую лекцию невозможно «читать», как читают традиционную лекцию: преподаватель не может абсолютно точно предвидеть ход развития обсуждения. Поэтому необходимое умение, которое требуется от преподавателя, – умение импровизировать. Как отмечают Е.С. Полат и М.Ю. Бухаркина, в аудитории важно личностное обращение к слушателям, нужно, чтобы они видели, что преподаватель обращается непосредственно к ним, видит каждого и следит за реакцией каждого, получая обратную связь.

Лекция-консультация требует предварительной самостоятельной работы студентов. Студенты должны прочитать определенный преподавателем материал и сформулировать вопросы, которые вызывают затруднения или особый интерес. Лекцию-консультацию начинают с обсуждения подготовленных студентами вопросов, выбирая те, на которые необходимо обратить особое внимание. Можно вначале

предложить студентам (всей учебной группе) постараться ответить на каждый из вопросов, а затем его прокомментировать, уточнить, разъяснить, детализировать.

Наиболее эффективные методы формирования умений толерантной межкультурной письменной профессионально-деловой коммуникации – активные: тренинги, дискуссии, ролевые и деловые игры.

А.П. Садохин выделяет общекультурные и культурно-специфичные *тренинги*, далее подразделяя их на *когнитивные* (дающие информацию о другой культуре, например, анализ национально-специфичных норм и правил этикета делового письма); *поведенческие* (обучающие практическим навыкам и умениям, к примеру, правильному составлению писем-предложений, приглашений и т.п., адресованных иностранному деловому партнеру). Основные виды тренинговой техники – информационная, имитационная, практическое выполнение заданий (А. Weinert).

Дискуссии (от лат. discussion – исследование, рассмотрение, разбор) целесообразно проводить на этапе овладения знаниями, формирования мнений и убеждений студентов – основы толерантной межкультурной коммуникации. Темы для дискуссий могут быть такими: «Национализм – синоним войны», «Мужчины в большей степени расисты, чем женщины», «Молодежь первой попадает под нападки расистов», «Любовь может разрешить все проблемы», «У бизнеса нет границ». Е.С. Полат и М.Ю. Бухаркина выделяют следующие этапы проведения дискуссии:

- ориентировка (введение в тему);
- постановка макропроблемы, разбивка на микропроблемы;
- разделение участников на группы, распределение проблем по малым группам;
- определение проблемных задач, рекомендации по организации самостоятельной деятельности участников по отбору материала;
- предварительное обсуждение одной из микропроблем во всех группах;
- коллективное обсуждение;
- этап самостоятельной работы в группах по отбору и осмыслению материала по проблеме;
- подготовка сравнительного анализа и выводов по обсуждаемой проблеме с использованием различных информационных источников;
- представление промежуточных результатов обсуждения в малых группах и обсуждение результатов;
- общая дискуссия, подведение итогов.

Ролевые игры можно использовать для развития у студентов общих умений толерантного общения. Приведем пример ролевой игры, предложенный в «Учебном сборнике» Европейского молодежного центра Совета Европы:

Ситуация. В одной из квартир Вашего дома живут иностранные студенты, которые часто принимают гостей-соотечественников и устраивают застолья. Некоторые жильцы, недовольные постоянным шумом, потребовали провести общее собрание.

Роли: иностранные студенты (которые прекрасно говорят по-русски, все понимают, но никак не возьмут в толк, почему же соседи не довольны, они убеждены, что в их поведении нет ничего особенного), руководитель домового комитета, соседи: молодая женщина, которую шум по ночам пугает; молодой человек, которого шум не беспокоит, но ему хотелось бы переехать в эту квартиру; безработный сосед, который считает преступной деятельность организаций, позволяющих иностранцам работать в стране, и т.д.

Как отмечают авторы, эта ролевая игра позволяет участникам понять, что существуют различия в правилах поведения, научиться искать пути мирного урегулирования конфликтов.

Деловые игры дают хорошие результаты при формировании и развитии умений толерантной профессионально-деловой коммуникации. Для проведения деловой игры можно разбить участников на две

группы: а) представители российской фирмы-производителя станков (тракторов, комбайнов и т.п.); б) представители китайской фирмы, занимающейся продажей этой продукции. Перед группами ставится задача установить деловой контакт, договориться о закупках и поставках. Можно кратко охарактеризовать психологические типы деловых партнеров для более точного выбора дискурсивных стратегий и тактик. При оценивании работы групп необходимо учитывать, насколько точно были соблюдены особенности этикета делового письма, принятые в странах деловых партнеров.

В заключение хотелось бы отметить, что сам процесс обучения межкультурному письменному профессионально-деловому общению должен быть в высшей степени толерантным: преподаватель обращается к тончайшим духовным сферам, к явлениям, обладающим большой значимостью для студентов. Как абсолютно справедливо заметил Ю.Е. Прохоров, не следует спешить ставить задачу овладения иностранцем новой культурой как собственной, считать вторичную этнокультурную идентичность целью программы обучения. В то же время овладение до определенной глубины новой культурой не только реально, но крайне необходимо для успешного письменного профессионально-делового общения.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема VII: Социокультурный компонент русского письменного профессионально-делового дискурса.

Вопросы для самопроверки:

1. Дайте определения понятия *социокультурная компетенция*. Какие знания, навыки, умения составляют этот вид компетенции?
2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные социальные категории письменного профессионально-делового дискурса.
3. Что такое *межкультурная профессионально-деловая коммуникация*? Каковы основные условия эффективности межкультурной профессионально-деловой коммуникации?
4. Какие основные типы отношения к иной культуре вы знаете?
5. Раскройте сущность понятия *толерантная коммуникативная личность специалиста*. Какие факторы а) способствуют; б) препятствуют формированию толерантной личности специалиста?
6. Какие компоненты письменного профессионально-делового общения могут иметь национально-культурную обусловленность? Назовите подобные компоненты культуры русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

Практическое занятие (ролевая игра): Круглый стол «Универсальное и национальное в письменной профессионально-деловой коммуникации».

Самостоятельная работа. Проектная работа: подготовка к проведению круглого стола (работа в малых группах сотрудничества).

Тема VIII: «Коммуникативно-когнитивный подход в обучении письменному профессионально-деловому общению»

- 8.1. Основные подходы к обучению письменной речи.
- 8.2. Сущность и принципы коммуникативно-когнитивного подхода к обучению русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.
- 8.3. Организация обучения профессионально-деловому письму на основе принципов коммуникативно-когнитивного подхода.



«Всякая речевая формулировка есть фиксация результатов процессов мышления, которая не может не оказывать влияние на дальнейший процесс мышления...»

С.Л. Рубинштейн

«Мысль не выражается, но совершается в слове...»

Л.С. Выготский

Основные подходы к обучению письменной речи. Сущность и принципы коммуниктивно-когнитивного подхода к обучению русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации. Организация обучения профессионально-деловому письму на основе принципов коммуниктивно-когнитивного подхода.

8.1. Основные подходы к обучению письменной речи.

Подход к обучению – одна из основных категорий методики преподавания иностранных языков, фундамент построения всей системы обучения, который определяет стратегии, методы, приемы (Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин). Существуют различные подходы к обучению письменной коммуникации (их подробная характеристика представлена в исследованиях Л.К. Мазуновой, Л.В. Вороновой):

– сторонники *формально-языкового подхода* (И.А. Грузинская, W. Rivers и др.) главной целью считают обеспечение формально-языковой корректности письменной речи, основные виды упражнений – подстановочные, трансформационные, вопросно-ответные, диктанты;

– *формально-структурный* (или *аспектно-комплексный*) подход обоснован в работах таких исследователей, как Я.М. Колкер, Л.В. Каплич, Т. Hedge. С позиции этого подхода письмо рассматривается как коммуникативный процесс, при формировании умений письменного общения внимание уделяется логико-содержательной и композиционной стороне письменного текста, основной единицей обучения письму считается абзац;

– *содержательно-смысловой подход* (V. Zamel, T. Silva и др.) актуализировал творческую, креативную сторону письменного общения. При этом подходе акцентируется содержательная сторона письменного высказывания, в центре внимания – «творческая лаборатория писателя». Безусловно, реализация этого подхода возможна лишь в аудитории носителей с высоким уровнем компетентности в сфере письменной коммуникации;

– *социокультурный подход* (Л.А. Городецкая, С.Г. Тер-Минасова, В.В. Сафонова, Л.Г. Кузьмина и др.) рассматривает письмо как социокультурный феномен. В работах этого научного направления подчеркивается необходимость формирования культуры иноязычной письменной коммуникации на основе принципов коммуниктивности, социокультурной ориентации обучения письму, опоры на функционально адекватный, аутентичный письменный текст.

8.2. Сущность и принципы коммуниктивно-когнитивного подхода к обучению русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации.

В последние десятилетия активно разрабатывается **коммуниктивно-когнитивный** подход к обучению иноязычному общению. Этот подход объединил достижения двух современных научных направлений: *коммуниктивного* (Е.И. Пассов, О.Д. Митрофанова, М.Н. Вятютнев, Д.И. Изаренков и др.) и *когнитивного* (Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина и др.). Коммуниктивно-

когнитивный подход к обучению русскоязычной профессионально-деловой коммуникации находит выражение в системе дидактических и методических принципов.

Принцип коммуникативности заключается в том, что профессионально-деловое письмо рассматривается как дискурс в единстве коммуникативно-речевых, когнитивных, речеповеденческих, социокультурных, национально-культурных характеристик. Поэтому главная цель учебной работы заключается не в овладении языковыми средствами деловой коммуникации или навыками формальной грамотности, но в формировании коммуникативной компетенции в сфере русскоязычной письменной профессионально-деловой коммуникации в единстве всех ее составляющих (лингвистической, социокультурной, дискурсивной, стратегической, предметной компетенций). Процесс обучения письменной профессионально-деловой коммуникации организуется как деятельность, направленная на создание потребностей в общении, на постановку и решение речемыслительных задач. На занятиях активно используются ситуации реальной коммуникации, предпочтение отдается проблемным ситуациям и творческим видам работы, которые стимулируют мыслительную и коммуникативную активность обучающихся.

Принцип когнитивности (от англ. *cognition* – знание, познание) выражается в том, что обучение письменному деловому общению строится с учетом основных закономерностей усвоения, организации, хранения знаний в когнитивной системе человека и их использования в процессе общения. Языковые явления изучаются в их связи с когнициями, под которыми понимаются процессы приобретения знаний и результаты этого процесса (Н.Н. Бодырев). За значениями слов, грамматических категорий, синтаксических структур стоят когнитивные структуры: фреймы, сценарии, скрипты, модели мира. Как отмечает Р. Лангакр, выбирая любую грамматическую единицу или конструкцию, мы одновременно выбираем способ описания ситуации и ее образ, причем все это осуществляется в коммуникативных целях. Такой подход к организации учебного процесса дает возможность обучающимся глубоко осмыслить и осознать каждое языковое явление как часть системы, осознанно применить его в процессе общения, связать системы мышления – языка – коммуникации.

Принцип антропоцентризма – один из ведущих принципов коммуникативно-когнитивного подхода. Как отмечает Г.А. Золотова, «без антропоцентрической идеи невозможно понять не только закономерности построения конкретных текстов, но и основы языковой системы», «нет ни одного текста, не порожденного коммуникативными намерениями субъекта». Человек «как лицо думающее, говорящее и пишущее» становится центром современной лингвистики и лингводидактики. Принцип антропоцентризма ставит перед учеными задачу поиска «очеловеченного представления языковой системы» (Г.А. Золотова), повышает роль социолингвистических, социокультурных и др. факторов в процессе овладения письменным профессионально-деловым общением.

Принцип текстоцентризма. Подчеркивая важность этого принципа для лингвистики и лингводидактики, Г.А. Золотова пишет, что эти науки «все увереннее приближаются к признанию текста основным своим объектом, ведь язык существует ради коммуникации, и осуществляется коммуникация в текстах». Люди общаются с помощью текстов, поэтому текст – основная единица обучения иноязычному общению. В этой связи письменную профессионально-деловую коммуникацию в лингводидактических целях необходимо описывать от типов текстов – к классам единиц, из которых он строится.

Принцип системности означает признание системности всех составляющих процесса обучения. Язык рассматривается как система, но, с позиции коммуникативно-когнитивного подхода, система языка «выстраивается по результатам анализа конкретных текстов, а текст понимается как конкретная реализация языковой системы» (Г.А. Золотова). Дискурс – особая динамическая система, структура которой определяется социальными, социокультурными, лингвистическими и др. факторами. Большое внимание уделяется системности и систематичности формирования знаний, навыков, умений иноязычного общения.

Принцип сознательности. Коммуникативно-когнитивный подход предполагает сознательное отношение обучающихся к самому процессу обучения: понимание, осознание языковых, речевых, коммуникативных единиц и способов их использования в процессе общения ([Э.Г. Азимов](#), [А.Н. Щукин](#)).

Принцип активности проявляется в том, что знания, навыки, умения формируются в процессе активной умственной работы учащихся, в основе которой лежит сочетание речевой деятельности и мышления. Активная позиция обучающегося в процессе овладения навыками и умениями иноязычного общения предполагает напряженность психических процессов: внимания, мышления, памяти и воли (Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин). Обучающиеся активно участвуют в определении целей, содержания учебного процесса и выбирают индивидуальный образовательный маршрут.

Принцип индивидуализации. Обучающийся выступает в роли субъекта учебной деятельности, обладающего определенными индивидуально-личностными характеристиками. Значимыми в методическом плане являются психологические, когнитивные, возрастные, национально- и социокультурные особенности его личности. Индивидуально-личностные особенности учитываются при определении образовательного маршрута обучающегося.

Таким образом, коммуникативно-когнитивный подход к обучению письменному профессионально-деловому общению можно определить как подход, при котором обучение направлено на овладение навыками и умениями письменной иноязычной коммуникации, основанное на осознании закономерностей образования и употребления языковых средств и процессов речемыслительной деятельности; протекающее в условиях, максимально приближенных к условиям естественного письменного профессионально-делового общения.

Опора на коммуникативно-когнитивный подход позволяет разработать эффективную методическую систему обучения письменному профессионально-деловому общению.

8.3. Организация обучения профессионально-деловому письму на основе принципов коммуникативно-когнитивного подхода.

При коммуникативно-когнитивном подходе формирование знаний, навыков, умений письменной профессионально-деловой коммуникации осуществляется с учетом основных закономерностей усвоения, переработки, хранения информации в когнитивной системе человека. В российской психологии познания доказана методическая значимость наглядных опор (Л.В. Занков), опорных схем (Н.И. Жинкин), опорных сигналов (В.Ф. Шаталов): словесное средство предшествует восприятию наглядного средства (например, графической схемы, плана и т.п.), сопровождает это восприятие, завершает подачу информации в виде обобщений и выводов.

Ученые-когнитивисты установили, что в памяти человека хранятся *текстовые прототипы* (Л. Лузина) – мыслительные структуры, схемы алгоритмов речемыслительных действий, которые осуществляются в процессе продукции и рецепции текстов разных типов. Различные жанры и жанровые разновидности профессионально-деловых текстов соотносятся с разными текстовыми прототипами.

Прототипами текстов-матриц (договор, анкета) служат *фреймы* (от англ. framework – каркас) – мысленные схемы, образы статических объектов. Фреймы состоят из узлов-понятий и связей между ними и используются как своеобразные «аналитические леса», «подпорки» (Э. Гоффман, Г. Бейтсон) в процессе продукции текста. Фрейм текста-матрицы можно графически изобразить в виде логико-смысловой схемы, сложного номинативного плана и использовать в качестве опоры при обучении написанию деловых писем, составлению приказов, договоров, соглашений и т.д. Обучающиеся вначале должны запомнить и уметь определять основные типы логико-смысловых компонентов, их позиции в документе или деловом письме, запомнить способы их вербального представления в тексте. Затем (с постепенным снятием опор) следует обучать самостоятельной продукции письменных профессионально-деловых текстов.

Прототипами текстов-моделей (например, деловых писем-предложений) являются *скрипты* – мыслительные структуры, с помощью фиксируются алгоритмы речемыслительных действий в определенных ситуациях общения. Скрипты хранят алгоритмы убеждения, аргументации и других когнитивных процедур, которые осуществляются в процессе составления деловых писем-предложений. Скрипты текстов-моделей также можно представить в виде схем, которые удобно использовать в качестве опор при обучении продукции текстов-моделей.

Важнейшей единицей методической системы является *упражнение* – основное средство формирования необходимых навыков и умений. Различают *аппарат упражнений* (совокупность, все множество упражнений по обучению видам речевой деятельности) и *систему упражнений* (организация упражнений с учетом целей и условий обучения, которая используется для формирования навыков и умений общения в определенном объеме или виде речевой деятельности, например: *система упражнений по обучению говорению, чтению, письму* и т.п.).

Классификация упражнений – вопрос, на который еще не найден окончательный ответ. Существуют различные подходы к его решению (И.А. Грузинская, И.В. Рахманов, А.А. Миролубов, Б.А. Лапидус, Э.Ю. Сосенко, Е.И. Пассов, И.Л. Бим и др.). Одна из наиболее удачных классификаций, в которой учтены коммуникативная направленность обучения и когнитивные характеристики речемыслительной деятельности, разработана Д.И. Изаренковым (1994 г.). Эта классификация основана на трех признаках:

– тип речемыслительной операции, которая выполняется в процессе тренировки. На этом основании выделяются презентативные, фонационные, опознавательные, семантизирующие, конструирующие (конструктивные) упражнения и т.д.;

– тип когнитивного действия, которое совершается при выполнении упражнений (разные речемыслительные действия требуют от человека различных интеллектуальных усилий). Упражнения можно соотнести с пятью типами интеллектуальных актов: имитативные, аналоговые, имитативно-аналоговые, творческие с использованием опорных элементов, творческие;

– тип единицы обучения: *языковая* (например, модель предложения: *что? состоится где?*), *речевая* (парадигма предложений, построенных по данной модели: *Презентация проекта состоится / состоялась 5 марта*) или *коммуникативная* (предложение-высказывание в условиях естественного общения).

Как отмечалось, коммуникативно-когнитивный подход предполагает максимальный учет индивидуально-личностных особенностей обучающихся. Стратегия обучения разрабатывается с учетом *когнитивных характеристик* студентов, что позволяет варьировать степень сложности заданий, уменьшать или увеличивать количество тренировочных упражнений, выбирать наиболее эффективные способы объяснения материала и виды опор, иными словами, выбирать индивидуальный маршрут овладения навыками и умениями профессионально-делового письма.

В процессе обучения письменной профессионально-деловой коммуникации, безусловно, нужно учитывать уровень *когнитивно-познавательных умений* (*обучаемости, способности к обучению*) студента. К таким умениям относятся прежде всего *учебные* (умения эффективно использовать возможности, возникающие в процессе обучения, определять свои потребности, организовывать собственную учебную деятельность); *продуктивно-когнитивные умения* (уровень обобщенности знаний, широта применения, быстрота усвоения, темп продвижения в учебе); *эвристические умения* (способность познавать новое, умение пользоваться новыми информационными технологиями) и т.д. Степень сформированности когнитивно-познавательных умений определяет готовность студента к обучению и продолжительность учебного курса.

При разработке методической стратегии важно учитывать *преобладающий вид мышления* студента: *словесно-логическое* (при котором основными «средствами» мыслительных процессов являются понятия и логические конструкции) или *наглядно-образное* (при котором человек оперирует не логическими конструкциями, а образами и представлениями). Для студента с преобладающим словесно-логическим видом мышления важно понять логико-смысловую структуру профессионально-делового текста, уяснить связи и отношения между его компонентами, основные закономерности построения текста. Студенту, для которого предпочтителен наглядно-образный вид мышления, лучше предлагать наглядные образцы деловых писем и документов и строить обучение на основе аналогий.

Особенности *когнитивного стиля* студентов учитываются при разработке стратегии обучения письменной профессионально-деловой коммуникации. Слово «стиль» происходит от латинского обозначения палочки для письма на восковых досках с острым и тупым концами (тупым концом стирали неверно написанное). Как отмечают В.Н. Дружинин и Д.В. Ушакова, уже в своем исходном метафорическом

значении стиль – это возможность одновременного участия в деятельности двух противоположных по смыслу качеств, в равной мере необходимых для ее успеха. Под **КОГНИТИВНЫМ СТИЛЕМ** понимаются «предпочитаемые» человеком способы обработки и оценки информации, решения речемыслительных задач. Когнитивный стиль человека определяют на основании таких параметров, как способы восприятия и понимания информации; когнитивный темп; предпочтения в способах обобщения и систематизации информации и т.д. В зависимости от *способов восприятия и понимания информации* выделяют «конкретный» и «абстрактный» типы. Для «конкретного» типа характерны стереотипность мышления, высокая контролируемость поведения, склонность к «черно-белому» мышлению. «Абстрактный» тип способен гибко менять речемыслительные тактики, креативен, в рассуждениях и оценках готов выходить за пределы «здесь и теперь». В зависимости от *когнитивного темпа* (скорости принятия решений) выделяют импульсивный стиль (который соотносится с быстрым принятием решений) и рефлексивный (при котором решения принимаются медленно). *Способ обобщения и систематизации информации* может быть *аналитико-описательным* (объекты объединяют в одну группу на основании какого-то конкретного признака, например, *люди с рыжими волосами*), *тематическим* (группировка по ситуативным или функциональным отношениям: *мужчина, женщина, мальчик – это семья*) или *категориальным* (группировка осуществляется на основе какой-либо категории: *одна профессия* и т.п.).

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема VIII. Коммуникативно-когнитивный подход в обучении письменному профессионально-деловому общению.

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое *коммуникативно-когнитивный подход*? Каковы его основные методологические принципы? Знакомы ли вы с работами исследователей, работающих в рамках коммуникативно-когнитивного подхода?
2. Какое значение имеет коммуникативно-когнитивный подход для методики обучения культуре письменного профессионально-делового общения?
3. Что такое когнитивный стиль, индивидуальный когнитивный стиль?
4. Как можно диагностировать и можно ли скорректировать индивидуальный когнитивный стиль студента?
5. Как учитывается индивидуальный стиль студента при разработке учебных материалов и организации обучения общению?
6. Обладает ли когнитивный стиль возрастной, национальной, гендерной и т.п. обусловленностью?

Практическое занятие (мастер-класс с использованием раздаточного материала): Диагностика когнитивного стиля обучающихся.

Самостоятельная работа: Разработка рекомендаций по выбору стратегий обучения письменному профессионально-деловому общению с учетом когнитивного стиля студента.

Тема IX: «Уровневый подход к измерению коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере письменного профессионально-делового общения»

9.1. Уровни коммуникативной компетентности в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации.

9.2. Диагностика / самодиагностика уровня сформированности коммуникативной компетенции в сфере профессионально-делового письма: общее понятие педагогического контроля, его основные признаки, требования к организации и проведению контроля.

9.3. Ошибки в письменной профессионально-деловой речи будущих специалистов: понятие ошибки, критерии систематизации и типология ошибок, современные пути и средства преодоления ошибок в письменной профессионально-деловой речи.

9.4. Редактирование профессионально-делового текста как средство предупреждения ошибок.

«Если для общения людей вообще необходим язык, то для культурного общения необходим как бы язык в квадрате, язык, культивируемый как особое искусство»

А.М. Пешковский

Уровни коммуникативной компетентности в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации: понятие уровня, система уровней, место уровней владения русским языком в специальных целях в общей системе уровней владения русским языком как иностранным. Диагностика/самодиагностика уровня сформированности коммуникативной компетенции в сфере профессионально-делового письма: общее понятие педагогического контроля, его основные признаки, требования к организации и проведению контроля. Ошибки в письменной профессионально-деловой речи будущих специалистов. Редактирование профессионально-делового текста.

9.1. Уровни коммуникативной компетентности в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации.

Коммуникативная компетентность, как и любая способность, – величина не абсолютная, раз и навсегда заданная и неизменная (какой компетенция представала перед нами, например, в работах Н. Хомского). Ее можно развивать и совершенствовать, а следовательно, определять *уровень коммуникативной компетентности в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации*, т.е. степень сформированности способности к речевой коммуникации, навыков и умений письменного общения. Система уровней коммуникативной компетентности была впервые детально охарактеризована в документе «Общеввропейские компетенции: изучение, преподавание, оценка».

Анализируя историю становления уровневого подхода в российской лингводидактике, Л.В. Фарисенкова («Уровни коммуникативной компетенции в теории и на практике») выделяет несколько этапов. В 50-е гг. предпринимаются первые попытки установления уровней владения языком в целях учета и контроля знаний обучающихся (В.С. Цетлин, З.М. Цветкова, А.А. Миролубов и др.). В 60 – 70 гг. уровни отождествлялись с критериями оценки речевой деятельности обучающихся. В этот период выделяются следующие подходы к выделению критериев оценки: лингвистический (внимание концентрируется на отклонениях от системы и нормы языка и речи), психологический (оцениваются темп речи и количество ошибок), психолингвистический подход (критериями являются наличие самоконтроля, скорость речи, типы ошибок), смысловой (в первую очередь оцениваются содержательная сторона речи и форма презентации содержания: соответствие содержания высказывания теме и ситуации, полнота раскрытия темы, логичность изложения и т.п.). В 80-е гг. уровень описывается через систему требований и соотносится с этапом обучения. Подводя итог, Л.В. Фарисенкова отмечает, что вплоть до 90-х гг. в России преобладал «инструментальный» подход к определению уровней, задача описания уровней не ставилась.

В 90-е гг. в российской лингводидактике появляются первые системные описания уровней владения русским языком как иностранным. Уровни характеризуются с помощью уровнеобразующих признаков (Т.И. Попова, Е.Е. Юрков), которые получили название *дескрипторов* (описаний) основных навыков и умений. Описания уровней общего владения русским языком представлены в системе Государственных стандартов.

Удачным описанием уровней владения умениями письменного общения является статья Л.М. Шведовой «Определение уровней коммуникативной компетенции в письменной речи у студентов-иностранцев» (1990 г.). В концепции Л.М. Шведовой уровни сформированности коммуникативной компетенции в сфере письменного общения определяются на основе умений функционально-структурного оформления письменного текста. Автор учитывает качество структурно-композиционных, функционально-коммуникативных и предметно-содержательных особенностей письменного речевого произведения, дифференцирует жанры текстов с учетом этапа обучения студентов. Так, в начале обучения студенты овладевают умениями заполнять анкеты, бланки, формуляры, продуцировать несложные в структурном и содержательном отношении письма. Среди языковых нарушений ученый выделяет коммуникативно значимые и незначимые, нарушения прагматического и содержательного планов письменного текста квалифицируются как коммуникативно значимые.

Система уровней владения русским языком как средством делового общения разработана учеными МГУ им. М.В. Ломоносова. Она включает:

Уровень 1. Адаптационный уровень владения русским языком как средством повседневного и делового общения (АУПДО). Достижение этого уровня свидетельствует о способности вступать в коммуникацию на русском языке в ограниченном числе ситуаций повседневного и делового общения (500-550 академических часов).

Уровень 2. Основной уровень владения русским языком как средством делового общения (ОУДО). Обучающийся, который достиг этого уровня, может удовлетворять свои основные коммуникативные потребности в сфере профессионального общения в рамках расширенного среднего уровня (360 – 380 академических часов).

Уровень 3. Высокий уровень владения русским языком как средством делового общения (ВУДО). Достижение этого уровня позволяет обучающемуся адекватно общаться при решении широкого круга профессиональных задач (280 – 300 академических часов).

Уровень 4. Уровень свободного владения русским языком как средством делового общения (УСДО).

Уровни владения русским языком как средством делового общения являются модулями по отношению к уровням общего владения. Они следующим образом «встроены» в российскую государственную систему уровней владения русским языком как иностранным:

Таблица 1. Уровни владения русским языком как средством делового общения в системе уровней владения русским языком.

Уровни общего владения русским языком как иностранным	Уровни владения русским языком как средством получения специальности	Уровни владения русским языком как средством делового общения
4-й УРОВЕНЬ	Уровень филолога – выпускника аспирантуры	УСДО
3-й УРОВЕНЬ	Уровень бакалавра-филолога	ВУДО
2-й УРОВЕНЬ	Уровень бакалавра-нефилолога	ОУДО
1-й УРОВЕНЬ	Уровень абитуриента	АУПДО
Базовый уровень		

9.2. Диагностика / самодиагностика уровня сформированности коммуникативной компетенции в сфере профессионально-делового письма: общее понятие педагогического контроля, его основные признаки, требования к организации и проведению контроля.

Основным способом определения уровня сформированности коммуникативной компетентности является педагогический контроль. Как отмечают [Т.М. Бальхина](#), Н.М. Румянцева, М.Б. Чельшкова в статье «Педагогический контроль и тестирование по русскому языку как иностранному: история, опыт, проблемы», контроль призван давать информацию о познавательно-коммуникативной деятельности обучающихся, об уровне самостоятельности и активности учащихся в учебном процессе, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности. Для определения уровня сформированности коммуникативной компетентности в профессионально-деловом письме можно использовать такие виды контроля:

– *предварительный контроль* (как его определяет [А.Н. Щукин](#), контроль готовности к овладению деятельностью) проводится перед началом прохождения курса обучения профессионально-деловому письму. Цель предварительного контроля заключается в установлении а) исходного уровня владения умениями профессионально-делового письма; б) индивидуальных когнитивных характеристик, когнитивного стиля обучающихся;

– *текущий контроль*, цель которого состоит в установлении темпа и объема прироста коммуникативной компетентности студентов;

– *промежуточный контроль*. Объектами промежуточного контроля могут являться как компоненты коммуникативно-речевой компетенции (лингвистическая, дискурсивная и т.д.), так и степень готовности к письменному профессионально-деловому общению в целом.

– *итоговый контроль*. Цель итогового контроля – определить уровень коммуникативной компетентности в сфере профессионально-делового письма, достигнутый студентом в результате прохождения курса.

Контроль уровня коммуникативной компетентности в сфере профессионально-делового письма проводится в разных формах. Наиболее частотные – письменная/устная, индивидуальная, групповая, парная или фронтальная. Выбор формы контроля определяется а) видом контроля (итоговый, промежуточный контроль и т.д.); б) объектом контроля: проверяем ли мы уровень, к примеру, лингвистической, дискурсивной или социокультурной компетентности).

Как совершенно верно замечают [Е.С. Полат](#) и М.Ю. Бухаркина, умение объективно оценить собственные возможности, навыки, умения, способности – залог успеха. Цель самооценки и самодиагностики – выявить внутренние ресурсы роста личности. Внешний контроль дает объективные данные о сформированности навыков и умений, в то время как контроль, осуществляемый самим студентом, позволяет соотнести достигнутое с потенциалом, с теми внутренними резервами личности, которые могут оказаться скрытыми для внешнего наблюдателя.

[Е.С. Полат](#) выделяет такие умения, формирующие способность к правильному и объективному оцениванию собственных результатов:

- умение объективно оценить собственные результаты в той или иной деятельности;
- умение объективно оценить действия и достижения другого человека;
- умение сравнивать результаты достижений с нормативными критериями;
- умение правильно определять причины неуспеха;
- умение наметить пути устранения ошибок и недостатков;
- умение объективно относиться к внешней оценке (оценке преподавателя, сокурсников и т.д.).

Чтобы обучить правильному оцениванию собственных учебных достижений, сформировать навыки и умения самодиагностики компетенции в письменной профессионально-деловой коммуникации, преподаватель должен учитывать психологические особенности, когнитивный тип и стиль и другие характеристики личности студента – нет единых рекомендаций для всех.

Одной из наиболее перспективных инновационных технологий самооценивания является *языковой портфель студента (портфолио образовательных достижений)*.

Портфолио определяют как способ фиксирования, накопления и оценки индивидуальных достижений студента за определенный период его обучения. Он представляет собой своеобразный отчет по процессу образования и позволяет увидеть «картину» значимых образовательных результатов, индивидуального прогресса студента, степень сформированности его умений применять на практике приобретенные знания и умения ([Е.С. Полат](#)).

Выделяют три основных типа портфолио:

– *портфолио документов*, в который входят сертификаты и документы, подтверждающие обучение (образование) студента по определенным программам, а также награды (грамоты, благодарности и т.п.) за учебные достижения. Преимущество этого типа заключается в том, что он позволяет определить образовательный рейтинг студента, а недостаток – в том, что не позволяет проследить его индивидуальный «образовательный путь», особенности учебно-познавательного стиля, способности, интересы и склонности студента;

– *портфолио работ*, в котором собраны творческие, проектные, исследовательские и т.п. работы ученика и представлено описание его учебной и творческой деятельности: участие в олимпиадах, конкурсах, конференциях и т.д. Этот вид портфолио содержит информацию не только об успехах, но и о способностях, интересах, увлечениях студента, и это составляет его преимущество, но такой портфолио нельзя учитывать при определении образовательного рейтинга студента;

– *портфолио отзывов* содержит характеристики, отзывы, рекомендации, подготовленные преподавателями, руководителями практики, организаторами олимпиад, творческих вечеров. Рекомендуется в такой портфолио включать подготовленный студентом письменный самоанализ учебной и творческой деятельности. К преимуществам портфолио этого типа относят развитие умений самодиагностики и самооценки студента, а к недостаткам – сложность формализации и учета подобной информации.

Портфолио достижений студента может содержать информацию не только о результатах его учебно-познавательной деятельности, но и коммуникативных достижений, культуры поведения и т.д. Существуют также комплексные разновидности портфолио, в которые указанные аспекты входят на правах компонентов. Портфолио создают в традиционной и электронной форме (его можно также разместить на сайте учебного заведения).

Для формирования способности самостоятельно оценивать динамику развития коммуникативной компетентности в сфере профессионально-делового письма наиболее удобным является комплексный портфолио достижений. С методической точки зрения наиболее целесообразно структурировать его по основным компетенциям – лингвистической, социолингвистической, социокультурной, дискурсивной и т.д. В каждом разделе необходимо представить результаты предварительного контроля (сформированности общих умений толерантного общения в разделе «Социокультурная компетентность», языковых навыков в разделе «Лингвистическая компетентность» и т.д.). Каждый раздел должен также содержать результаты промежуточного и итогового контроля, анализ участия в разработке проектов, ролевых и деловых играх, конкурсах, тренингах и т.д. Портфолио должен содержать как данные внешнего контроля, который проводит преподаватель, внешней оценки, которую дают сокурсники (можно регулярно предлагать студентам составлять отзывы после проведения каждого мероприятия), так и результаты оценивания собственной деятельности студентом. Формы самооценивания могут быть как традиционными (письменный анализ, эссе, тесты, таблицы и т.д.), так и игровыми. Примером последней может быть «Дерево достижений» – рисунок, на котором изображено дерево, у

подножия и на ветвях которого схематично представлены люди в различном психоэмоциональном состоянии (усталость, радость, гордость, стремление к вершине и т.д.). Предлагается найти и отметить рисунок, соответствующий представлениям о собственном состоянии и собственных достижениях в тот или иной период обучения. Портфолио наиболее удобен в электронном виде: это технически облегчает его ведение, заполнение, коррекцию. Названия разделов лучше сформулировать с ориентацией на возрастных, психологические и т.п. особенности студентов: «Я учусь работать с иностранными партнерами», «Я учусь писать и редактировать деловые письма» и т.п.

9.3. Ошибки в письменной профессионально-деловой речи будущих специалистов: понятие ошибки, критерии систематизации и типология ошибок, современные пути и средства преодоления ошибок в письменной профессионально-деловой речи.

«Цена» ошибки в коммерческой корреспонденции, а тем более в деловом документе, где языковая «оплошность» может привести к юридическим санкциям, достаточно высока. В устном общении по реакции собеседника мы чаще всего сразу понимаем, что сказанное не вполне корректно, и можем подобрать более точное слово, более уместную этикетную формулу, привести более убедительные аргументы. Пишущий такой возможности лишен, поэтому должен четче и строже формулировать мысль, более тщательно «выстраивать» структуру текста и, конечно, быть максимально внимательным к языковому оформлению делового письма или документа, иными словами, стараться не допускать ошибок, затрудняющих или нарушающих письменную коммуникацию. Поэтому проблема ошибок – одна из важнейших при обучении письменной профессионально-деловой коммуникации.

В «Словаре методических терминов» [А.Н. Щукина](#) и [Э.Г. Азимова](#) ошибка трактуется как «отклонение от правильного употребления языковых единиц и форм, результат ошибочного действия».

Ошибки в устной и письменной речи – предмет изучения разных наук: психологии, психолингвистики, методики обучения русскому языку, поэтому их группируют по разным основаниям. В методике ошибочные действия изучаются с целью разработки наиболее эффективных стратегий и приемов предупреждения и преодоления ошибок в речи обучающихся. Как отмечают А.А. Акишина и О.Е. Каган, в методике становится популярной «теория ошибки», согласно которой к ошибкам учащихся следует относиться как к важнейшему показателю их знаний языка, как к «пульсу» обучения, указывающему на болезни учебного процесса, на его недостатки.

Для методики обучения письменной профессионально-деловой коммуникации важно ответить прежде всего на такие вопросы: *Что именно обучающийся делает неправильно? (Каково содержание ошибочного действия?) Какова коммуникативная значимость ошибочного действия? Почему обучающийся допускает ошибку? (Каковы ее причины?)*. Не менее важно учитывать, кто совершает ошибку: носитель языка или студент, для которого русский язык не является родным. Эти параметры и могут стать оптимальными признаками методически значимой классификации ошибок в письменной профессионально-деловой коммуникации.

В зависимости от содержания ошибочного действия можно выделить языковые, дискурсивно-стратегические, социокультурные, социолингвистические ошибки и ошибки, связанные с предметным компонентом письменного профессионально-делового общения.

Языковые ошибки – результат нарушения языковых норм литературного языка. В письменной профессионально-деловой коммуникации наиболее частотны следующие их разновидности.

К *лексическим ошибкам* относятся случаи неправильного употребления слов: *употребление слов без учета их семантики*: мы получили деформацию (дезинформацию); *ошибка в выборе лексического синонима* (в XII веке в Ленинграде); *нарушение сочетаемости слов* – лексической (*играть значение*), грамматической (*большинство времени они тратят на...*), семантической (*написать устно*); *плеоназм* – употребление близких по смыслу и потому лишних слов (*упал вниз*); *тавтология* – повторное обозначение другими словами уже названного понятия (*возобновить вновь, необычный феномен*). Скрытая тавтология –

употребление русского слова и его иноязычного заимствования со сходным семантическим компонентом (*впервые дебютировал*). Скрытая тавтология свидетельствует о незнании значения заимствованного слова; *речевая недостаточность*, часто создающая комический эффект (конечно, помимо желания автора): *таблетки от головы, от сердца* и т.п.

Морфологические ошибки – это ошибки в выборе формы рода; ошибки в выборе формы числа; неправильное обозначение профессии (*преподавательница Иванова*); плеонастическое сочетание при образовании степени сравнения имени прилагательного или наречия; ошибка в образовании краткой формы прилагательного; неправильный выбор временной формы глагола; разноречивых временных форм глагола; разноречивых видовых форм глагола; смешение субъектно-объектных отношений в результате употребления возвратного глагола; неправильное образование глагольной формы; употребление действительного причастия в значении страдательного; неправильное образование деепричастия.

Синтаксические ошибки: смешение синтаксических конструкций; ошибки в управлении; ошибки в согласовании; в построении однородных членов предложения; незавершенность предложения; неоправданная инверсия; громоздкость синтаксической конструкции.

Стилистические ошибки – употребление языковых единиц, обладающих стилистической окраской, не соответствующей стилистической окраске всего текста. Выделяют лексико-стилистические, грамматико-стилистические ошибки.

Дискурсивно-стратегические ошибки вызваны употреблением неадекватных стратегий и тактик письменной профессионально-деловой коммуникации. Так, использование «лобовых» стратегий в русскоязычных рекламных письмах можно признать дискурсивно-стратегической ошибкой, потому что такой текст не позволит его автору достичь цели профессионально-деловой коммуникации. Использование в письмах-предложениях неэффективных стратегий убеждения и побуждения, употребление деструктивных тактик аргументации также можно отнести к ошибкам этой группы. Если автор делового письма при выборе дискурсивной стратегии или тактики не учитывает тип личности, возрастные и другие подобные характеристики адресата, это также повлечет за собой дискурсивную ошибку и не приведет автора к желаемому результату.

Социокультурная ошибка – незнание социально-культурных факторов речевого поведения, которые имеют как национальную, так и социальную обусловленность. Примером социокультурной ошибки может послужить вопрос «Как здоровье Вашей жены?» в неофициальном письме деловому партнеру из мусульманской (магометанской) страны. Социокультурной ошибкой станет в деловом письме форма обращения, приветствия, прощания, выбранная без учета правил речевого этикета, принятых в стране делового партнера.

Ошибки, связанные с предметным компонентом профессионально-делового общения. Недостаточная профессиональная компетентность автора делового письма или документа, его неполная осведомленность в предмете, содержании вопроса могут вызвать серьезный сбой в письменной коммуникации. Особое внимание при составлении делового письма или документа уделяется тщательной проверке данных: только точная и достоверная информация вызовет доверие делового партнера, сделает продуктивным деловое сотрудничество и позволит исключить возможность конфликтной ситуации.

По коммуникативной значимости ошибочные действия подразделяют на коммуникативно значимые и коммуникативно незначимые. С.И. Ельниковой и Е.Н. Барышниковой выдвинута идея о разработке шкалы коммуникативной значимости, очень перспективная с методической точки зрения.

В зависимости от причины ошибочного действия ошибки подразделяют на а) ошибки, вызванные незнанием нормы, правила и т.п.); б) ошибки, причиной которых является несформированность навыков и умений письменного профессионально-делового общения.

Эта типология уточняется, корректируется, дополняется в зависимости от того, анализируем ли мы письменное профессионально-деловое общение носителей языка или обучающихся, для которых русский язык не является родным. В письменной речи иностранных учащихся методически значимо выделять внутриязыковые и межъязыковые ошибки.

9.4. Редактирование профессионально-делового текста как средство предупреждения ошибок.

Деловое письмо или документ – визитная карточка и самого автора, и организации, в которой он работает. Это прекрасный способ «продемонстрировать свой языковой паспорт»: проинформировать адресата об уровне общей, поведенческой, коммуникативной культуры автора как потенциального партнера. И если деловое письмо написано безграмотно, «тактически» неверно, деловые отношения могут закончиться, так и не начавшись. Еще опаснее ошибки в документах: неправильно поставленная запятая может привести к ощутимым и – что обиднее – незаслуженным финансовым потерям организации. В одной инструкции мы прочитали следующее «напутствие»:

Сотрудники должны так относиться к руководству:

- *они должны быть тактичны и вежливы;*
- *сотрудники должны быть **преданы** (!?)...*

Обратимся к «Словарю русского языка» С.И. Ожегова: *преданный* – исполненный любви и верности к кому-либо или чему-либо. *Преданна, преданны* – при употреблении без дополнения; *предана, преданы* при употреблении с дательным падежом. Форма, употребленная в горе-инструкции, открывает широкий простор для фантазии: *сотрудники должны быть преданы руководством, преданы забвению (?)* и т.п. Как же будут относиться сотрудники к руководителю, составившему (или подписавшему) такую инструкцию? Виной всему одна недостающая буква.

Оформление делового письма и делового документа различается по степени сложности (деловое письмо создать труднее, потому что документы составляются в соответствии с обязательными образцами, а письмо – во многом индивидуальное творчество автора) и по степени ответственности (неправильно оформленный документ приводит к более серьезным последствиям). Но есть непреложное правило оформления как деловой корреспонденции, так и деловой документации: соблюдение норм. Поэтому прежде чем приступить к оформлению любого документа, автор должен приготовить справочники и словари: толковые, орфографические и т.п. Полезны также интернет-сайты, в которых содержится справочная информация: www.slovari.ru; www.gramota.ru; www.grammatika.ru; www.ruslang.ru и др. Даже если автор считает себя достаточно грамотным человеком, может возникнуть необходимость проверить написание, уточнить значение какого-либо слова.

Перед составлением делового письма нужно найти соответствующий образец (это особенно важно, если автор еще не обладает большим опытом создания профессионально-деловых текстов) и в процессе работы постоянно сверяться с образцом. Необходимо также сделать три важные вещи: а) представить себе потенциального адресата: его личностные, деловые характеристики, уровень образования, в том числе культурно-языкового; б) сформулировать цель письма и задачи, которые автор предполагает решить с его помощью; в) определить, какие качества собственной личности автор хочет продемонстрировать. Это поможет выбрать «нужные» слова и точные формулировки, правильно объединить их в предложения и текст.

После того как письмо закончено, его нужно очень внимательно проверить – отредактировать. Создание и редактирование текста – разные виды деятельности. Создание письма – процесс творческий: автор старается как можно более точно и убедительно сформулировать мысли, изложить их нужным образом. Когда человек редактирует написанный им самим текст, он критически смотрит на свое произведение и старается отыскать в нем «слабые места»: над чем еще нужно подумать, что нужно проверить и доработать. Чем более требователен человек к себе, тем больше уверенности в качестве написанного текста. Самые распространенные способы редактирования – это а) использовать специальную компьютерную программу; б) попросить другого человека; в) отредактировать самому. Рассмотрим достоинства и недостатки каждого из них.

Компьютерные программы редактирования текстов позволяют существенно экономить время и силы. Но необходимо помнить о том, что у каждой компьютерной программы есть автор, и программа «грамотна» ровно настолько, насколько образован ее создатель. В практике любого пользователя

компьютера есть случаи, когда программа «не узнаёт» написанного нами слова (ее «словарный запас» недостаточно велик), пытается поставить лишние запятые (например, в некоторых случаях употребления союза *как..., так и...: правильно оформлять как деловую корреспонденцию, так и деловую документацию*), разбить сложное предложение на несколько ненужных автору простых, убрать «лишние» скобки. Поэтому не следует слепо выполнять все орфографические и пунктуационные требования программы, но лучше обращать внимание на цветные подчеркивания, которые появляются на экране в процессе набора текста, – возможно, автор не был достаточно внимателен и все-таки допустил ошибку.

Второй распространенный способ – попросить другого человека отредактировать деловое письмо или документ. Это способ имеет много преимуществ: автор текста «увлекается его содержанием», он начинает думать, какие дополнительные аргументы можно привести, насколько точно указаны время и место встречи, как поведет себя деловой партнер во время встречи, насколько выгодным окажется деловое сотрудничество и так до бесконечности. В то же время посторонний человек может сосредоточиться на форме текста. Автору, который много сил и времени потратил на поиск самого точного выражения или эффектной концовки, трудно «пожертвовать» удачной формулировкой. Посторонний человек делает это с легкостью, и часто от этого письмо или документ только выигрывают. Но помимо преимуществ у этого способа есть и недостатки. Нужно быть уверенным в том, что доверяете текст действительно грамотному человеку. Необходимо принимать во внимание и то, владеет ли он умениями конструктивной критики, насколько корректен в общении.

Наконец, третий способ – редактировать текст самому. В этом случае помогут некоторые полезные советы, сформулированные [Г. Гутбродом](#):

1) пусть пройдет какое-то время, прежде чем вы опять вернетесь к работе над деловым письмом или документом. Это поможет дистанцироваться от содержания письма и настроиться на критическое восприятие написанного. Однако достаточно прочитать текст один-два раза, как вы опять рискуете привыкнуть к нему настолько, что трудно будет сохранить критический настрой;

2) можно помочь себе в поисках различных подходов к оценке документа, прочитав его вслух. Это позволит услышать, нет ли в нем каких-либо странных слов и выражений, откровенно неуместных в данном случае;

3) перед проверкой языковой корректности текста необходимо еще раз уточнить все фактические данные;

3) прежде чем приступить непосредственно к редактированию, необходимо набрать текст с двойным интервалом (так читать легче) и большими полями справа (для того, чтобы сразу же записывать более точные формулировки) и распечатать текст. Не следует редактировать текст на экране монитора (кроме коротких электронных сообщений, не имеющих особого значения): такое восприятие достаточно специфично;

4) далее необходимо внимательно (лучше несколько раз) прочитать распечатанный вариант текста, внести необходимые изменения, тщательно проработав проблемные места и уточнив написание трудных случаев по словарю;

5) затем необходимо внести изменения, распечатать текст еще раз и прочитать его в окончательном варианте. Внимание человека волнообразно, и повторное прочтение снизит риск пропуска ошибки.

Безусловно, у каждого человека есть свои собственные излюбленные способы редактирования: кто-то доверяет только себе, другой человек – наоборот, верит только своему «грамотному другу». Но если использовать два или лучше все предложенные способы, качество делового письма или документа от этого только выиграет.

Вопросы для самопроверки и обсуждения по темам

Тема IX: «Уровневый подход к измерению коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере письменного профессионально-делового общения».

Вопросы для самопроверки:

1. Что такое *уровень коммуникативной компетентности*?
2. Какие уровни коммуникативной компетентности выделяются в российской лингводидактике?
3. Как отражена система уровней в государственных образовательных стандартах?
4. Как классифицируют ошибки в письменной профессионально-деловой речи?
5. Какие ошибки в письменной речи квалифицируются как а) коммуникативно значимые; б) коммуникативно незначимые?
6. Какие способы и средства преодоления ошибок в письменной профессионально-деловой речи будущих специалистов вы знаете?
7. Какие инновационные технологии самооценки вы знаете?
8. Что такое языковой портфель студента? Какие виды портфолио учебных достижений вы знаете?

Самостоятельная работа (с использованием раздаточного материала): Разработка авторских методик преодоления ошибок / нарушений лексических, грамматических, стилистических и т.п. норм в письменной профессионально-деловой коммуникации.

Практическое занятие: Разработка проекта «Структура языкового портфеля студента»

Перечень вопросов итоговой аттестации

1. Охарактеризуйте значение письменной профессионально-деловой коммуникации в жизни современного общества.
2. Дайте определение письменного профессионально-делового дискурса. Перечислите его основные разновидности.
3. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные признаки письменного профессионально-делового дискурса?
4. Какие инновационные способы и средства профессионально-деловой коммуникации получили наибольшее распространение? Дайте их краткую характеристику.
5. Какова нормативная основа письменной профессионально-деловой коммуникации? Перечислите основные нормы, охарактеризуйте их значение.
6. Какие модели коммуникативной компетенции вам известны? Что в современной науке понимается под коммуникативной компетенцией в сфере письменного профессионально-делового общения? Каковы ее основные составляющие?
7. Какие подходы к классификации профессионально-деловых писем и документов вам известны?
8. Каковы основные дифференциальные признаки лингводидактической классификации профессионально-деловых текстов?
9. Какие признаки профессионально-деловых текстов обладают лингводидактической значимостью? Какие классы текстов выделяются на этих основаниях?

10. Что понимается под лингвистической компетенцией в сфере русскоязычного профессионально-делового письма? Как менялась трактовка этого понятия в российской методике? Перечислите и кратко охарактеризуйте основные навыки и умения, составляющие лингвистическую компетентность?
11. Что понимается под языковыми нормами письменной профессионально-деловой коммуникации? Что понимается под нормами дискурса?
12. Какие современные средства формирования и контроля уровня лингвистической компетентности обучающихся в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации вам известны? Дайте их краткую характеристику.
13. Какова структура социолингвистической компетентности в сфере русскоязычного профессионально-делового письма?
14. Каковы основные социальные категории профессионально-делового дискурса? Приведите примеры их языкового выражения.
15. Каково значение этических норм в письменной профессионально-деловой коммуникации?
16. Что понимают под этикетом делового письма?
17. Какие принципы составляют коммуникативный кодекс письменного профессионально-делового общения? Перечислите и кратко охарактеризуйте их.
18. Что понимается под толерантной письменной профессионально-деловой коммуникацией?
19. Дайте определение понятия *толерантная коммуникативная личность*. Перечислите основные умения толерантного межкультурного письменного делового взаимодействия.
20. Что необходимо учитывать при формировании умений толерантного русскоязычного делового общения?
21. Перечислите основные типы отношения к «иной культуре». Кратко охарактеризуйте методическую стратегию обучения письменному межкультурному деловому общению.
22. Обладает ли письменная профессионально-деловая коммуникация национально-культурной спецификой? Приведите примеры национально-культурных различий.
23. Что подразумевают под стратегической компетенцией в сфере письменного профессионально-делового общения? Кратко охарактеризуйте ее основные признаки и структуру.
24. Каково значение дискурсивной компетенции в сфере письменного профессионально-делового общения? Дайте определение дискурсивной компетенции, перечислите и охарактеризуйте основные навыки и умения, ее составляющие.
25. Что понимается под дискурсивной стратегией и дискурсивной тактикой? Перечислите основные стратегии и тактики толерантной русскоязычной профессионально-деловой коммуникации.
26. Дайте определение понятия коммуникативно-когнитивный подход в обучении общению. Каковы его основные принципы?
27. Что такое когнитивный стиль? Охарактеризуйте лингводидактическую значимость этого понятия.
28. На основании каких параметров определяют когнитивный стиль человека? Какое значение имеет определение когнитивного стиля для обучения профессионально-деловому письму?
29. Какие уровни владения русским языком как средством делового общения выделяются в современной методике?
30. Какие типы ошибок вы знаете? Какие типы ошибок наиболее частотны в письменной профессионально-деловой коммуникации?
31. Перечислите основные этапы формирования умений в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации.

Персоналии по тексту



Ломоносов

Михаил Васильевич

(1711 – 1765)

М.В. Ломоносов – первый русский ученый-естествоиспытатель, языковед и литературовед, выдающийся деятель российского просвещения, поборник развития самостоятельной русской науки. Подлинный ученый-энциклопедист, он в 1746 году впервые начал в Академии читать лекции на русском языке. Вопросами филологии начал заниматься с середины 40-х годов наряду с исследованиями в области точных и естественных наук.

Ломоносов создал первую подлинно научную грамматику русского языка (она вышла в 1757 году и называлась «Российская грамматика»). В подготовительных материалах к этому труду содержатся многочисленные наблюдения над современным Ломоносову русским языком в самых разных его речевых проявлениях. Он фиксирует фонетические особенности русского языка: «говорят жжался, а не сжался», грамматические: «он цветом голуб – худо, но: голубой; для разности от имени голубь» и др. Исследуя функционирование русского языка, М.В. Ломоносов сумел определить и зафиксировать произносительные и грамматические нормы, которые были бы не искусственно навязаны языку, а проистекали из самой языковой практики.

Особенно большое значение имела ломоносовская теория трех языковых стилей. В «Предисловии о пользе книг церковных в российском языке» (1758 г.) он сформулировал три проблемы, определяющие состояние русского языка в тот период: 1) проблему сосуществования в литературном языке церковнославянских, «обветшалых», слов и оборотов и элементов книжной культуры и просторечия; 2) проблему разграничения литературных стилей и 3) проблему классификации литературных жанров. Соглашения, «конкордата», которое бы регулировало их сосуществование в языке, на тот момент не существовало. М.В. Ломоносов выделял три стиля речи: высокий, посредственный и низкий, он определил языковые правила для каждого из них. В эпоху экономической и языковой раздробленности большинства государств Европы Ломоносов придавал большое значение объединяющей роли русского языка, который мог послужить цементирующей основой для населения столь большой территории, которую занимала в то время Россия.

В «Риторике» (1748 г.) и в «Письме о правилах российского стихотворства» (1739г.) он разрабатывал теорию русской риторики, заложил основы теории русского стихосложения. Ломоносова занимали проблемы чистоты стиля, которая, как он полагал, может быть достигнута только через изучение грамматики русского языка, живой разговорной речи русского образованного общества, книжной словесности. Огромным было влияние филологических трудов М.В. Ломоносова на всех крупных деятелей русской культуры XVIII в., не оценим его вклад в развитие русского языка.

(По материалам kedr@philol.msu.ru)



Щерба

Лев Владимирович

(1880 – 1944)

Л.В. Щерба – известный русский языковед, академик. Круг научных интересов Л.В. Щербы чрезвычайно широк и разнообразен. Его магистерская диссертация была посвящена описанию восточно-лужицкого наречия (языка одной из малоизученных в тот период славянских народностей, проживавших на территории Германии), к изучению которого он обратился по совету [Бодуэна де Куртенэ](#). В работе Лев Владимирович с большим успехом использовал методы полевой (экспедиционной) лингвистики, что было большой редкостью в то время. Щерба не знал серболужицкого языка, поселился среди лужичан в крестьянском доме, и за две осени (1907-1908) выучил язык и подготовил его описание, которое изложил в монографии «Восточно-лужицкое наречие» (1915).

Большое значение придавал ученый исследованиям живой разговорной звучащей речи. Он широко известен как фонолог и фонетист, основатель Ленинградской (Петербургской) фонетической школы. Он ввел в практику лингвистического исследования экспериментальные методы и получил на их основе блестящие результаты. Наиболее известна его фонетическая работа – «Русские гласные в качественном и количественном отношении» (1912 г.).

Много сделал Л.В. Щерба для теории и практики лексикографии и лексикологии. Подготовленный под его руководством двуязычный словарь нового типа (объяснительного, или переводного) – «Русско-французский словарь» (1936 г.) – используется в практике преподавания французского языка и для переводов до сих пор.

Его статья «О частях речи в русском языке» (1928 г.) стала существенным вкладом в русскую грамматическую теорию, показала, что же реально скрывается за привычными для нас словами: существительное, глагол, прилагательное и т.д.

Л.В. Щерба был блестящим педагогом: много лет он проработал в Ленинградском, затем в Московском университетах, подготовил целую плеяду учеников, которые стали выдающимися лингвистами (В.В. Виноградов, Л.Р. Зиндер и др.).

Значителен вклад Щербы в общую лингвистику, лексикологию и лексикографию, теорию письма. Важные идеи содержатся в его статьях «О частях речи в русском языке» (1928 г.), «О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании» (1931г.), «Опыт общей теории лексикографии» (1940 г.), «Очередные проблемы языковедения» (1946 г.). Л.В. Щерба предложил оригинальную концепцию языка и речи, отличную от концепции Ф. Де Соссюра, введя разграничение не двух, а трех сторон объекта лингвистики: речевой деятельности, языковой системы и языкового материала. Отказываясь от свойственного И.А. Бодуэну де Куртенэ и другим известным ученым того времени психологического подхода к языку, Щерба в то же время ставил вопрос о речевой деятельности говорящего, позволяющей ему производить ранее никогда им не слышанные высказывания; здесь он предвосхитил некоторые идеи лингвистики второй половины XXв.

С постановкой данной проблемы связано и рассмотрение Л.В. Щербой вопроса об эксперименте в лингвистике. Лингвистический эксперимент, в понимании Щербы, – это проверка

правильности/приемлемости языкового выражения, построенного исследователем на основании некоторой теоретической концепции. Арбитром при этом может выступать либо сам исследователь (если исследуется хорошо известный ему язык), либо носитель языка (информант), либо специальным образом отобранная группа информантов. Получаемые в ходе эксперимента суждения о неправильности/неприемлемости построенных выражений превращают эти выражения в отрицательный языковой материал (термин Щербы), являющийся важным источником сведений о языке. Понимаемый таким образом лингвистический эксперимент является методологической основой современной лингвистической семантики и прагматики, одним из важнейших методов исследования в полевой лингвистике (изучении бесписьменных языков), а отчасти и социолингвистике; его осмысление сыграло значительную роль в формировании теории лингвистических моделей в 1960-х годах.

Щербой была поставлена проблема построения активной грамматики, идущей от значений к выражающим эти значения формам (в отличие от более традиционной пассивной грамматики, идущей от форм к значениям). Занимаясь лексикологией и лексикографией, он четко сформулировал важность разграничения научного и «наивного» значения слова, предложил первую в отечественном языкознании научную типологию словарей. Как лексикограф-практик он (совместно с М.И.Матусевич) был автором большого «Русско-французского словаря».

(По материалам www.krugosvet.ru; kedr@philol.msu.ru)



Пешковский

Алексей Матвеевич

(1878 – 1933)

А.М. Пешковский – выдающийся лингвист, ученик Ф.Ф. Фортунатова, представитель русской формально-грамматической школы, разрабатывал особый взгляд на русскую грамматику. Грамматика у А.М. Пешковского абсолютно реалистична: она начинается с формы, с того, что может слышать, видеть, сопоставлять каждый.

Основной труд ученого – книга «Русский синтаксис в научном освещении» – переиздавался более 10 раз (1-ое издание в 1914 г.) и не потерял своей научной значимости до сих пор. В ней А.М. Пешковский разрабатывал учение о грамматических средствах языка, о типах значения. Учение о предложении и его главном признаке – предикативности, сказуемости – выступает у ученого основой его синтаксической теории. С помощью остроумных языковых экспериментов он показывает, что к грамматическим инструментам нужно относить и интонацию, и в статье «Интонация и грамматика» (1928 г.) ученый пишет об интонационной грамматике как особом разделе грамматики общей. Общая грамматика, по Пешковскому, должна изучать языковые формы: морфология изучает формы отдельных слов, синтаксис – формы словосочетаний; главными считаются синтаксические категории, поскольку именно они обеспечивают связность речи в предложении.

А.М. Пешковский всегда занимал активную жизненную позицию: он считал, что лингвист должен «активной проповедью» вмешиваться в языковую жизнь общества, в практику преподавания русского языка в школе, поскольку только сознательное владение грамматикой делает человека по-настоящему грамотным, помогает ему культурно и ясно говорить.

А.М. Пешковский много работал над созданием новых школьных учебников, выступал со статьями, посвященными изменению методики преподавания языка в школе, стремился сократить разрыв между школьной грамматикой и лингвистической теорией.

(По материалам kedr@philol.msu.ru)



Виноградов

Виктор Владимирович

(1895 – 1969)

В.В. Виноградов – выдающийся русский советский филолог-энциклопедист, ученик А.А. Шахматова и Л.В. Щербы, наиболее влиятельная фигура русской советской филологической науки XX века: он более десяти лет руководил Институтом русского языка АН СССР, возглавлял в Академии Наук Отделение литературы и языка (в 1950 – 1963 годах был академиком-секретарем этого отделения), создал журнал «Вопросы языкознания» и много лет работал его главным редактором, был председателем Международного комитета славистов.

Научные интересы В.В. Виноградова были чрезвычайно широки – в его лице как бы объединялись лингвист и литературовед, что являлось большой редкостью в российской филологии XX века. Возможно, в этом сыграло свою роль увлечение Виктора Владимировича исследованиями памятников древнерусской литературы, которые традиционно всегда требовали совмещения лингвистического и литературоведческого подходов. Первую научную работу («Орфография и язык Жития Саввы Освященного по рукописи XIII века») он выполнил под руководством А.А. Шахматова в 1917 г., параллельно с этим Виноградов занимался вопросами исторической фонологии.

В 20-е годы В.В. Виноградов увлеченно и плодотворно занимался изучением произведений художественной литературы, опубликовал ряд выдающихся работ о языке и стиле таких писателей и поэтов, как Гоголь, Достоевский, Анна Ахматова. В.В. Виноградову принадлежит заслуга создания двух лингвистических наук: истории русского литературного языка и науки о языке художественной литературы и стилистике. Его книги – «Язык Пушкина» (1935 г.), «Язык Гоголя» (1936 г.), «Стиль Пушкина» (1941 г.), «Стиль прозы Лермонтова» (1941 г.) – и сейчас представляют огромный интерес не только для профессионалов-филологов, но и для самого широкого круга читателей.

Перу ученого принадлежит первый полный курс русской грамматики – «Русский язык. Грамматическое учение о слове» (1947 г.), который в свое время получил Государственную премию (1951 г.).

Велики заслуги В.В. Виноградова и в области лексикографии, лексикологии и фразеологии. Он был одним из составителей первого научного Толкового словаря русского языка под редакцией Д.Н. Ушакова (1938 – 1940 гг.), одним из редакторов 4-томного и 17-томного академических словарей русского языка, руководил работой по составлению словаря языка А.С. Пушкина («Проект словаря языка Пушкина», 1949г.).

Центральными понятиями в научной концепции Виноградова были понятия слова и стиля языка, связанные системно, социально и исторически. Его учение о слове как единстве грамматического и лексического значений оказалось чрезвычайно плодотворным и находилось в русле общих тенденций

развития филологической науки. Систематика понятий, предложенных ученым, оказала влияние на построение описаний многих языков.

Будучи профессором Ленинградского и Московского университетов, Московского педагогического университета, В.В. Виноградов воспитал целое поколение русских лингвистов, которое продолжает развивать идеи своего учителя

(По материалам www.danilenko.ru/jazykovedy.htm)



Костомаров

Виталий Григорьевич

Виталий Григорьевич Костомаров – доктор филологических наук, профессор, действительный член РАО и член Президиума РАО, а также РАЕН и Академии словесности, известный специалист в области русского языкознания, автор множества научных публикаций, интенсивно занимается проблемами стилистики, культуры речи, социолингвистики, лексикологии, лингвострановедения. Собственно лингвистические изыскания постоянно и органично увязываются им с потребностями педагогической практики.

В области общего языкознания и русистики В.Г. Костомаров, разрабатывая проблемы культуры речи, функциональной стилистики и истории отечественной филологии, опубликовал монографии: «Культура речи и стиль» (1960), «Русский язык на газетной полосе» (1970), «Русский язык среди других языков мира» (1976), «Жизнь языка» (1984), «Мой гений, мой язык» (1991, издана в Канаде на английском и французском языках в 1993), «Языковой вкус эпохи» (2 издания: 1994, 1997), «Жизнь языка: от вятичей» (1994). Все книги получили благожелательные отзывы научной и методической общественности.

Важным направлением научной деятельности В.Г. Костомарова явилась социолингвистическая проблематика: изучение роли и места русского языка в языковом развитии человечества, определение на этом материале лингвистической категории языка широкого международного употребления. Теоретические изыскания здесь оказались непосредственно связанными с задачами преподавания русского языка в иностранной аудитории. По этой тематике им опубликованы книги: «Перспективы русского языка в постсоветский период» и «Образование в странах-наследницах Советского Союза и русский язык» (на немецком языке, 1995 и 1997).

В.Г. Костомаров внес серьезный вклад в описание русского языка в целях его преподавания. Ему принадлежит заслуга разработки таких общепризнанных направлений лингводидактики, как активная коммуникативность, учебная лексикография, лингвострановедение. По этим проблемам им опубликованы (в соавторстве) книги «Язык и культура» (четыре издания: 1973, 1976, 1983, 1990; удостоена в 1979 г. премии АПН СССР им. Н.К. Крупской), «Лингвострановедческая теория слова» (1979), а также «Методическое руководство для преподавателей русского языка как иностранного» (три издания: 1976, 1978, 1984), «Методика преподавания русского языка как иностранного» (1990), «Словарь грамматических трудностей русского языка» (три издания: 1986, 1993, 1998).

Он автор и редактор ряда учебных книг, в частности комплекса «Русский язык для всех», выдержавшего 17 изданий и удостоенного в 1979 г. Государственной премии СССР, книги для школьников

«Читая и почитая Грибоедова» (1998). В.Г. Костомаров уделяет много внимания подготовке научных кадров в области русистики, под его руководством защищено 27 диссертаций.

Плодотворна деятельность В. Г. Костомарова по пропаганде русского языка за рубежом. Участник и организатор различных международных встреч преподавателей русского языка как в России, так и за рубежом, В.Г. Костомаров был одним из инициаторов создания Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы, постоянно избирался ее Генеральным секретарем; с 1994 г. по 2003 г. являлся Президентом этой ассоциации. В 1990-1992 гг. он возглавлял Академию педагогических наук СССР.

Много сил и энергии В.Г. Костомаров отдает научно-организационной работе. Он является главным редактором журнала «Русская речь», председателем экспертного совета ВАК по филологии и искусствоведению.

В.Г. Костомарову присвоено звание «Заслуженный деятель науки РФ» (1995), он награжден орденами «Знак Почета» (1969) и «Дружбы народов» (1980), медалями «За доблестный труд...» (1970), «Ветеран труда» (1989), «В память 850-летия Москвы» (1997), а также медалями Монголии (1973), Болгарии (1978, 1982) и др.; избран почетным доктором университетов им. Гумбольдта (ФРГ), им. Я.А. Коменского (Словакия), им. Я. Паннониуса (Венгрия), Колледжа Миддлбери (США), университетов в Шанхае и Харбине (КНР), является лауреатом премии Президента РФ в области образования за 2000 г.

(По материалам kedr@philol.msu.ru)



Балыхина

Татьяна Михайловна

Татьяна Михайловна Балыхина – доктор педагогических наук, профессор, декан факультета повышения квалификации преподавателей РКИ РУДН. Специалист в области лингводидактики, методики преподавания русского языка как иностранного, тестирования по РКИ.

В 1982 году Татьяна Михайловна успешно защитила кандидатскую диссертацию, связанную с исследованием языка юриспруденции. В течение 30 лет работает на кафедре русского языка и методики его преподавания. Ведет практические занятия в группах иностранцев-филологов, журналистов; практические занятия в группах российских студентов. В настоящее время ведет лекционные, семинарские занятия по методике преподавания русского языка как иностранного у бакалавров и магистров-филологов, лингвистов и т.д. В 2000 году Татьяна Михайловна защитила докторскую диссертацию на тему «Структура и содержание российского филологического образования». Имеет дополнительную профессиональную квалификацию «Тестолог, специалист в области педагогических измерений».

С 2000 года Татьяна Михайловна возглавляет факультет повышения квалификации преподавателей русского языка РУДН, является председателем диссертационного совета по защите кандидатских и докторских диссертаций по педагогике и психологии РУДН, членом редколлегии журнала «Русский язык за рубежом». Татьяна Михайловна награждена медалью к «850-летию Москвы», медалью Пушкина, орденом Знака Почета, грамотами Ученого Совета РУДН, Министерства Российской Федерации за активную научную и методическую деятельность.

Татьяна Михайловна осуществляет руководство кандидатскими и докторскими диссертациями (7 человек успешно защитили диссертации кандидата педагогических / филологических наук).

Татьяна Михайловна ведет активную работу среди русистов различных вузов Российской Федерации, а также среди зарубежных русистов. Ежегодно выезжает с циклами лекций в разные города России и мира.

Сфера научных интересов Татьяны Михайловны связана с проблемами терминоведения, теорией обучения русскому языку, тестологии.

Татьяной Михайловной опубликовано более 30 учебников и учебных пособий и более 100 научно-методических статей. Среди публикаций: «Структура и содержание российского филологического образования. Монография» (2000г.), «Словарь терминов и понятий тестологии» (1999 г.), «Основы теории тестов и практика тестирования: в аспекте РКИ» (2004 г.), «Уроки толерантности: пособие для лидеров молодежных организаций Совета Европы» (2004 г.), комплекс учебных пособий по русскому языку и культуре речи, включающий программу, учебник по теории культуры речи, практикум, рабочую тетрадь, словарь (2003-2005гг.) и т. д.

(По материалам fpk-rki.ru)



Арутюнова

Нина Давидовна

Нина Давидовна Арутюнова (30 апреля 1923 г., г. Москва) – известный российский ученый-лингвист, член-корреспондент АН СССР с 15 декабря 1990 г. по Отделению литературы и языка, член-корреспондент РАН (с 1991 г.). В 1995 г. награждена Государственной премией России. Основоположник нового направления современной лингвистики – логического анализа языка.

На первом этапе своего творческого пути (1950-1960-е гг.) Н.Д. Арутюнова уделяла специальное внимание проблемам испанского словообразования (словосложению, понятию системы в словообразовании, обратному словообразованию, несобственной деривации), морфологии основ в испанском языке, испанско-русской лексикографии, обратным словарям иберо-романских языков и общей теории обратных словарей, теории словообразовательной продуктивности, грамматической парадигматике испанского глагола и имени.

Нина Давидовна обосновала разграничение задач морфемного анализа основ и словообразовательного анализа. В результате в отечественную дериватологию фактически был введен принцип анализа по непосредственным составляющим.

Идеи Н.Д. Арутюновой стали классикой отечественной дериватологии, повлияв на разработку проблем словообразования в отечественной лингвистике. Труды Н.Д. Арутюновой по общей теории синтаксиса имеют основополагающее значение для осмысления синтаксических проблем в российской теоретической лингвистике. Они ознаменовали наступление новой эпохи в теории синтаксиса.

Н.Д. Арутюновой обосновано различие номинативного и коммуникативного аспектов предложения и убедительно показана несводимость содержательного аспекта предложения к его номинативной стороне. Показана специфика пропозитивной номинации в отличие от предметной. Показано,

что сама семантическая структура знаменательных слов «насквозь пропитана» ориентацией на выполнение разных логико-коммуникативных ролей в составе высказывания.

В трудах Н.Д. Арутюновой второй половины 1970-х гг. разработана функциональная типология лексических значений. Эта типология базируется на той различной роли, которую лексические значения слов играют в логико-коммуникативном акте (т.е. в структуре суждения). Выделяются два важнейших типа значений – идентифицирующие значения (связывающие слово с действительным миром) и предикатные значения (связывающие слово с человеческим мышлением о мире). Внутри этих типов выделяются более тонкие подтипы (таксономические и функциональные, реляционные и характеризующие значения). Такой подход к лексическим значениям знаменательных слов, при котором в основу кладется логико-коммуникативная функция слова в предложении, имел революционное значение для всей лексической семантики как научной дисциплины.

Подход Нины Давидовны к семантике, получивший название концептуального анализа, позволил не только ставить и решать собственно лингвистические задачи: речь идет о решении ряда важных задач философии.

Обращение к логическим основаниям языка означало не только выявление единой и неизменной системы закономерностей человеческого мышления, доступ к которой возможен только через анализ естественного языка.

Внимание именно к живой речи, к специфике обыденного языкового общения, к «естественной логике» выгодно отличает подход к логическому анализу, разработанный Ниной Давидовной.

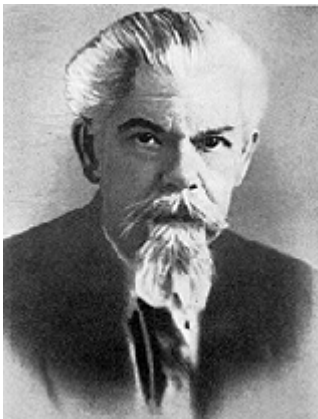
(По материалам: С.А. Крылов. О научном творчестве Н.Д. Арутюновой // Сокровенные смыслы: Слово. Текст. Культура: Сб.статей в честь Н.Д. Арутюновой / Отв.ред. Ю.Д. Апресян. – М.: Языки славянской культуры, 2004; kedr@philol.msu.ru)



Клобукова

Любовь Павловна

(По материалам kedr@philol.msu.ru)



Ожегов

Сергей Иванович

(1900 – 1964)

ОЖЕГОВ Сергей Иванович – российский языковед, лексиколог, лексикограф, исследователь норм русского литературного языка, доктор филологических наук. Разработанные М.И. Ожеговым словари – «Словарь русского языка» (1949, 1990 гг.); «Толковый словарь русского языка» (совместно с Н.Ю. Шведовой), выдержавшие десятки переизданий, и по сей день остаются настольной книгой филологов, литературоведов, всех любителей российской словесности.

Сергей Иванович Ожегов родился 23 (10) сентября 1900 года в поселке Каменное (ныне Кувшиново) Новоторжского уезда Тверской губернии. В канун первой мировой войны семья С.И. Ожегова переезжает в Петроград, где Сережа заканчивает гимназию и в 1918 году поступает в Петроградский университет. Но занятия скоро приходится прервать, так как С.И. Ожегов уходит добровольцем на фронт. Окончив службу в 1922 году в штабе Харьковского военного округа, он возвращается в университет на факультет языкознания и материальной культуры, в 1926 г. завершает курс обучения и поступает в аспирантуру. С.И. Ожегов усиленно занимается языками и историей родной словесности, участвует в семинаре Н.Я. Марра и слушает лекции С.П. Обнорского в Институте истории литератур и языков Запада и Востока. К этому времени относятся его первые научные опыты. С конца 1920-х годов С.И.Ожегов работает над «Толковым словарем русского языка».

«Толковый словарь русского языка» содержит 80 000 слов и фразеологических выражений (считая заголовочные слова, производные слова) и идиом. Слова и фразеологизмы, включенные в толковый словарь, относятся к общелитературной русской лексике, а также к взаимодействующим с ней специальным сферам языка; в словаре широко представлены также просторечия русского языка, употребительные в литературе и в разговорной речи. Словарная статья включает толкование значения, характеристику строения слова, если оно многозначно, примеры употребления в литературной и разговорной речи, сведения о сочетаемости, грамматические характеристики слова.

В 1936 г. ученый переезжает в Москву. С 1937 по 1941 годы преподает в Московском институте философии, литературы и искусства. В 1949 году издает «Словарь русского языка», который при жизни автора выходит в свет шесть раз. В 1950-е годы С.И. Ожегов создает Центр (сектор) по изучению культуры речи при Институте русского языка Академии наук СССР. Сотрудники сектора выступают по радио, консультируют дикторов и театральные работники. Заметки С.И. Ожегова о языке публикуются в периодической печати, он постоянный участник литературных вечеров в Доме ученых, привлекает к сотрудничеству писателей, деятелей искусства. Тогда же начинают выходить под его редакцией и в соавторстве знаменитые словари произносительных норм.

В 1950-е годы при Институте русского языка появляется новое периодическое издание – научно-популярная серия «Вопросы культуры речи», организатором которой стал С.И. Ожегов. Еще одним «делом жизни» ученого (наряду с изданием «Словаря русского языка») стало создание нового научного журнала «Русская речь» (первый номер вышел после смерти С.И. Ожегова в 1967 году).

С.И.Ожегов скончался 15 декабря 1964 года. Его прах покоится в стене Новодевичьего некрополя.

Именем С.И. Ожегова названа одна из улиц в городе Кувшиново.

(По материалам www.library.tver.ru)



Обнорский

Сергей Петрович

(1888 – 1962)

ОБНОРСКИЙ Сергей Петрович – известнейший российский ученый, труды которого в области истории русского языка, диалектологии, лексикографии получили мировое признание. В 1910 г. С.П. Обнорский окончил историко-филологический факультет Петербургского университета, преподавал в Петербургском и Московском университетах; в 1944 – 1950 гг. С.П. Обнорский – директор Института русского языка АН СССР. Чл.-корреспондент АН СССР (1931 г.), академик (1939 г.) С.П. Обнорский – автор фундаментальных исследований по морфологии русского языка, о языке древнерусских и древнеславянских памятников письменности, многочисленных работ по вопросам культуры речи, орфографии, нормализации языка. Большой вклад внес С.П. Обнорский в становление истории русского литературного языка как самостоятельной отрасли языкознания.

К изучению языка С.П. Обнорский впервые обратился в этимологическом этюде 1928 г. о прилагательном «хороший», где он доказывал, что оно – закономерная притяжательная форма от заимствованного из иранского (осетинского) существительного Chors. Хорс – имя божества солнца, исконно связанное со значением «искусный, хитрый, ловкий»: «Не даром в Слове о полку ... имя Хорса в сложном поэтическом образе соединяется ... с именем Всеслава, этого опозитизированного „искусника“ и чародея поэмы («великому Хр̑сови влькомъ путь прерыскаше»)). Заимствованное еще в доисторическую эпоху, когда в восточнославянских языках развивалось полногласие, слово «хорос» «из южнорусской среды проникло в литературный русский язык», при этом ко времени написания памятника оно «было уже мертвым, не связывалось с реальным конкретным представлением и подверглось искажению под общим графическим влиянием».

В дальнейшем глубокий интерес С.П. Обнорского к «Слову о полку Игореве» определялся прежде всего центральной проблемой, которой была подчинена его научная деятельность, – проблемой происхождения и путей развития русского литературного языка. Величайшую ценность «Слова...» как источника изучения русского литературного языка старшего периода, обусловленную его «общелитературным», но «не узкожанровым характером», С.П. Обнорский впервые обосновал в статье 1939 г.

Выдвинув в 1934 г. на основе изучения Синодального списка «Русской Правды» смелую гипотезу об исконной восточнославянской основе древнерусского литературного языка, С.П. Обнорский в поисках более глубокой и детальной аргументации обратился к другим древнейшим памятникам светского содержания – сочинениям Владимира Мономаха, Молению Даниила Заточника и «Слову...». В «Очерках по истории русского литературного языка старшего периода» (1946 г.) все эти источники были подвергнуты тщательному фронтальному обследованию (фонетика, морфология, синтаксис, лексика) с позиций особенностей старейшего литературного письменного языка. Развивая методику Шахматова, С.П. Обнорский «снимает» языковые наслоения различного хронологического и локального происхождения, гипотетически реконструируя языковые черты оригинала каждого из исследованных текстов и высвечивая целостную систему литературного языка домонгольского периода. При этом впервые было акцентировано внимание на поздние орфографические наслоения времени второго южнославянского влияния. Благодаря обстоятельности, четкости и точности лингвистического анализа, строгой аргументации выводов,

всестороннее и полное описание языка «Слова...» в «Очерках» стало новым этапом в его научном освоении.
336

Изучая фонетическую сторону памятника, С.П. Обнорский дает всесторонний анализ соотношения графических черт с вокализмом и консонантизмом развивающейся живой русской речи. Скрупулезно сопоставляя графические данные Первого издания и [Екатерининской копии](#), максимально учитывая стилистические и ритмические факторы, С.П. Обнорский делает осторожную попытку расчленить фонетико-графические пласты, принадлежащие последнему переписчику, писцам промежуточных списков и автору протооригинала. К новейшим приемам болгаризованной орфографии, характеризующим руку последнего переписчика, С.П. Обнорский относит устойчивое употребление ъ в союзе нь и в исходе всех предлогов, в том числе этимологически не знавших ъ (безъ, изъ), значительно преобладающие написания плавных перед редуцированным (чаще ъ) типа «Чрънигова», «слънце», а также весьма устойчивые в обоих источниках написания с кы, гы, хы.

С.П. Обнорский выявляет целый ряд локальных графических черт, с несомненностью оценивая их как новгородские, отражающие диалектное произношение то ли последнего писца «Слова...», то ли предшествующего переписчика памятника. Такими языковыми чертами ученый считает звуковую близость ? и и (ср. помолодити, лебед?и), отверждение щ (полунощы) и связанное с ним написание щ вместо ш в имперфекте «хотяще», цоканье (ср. замену ц через ч — «луцежь», зват. «русици» и др. и обратную замену ч через ц — им. Мн. «в?чи» (от «в?къ») и др.), исчезновение в, т. е. Неслогового у, между согласными (чръленыи) и др. Обязательную передачу о как ъ в глагольных префиксах въз-, въ-, съ- ученый считает приметой новой болгаризованной орфографии, но вокализацию слабого ъ в произношении «отвлеченной и употребляемой фигурально эмоционально насыщенной лексики» он возводит к староболгарскому напластованию, восходящему к оригиналу (въскладаше, възбиваетъ, възграяху, въскръмлини, въшум? и др.). Бережным отношением писцов к ритмике «Слова...» объясняет С.П. Обнорский замечательное по своей цельности сохранение напряженного редуцированного во всех его положениях (веселіе, копіе, славію, розліяста и др.). Наконец, к фонетическим чертам протооригинала Обнорский относит выдержанное смягчение заднеязычных в словах «Киевъ» и «хинове» (исходя из собственно лексических соображений).

В морфологическом отношении, как это показал С.П. Обнорский, памятник еще более явственно сохраняет архаичные черты оригинала.

Система двойственного числа в склонении и спряжении представлена в относительной сохранности. Хорошо сохранились лишь многочисленные вокативы (Бояне, внуче, дружино, Игорю) и формы с изменением заднеязычных на смягченные з, ц, с. По мнению ученого, оригиналу принадлежит и широко отраженное в памятнике смешение флексий существительных различных основ.

К числу «диалектных напластований переписчика» С.П. Обнорский относит такие единичные формы, как стремянь (вин. Ед.), забралы, озеры (им. Мн.), головы (дат. Ед.).

Мало подверглась изменениям в процессе переписки памятника и глагольная система. В написании архаичных форм 2-го л. наст. Вр. На –ши и инфинитива на –ти С.П. Обнорский усматривает сознательную работу писцов по сохранению ритма. Обилие употребления имперфекта (40 случаев) и аориста (155) в отличие от перфекта (25) и плюсквамперфекта (1) в памятнике художественного жанра исследователь оценивает как важное свидетельство принадлежности 337 простых прошедших времен общим нормам литературного языка XII в., причем преобладание аориста объясняется повествовательностью «Слова...»; выявляется стилистическая роль связки в перфекте, вторичность формы 3-го л. наст. Вр. На –ть (новгородской по происхождению), связываемой С.П. Обнорским с промежуточным или последним списком памятника.

В ходе синтаксического анализа «Слова...» ученый обнаруживает наибольшую последовательность списка в сохранении языковых черт прошлого. Реконструируя синтаксические формы языка старшего периода, тщательно учитывает их семантику, морфологическое выражение и стилистические функции. В качестве основных синтаксических особенностей оригинала выделяются смысловое согласование главных членов, если подлежащее выражено собирательным существительным

(дружина ... рыкають), широкое употребление дат. Принадлежности (солнцу св?ть), сохранение смыслового различия членных и нечленных прилагательных как «определенности и неопределенности в восприятии означаемого прилагательным основного признака»; отсутствие личных местоимений в функции подлежащих (наряду с их употреблением в особых стилистических условиях для эмоционального подчеркивания, например: «О, Днепре Словутицю! Ты пробиль еси... Ты лел?яль еси...»); отсутствие связочных глаголов «есть», «суть» в составном сказуемом и, наконец, абсолютное преобладание сочинительной и бессоюзной связи в построении сложного целого как «суммы внешне не спаянных, как бы самостоятельных предложений, в совокупности образующих период» и придающих «сказовый» характер фразе. Выявляется русский облик сочинительных (а, а любо) и подчинительных (яко, аже, коли) союзов и повторяемость их при однородных членах.

Одну из наиболее ярких особенностей поэтического синтаксиса С.П. Обнорский усматривает в постпозитивном употреблении прилагательных с функцией эмоциональных эпитетов (ср.: «за землю Русскую, за раны Игоревы»), что также свойственно народнопоэтическому языку. С повествовательным жанром ученый связывает такие особенности стилистического синтаксиса «Слова...», как инверсия главных членов (до 60 случаев), стилистическое выдвигание перед сказуемым зависящих от него членов («орли клетомъ на кости зв?ри зовуть»), а также бессоюзное сцепление однотипно построенных предложений в одно композиционное целое.

Исследуя лексическую сторону памятника, С.П. Обнорский обращает внимание на предметно-действенный характер словаря (т. е. Относительно большое число существительных – 380 и глаголов – 298 при относительно малом числе прилагательных – 145 и наречий – 34), а также на ведущие лексико-семантические группы, позволяющие высказать определенные суждения о личности [автора](#). Так, обильная военная лексика «Слова...», куда входят не только общеизвестные, но и специальные наименования воинского снаряжения (напр., сулица, тул, стружие, хорюговь, чолка), позволяет предположить в авторе человека, близкого дружинникам. Широкое употребление лексики неживой и особенно живой природы, притом более всего из царства птиц, обнаруживает, по мнению исследователя, в создателе «Слова...» соучастника в охотничьих развлечениях князя. Из соотношения сравнительно бедного словарного слоя церковно-религиозного характера и богато представленной лексики опозитизированной природы с упоминаниями языческих божеств [Велеса](#), [Дажь-Бога](#), [Стрибога](#), [Хорса](#) С.П. Обнорский делает заключение о дохристианском мировоззрении автора. Чрезвычайная художественная колоритность «Слова...», как это показывает исследователь, создается обилием и семантической дифференцированностью звуковой лексики (клик, глас, говор, речь, щекот, клетот, 338 текот, свист, звон, шумети, гремети, треснути, трещати, рокотати, потручяти, кикати, кликнути, рыкати, свистнути, троскотати, ущекотати и пр.) и живописным разнообразием красок, выраженных адъективными образованиями (багряный, босый, белый, серый, зеленый, червлёный, светлый, синий, черный, сизый и др.).

С.П. Обнорский подчеркивает русский по происхождению характер лексики, считая, что иноязычный слой представлен слабо, в виде лексики латино-греческого происхождения (вино, кьметь, поганый, корабль, оксамит и др.) и тюрк. Заимствований (боярин, кощей, салтан, чага, телега и др.). Очень скудно, по мнению ученого, была отражена в оригинале болгарская лексика, в качестве которой он отмечает слова «жизнь», «лоно», «очи», «велми» и редкие образования с из- и на –ние, -ость, -ство. Новейшее механическое подновление текста в период второго южнославянского влияния видит С.П. Обнорский в союзах «аще», «акы», в болгаризов. Формах общеславянской лексики с устойчивой заменой ж на жд (жажду, нужда, вижду и т. п.) и менее устойчивыми заменами ч на щ (ночь, стонущи, трепещуть) и полногласных звуковых комплексов на неполногласные (скратишась, Новградъ и др.). Детальный анализ этих последних колеблющихся форм позволяет Обнорскому заключить, что «при безусловной общей механической замене полногласных форм оригинала вариантами неполногласными переписчик все же считался с какими-то, в основном, стилистическими условиями», что доказывается употреблением пар голова – глава, ворон – врани, ворота – врата и др.

Совокупность общих особенностей реконструированного языка «Слова...», по мнению С.П. Обнорского, выдает в нем «нормальный русский литературный язык старшей поры»,

засвидетельствованный и др. источниками, «цельный в своей системе и архаичный по самому своему строю», подвергшийся церковнославянскому воздействию лишь в незначительной степени.

Исследование языка, проведенное великим ученым, сохраняет свое непреходящее значение и в настоящее время.

(По материалам feb-web.ru)



Винокур

Григорий Осипович

(1886–1947)

Григорий Осипович Винокур – великий русский языковед и литературовед. Родился 5 (17) ноября 1896 в г. Варшаве. В 1922 г. окончил Московский университет. Вместе с Н.Ф. Яковлевым, Р.О. Якобсоном и другими лингвистами входил в 1918–1924 гг. в Московский лингвистический кружок, в 1922–1924 гг. был его председателем. В 1920-е годы работал в Государственной Академии художественных наук в Москве. С 1930г. преподавал в Московском городском педагогическом институте и других вузах, участвовал в составлении словаря под редакцией Д.Н. Ушакова (4 тт., 1935–1940 гг.). В 1942–1947 – профессор МГУ им. М.В.Ломоносова. Умер Г.О. Винокур в Москве 17 мая 1947.

Большинство лингвистических работ Г.О. Винокура посвящено русскому языку, однако его немногочисленные общелингвистические работы («О задачах истории языка», 1941 г.) отражают четкую теоретическую концепцию; согласной ей, лингвистика делится на науку о языке и науку об отдельных языках; наука о языке «вообще» может отвлекаться от истории, но наука о языках должна изучать их историческое развитие.

Значителен вклад Винокура в частные разделы языкознания, прежде всего в теорию словообразования, немаловажным эпизодом которой был спор о принципах членимости слова, инициированный статьей Винокура 1946 г. «Заметки по русскому словообразованию». В этой статье предлагалась различная трактовка слов с уникальными основами (типа малина, буженина) и уникальными суффиксами (типа пастух, песня): первые предлагалось считать непроизводными в отличие от вторых. А.И. Смирницкий двумя годами позже, уже после смерти Винокура, обосновал их единообразную трактовку (принятую ныне) как производных. Интересна также статья Г.О. Винокура о частях речи в русском языке (издана посмертно в 1959г.), где рассмотрены общие принципы деления лексики по частям речи и построена последовательно морфологическая классификация частей речи для русского языка, оказавшаяся весьма отличной от традиционной.

Г.О. Винокур был одним из создателей истории русского литературного языка как особой дисциплины. Ученый много занимался вопросами стилистики и культуры речи («Культура языка», 1929 г.), анализируя, в частности, теоретические основы стилистики как особой лингвистической дисциплины.

Литературоведческие работы Г.О. Винокура посвящены поэтическому языку, принципам построения научной поэтики, языку и стилю А.С. Пушкина, В.В. Хлебникова и др. Ему принадлежала инициатива создания «Словаря языка Пушкина»; он разработал концепцию этого словаря и был первым руководителем работы по его составлению. Многими идеями (рассмотрение истории языка в системе, изучение стилистической функции языка, интерес к поэтическому языку и др.) Винокур был близок к Пражскому лингвистическому кружку, особенно к Р.О. Якобсону.

(По материалам ru.wikipedia.org)



Головин

Борис Николаевич

(1916 – 1984)

Борис Николаевич Головин – доктор филологических наук, профессор. Заслуженный деятель науки РСФСР. В 1961– 1984 – заведующий кафедрой русского языка и общего языкознания Горьковского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, входил в состав Экспертного совета по присуждению научных степеней ВАК по русскому языку и общему языкознанию

Окончил Московский государственный педагогический институт им. В.И. Ленина. Уйдя в начале Великой Отечественной войны добровольцем на фронт, прошёл всю войну, был ранен.

После войны закончил аспирантуру у академика В.В. Виноградова, защитив в 1949 году кандидатскую диссертацию. В 1957 г. переехал в Горький, где стал преподавать в Горьковском государственном университете им. Н.И. Лобачевского, а в 1961 году возглавил кафедру русского языка и общего языкознания, которой руководил до самой смерти.

Б.Н. Головин – основатель горьковской школы в лингвистике. Создал направление, связанное с вероятностно-статистическим изучением стилей языка и стилей речи. Крупный специалист по общему и русскому языкознанию (словообразование, морфология, синтаксис), культуре речи (под его руководством была впервые создана учебная программа вузовского курса «Основы культуры речи»).

В системе общетеоретических представлений Б. Н. Головина наиболее важными являются:

- чёткое видение всех составляющих системы словесной коммуникации, их строгое терминовое;
- понимание языка и речи как двух коммуникативных состояний «механизма общения»;
- определение объекта лингвистики на основе чёткого разграничения языкового и неязыкового в системе словесной коммуникации;
- разграничение языкового значения и неязыкового смысла и признание нелингвистичности текста как следствие этого разграничения;
- понимание языка как функционирующей системы, то есть включение понятия системности в понятие функциональности и наоборот;
- понимание знаковости как важнейшего функционального свойства языковых единиц всех уровней;
- понимание языка как «системы систем» не только в плане его организации (уровней языка), но и в плане его функционирования (формы существования языка, функциональные стили и др.).

Б. Н. Головиным опубликовано более 150 работ. Наиболее значительные труды:

- Головин Б. Н. Язык и статистика. — М.: Просвещение, 1971.
- Головин Б. Н. Лингвистические термины и лингвистические идеи // Вопросы языкознания. 1976, № 3.
- Головин Б. Н. Введение в языкознание. Учебное пособие для студентов филологических спец. педвузов. 4-е изд. М.: Высшая школа, 1983. — 231 с 5-е изд., стер. 2005. — 231 стр. — ISBN 5-354-01090-X
- Головин Б. Н. Основы культуры речи. М., 1988.

(По материалам: ru.wikipedia.org, Кто есть Кто в лингвистике XX века: автобиобиблиографический справочник. Том первый // Редакция, составление, оформление, макет: [С. В. Лесников](#). 1999. 175 с.; Грехнева Г. М. Система общетеоретических представлений в трудах проф. Б. Н. Головина)



Солганик

Григорий Яковлевич

СОЛГАНИК Григорий Яковлевич – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой стилистики факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва). Григорий Яковлевич родился 27 декабря 1932 г. в г. Москве. Окончил факультет журналистики (1955 г.).

Научные интересы Григория Яковлевича связаны со стилистикой русского языка, синтаксисом русского языка, стилистикой текста.

Г.Я. Солганик разработал основы стилистики газетных жанров и методы функционально-стилистического исследования языка газеты. Читает курс лекций «Практическая стилистика русского языка», ведет практические занятия, читает спецкурсы: «Язык спортивных газет», «Лингвистика текста», «Специфика языка СМИ».

Подготовил 11 кандидатов наук.

Опубликовал 220 научных работ, в том числе 20 учебников и монографий

(По материалам: www.all-about-msu.ru)



Щукин

Анатолий Николаевич

Анатолий Николаевич Щукин – доктор педагогических наук, профессор, действительный член Академии гуманитарных исследований, заведующий кафедрой методики и психологии Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.

Профессор А.Н. Щукин – один из известнейших методистов в области преподавания языков, научные труды которого невероятно популярны за рубежом среди преподавателей русского языка как иностранного. Только одно пособие по развитию речи «Русский язык в диалогах» выдержало 12 изданий. Одна из последних работ ученого – «Словарь методических терминов», написанный в соавторстве с профессором Э.Г. Азимовым, обобщила достижения отечественной методики на пороге XXI столетия.

Нельзя не упомянуть энциклопедический словарь А.Н. Щукина «Самые знаменитые люди России», выдержавший три издания и получивший признание у всех, кто интересуется русской историей и культурой.

Ученым опубликовано более 200 научных работ. Наряду с большой научной деятельностью А. Н. Щукин около 50 лет ведет активную преподавательскую работу: он прошел путь от преподавателя русского языка и литературы в средней школе до профессора, читающего курсы лекций в российских и престижных зарубежных вузах. Его воспитанники и ученики читают лекции, преподают русский во многих странах Европы и Америки.

(По материалам www.gramota.ru)



АЗИМОВ

Эльхан Гейдарович

Эльхан Гейдарович Азимов – доктор педагогических наук, профессор, декан факультета повышения квалификации Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина.

Автор многочисленных работ по теории и методике обучения русскому языку как иностранному. Одна из самых известных работ Эльхана Гейдаровича – «Словарь методических терминов», составленный им в соавторстве с А.Н. Щукиным.



КАРАУЛОВ

Юрий Николаевич

Юрий Николаевич Караулов – доктор филологических наук, член-корреспондент РАН. Руководитель «Научного центра русского языка» в МГЛУ, читает лекционные курсы и руководит подготовкой аспирантов в МГЛУ и РУДН, является автором и главным редактором «Словаря языка Достоевского», издающегося Институтом русского языка им. В.В. Виноградова РАН. Основатель ведущей научной школы «Русская языковая личность».

Автор более 300 научных работ по проблемам русского и общего языкознания, в том числе 11 монографий и 10 словарей.

Специализируется в области теории языковой личности, ассоциативной лингвистики, теории и практики лексикографии.

(По материалам www.persons-info.com)



Митрофанова

Ольга Даниловна

Ольга Даниловна Митрофанова – родилась в 1930 г.; окончила Московский государственный педагогический институт им. В.И. Ленина, доктор филологических наук, профессор; член-корреспондент Российской академии образования, представитель генерального секретаря Международной Ассоциации преподавателей русского языка и литературы.

(По материалам www.biografija.ru)



Формановская

Наталья Ивановна

Наталья Ивановна Формановская – доктор филологических наук, профессор, профессор Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина, лауреат премии президента РФ в области образования за 1997 год, заслуженный деятель науки РФ, автор известных книг «Речевой этикет и культура общения», «Русский речевой этикет», «Вы сказали: "Здравствуйте"», «Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения» и др.

(По материалам rhetoric-school.narod.ru)



Полат

Евгения Семеновна

(1937 – 2007)

Евгения Семеновна Полат – доктор педагогических наук, профессор, более 40 лет проработала в системе образования. Автор исследований по обучению иностранным языкам, методу проектов, теории и практики дистанционного обучения; педагогическим технологиям личностно-ориентированного подхода, использованию инфокоммуникационных технологий и ресурсов в системе образования.

Учителя школ и преподаватели вузов, научные работники и методисты хорошо знают многочисленные научные работы Евгении Семеновны. Ею опубликовано более 250 работ, наиболее известные труды – «Новые педагогические и информационные технологии в системе образования», «Педагогические технологии дистанционного обучения», «Современные педагогические и информационные технологии в системе образования», «Теория и практика дистанционного обучения» – стали событием в теории и методике обучения и воспитания.

Е.С. Полат родилась 12 февраля 1937 года в Ленинграде. Ребенком ей пришлось пережить тяжелые годы блокады. С 1954 по 1959 Евгения Семеновна училась в Ленинградском государственном педагогическом институте им. А. И. Герцена. Окончив институт в 1958 году по специальности учитель английского и немецкого языков, Евгения Семеновна начала свой трудовой путь воспитателем школы-интерната № 40 города Ленинграда. В 1962 году переехала в Москву и поступила на работу преподавателем английского языка Московского суворовского военного училища, где проработала 10 лет.

В 1972 г. Е.С. Полат поступила в аспирантуру НИИ школьного оборудования и технических средств обучения АПН СССР, где защитила кандидатскую диссертацию по специальности 13.00.02 – методика обучения иностранным языкам. В 1989 г. успешно защитила докторскую диссертацию в Ленинградском государственном педагогическом институте им. А.И. Герцена по специальности 13.00.02 – теория и методика обучения и воспитания (иностраный язык).

В 1984-1995 гг. Е.С. Полат заведовала лабораторией научно-технической информации НИИ средств обучения и учебной книги АПН СССР, лабораторией дидактики школьного оборудования НИИ ШОТСО АПН СССР, лабораторией средств обучения иностранным языкам НИИСО РАО. Евгения Семеновна входила в состав участников секции программированного обучения Российского педагогического общества с 1975 по 1985 гг, экспертных советов Института «Открытое общество» (издательский проект; мегапроект «Высшая школа» до 2001 г.; программ Фулбрайт, «Межрегиональные исследования в общественных науках». Исполняла обязанности члена экспертного совета ВАК, НФПК, нескольких диссертационных советов.

Е.С. Полат подготовила к защите огромное множество аспирантов. Под ее руководством работала, пожалуй, самая инновационная лаборатория в Российской Академии образования. В основу адаптации российского учебного пособия для слушателей курса «Обучение для будущего», по которому обучено более 300 тысяч учителей школ и студентов-будущих педагогов, легла разработанная ею методика проектной работы в школе. Гимназия 1512 г. Москвы, где она более 10 лет проработала научным руководителем, стала лучшей в Москве в области использования педагогических инноваций.

Е.С. Полат – один из первых учёных-педагогов, который стоял у истоков развития отечественного дистанционного образования. Она заведовала лабораторией дистанционного обучения в ИОСО (ИСМО) РАО. Под её редакцией издано первое в нашей стране учебное пособие для студентов «Дистанционное обучение» (М.: Владос, 1998).

(По материалам www.academia-moscow.ru; www.peoples.ru)



Гойхман

Оскар Яковлевич

Гойхман Оскар Яковлевич – доктор педагогических наук (2001), профессор (1993), действительный член Нью-Йоркской академии наук (1999), член-корреспондент Российской академии естественных наук, действительный член академии социального образования, член-корреспондент академии проблем качества, академик Европейской Академии естествознания (2005). Окончил факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова в 1967 г.

В 2000 году был включен в состав известных ученых, о которых подготовлено справочное издание «Who is who in the world».

В 2001 году вошел в число 2000 интеллектуалов XXI века за заслуги в области речевой коммуникации (сертификат Кембриджского университета).

Автор более 120 научных трудов. Основные публикации:

«Речевая коммуникация: Учебник» (в соавторстве и под его редакцией). – М.: ИНФРА-М, 1997, 2001, 2003, 2006;

«Теория и практика референтской деятельности» (в соавторстве и под редакцией). – М.: ИНФРА-М, 1999;

«Научно-практические проблемы обучения речевой коммуникации студентов-нефилологов сервисных специальностей». Монография. – М.: Вся полиграфия, 2000;

«Русский язык и культура речи: Учебник» (в соавторстве и под редакцией) – М.: ИНФРА-М, 2002, 2003, 2005;

«Референт руководителя» (в соавторстве и под редакцией) – М., Ось 89, 2006.

В 2005 г. вошел в число 100 ведущих преподавателей мира (по версии Университета Кембриджа).

Почетный работник Высшей школы РФ. Член Союза журналистов. Председатель научно-методической комиссии УМО по образованию в области сервиса.

(По материалам www.rosnou.ru)



Шведова

Наталья Юльевна

Наталья Юльевна Шведова – известный российский языковед, член-корреспондент РАН (1991 г.) член-корреспондент АН СССР (с 1984 г.). Труды в области истории русского литературного языка, русской грамматики, лексикологии, лексикографии, теории грамматики получили признание не только в российской, но и в зарубежной лингвистике. Соавтор «Словаря русского языка» (совместно с С.И. Ожеговым, 1993 г.), за который была присуждена Государственная премия СССР (1982г.).

Н.Ю. Шведова родилась в Москве. Ее отец, Ю.И. Айхенвальд, известный литературный критик, в 1922 г. вместе с группой российских ученых и деятелей культуры был выслан за границу, где через несколько лет трагически погиб (в Берлине в 1928 г.). По окончании в 1935 г. Московского областного переводческого техникума в течение двух лет работала корректором-переводчиком на Московском центральном телеграфе. В 1940 г. окончила Московский государственный педагогический институт им. В. И. Ленина (МГПИ, ныне Московский государственный педагогический университет). В 1943 г. после окончания института была направлена старшим преподавателем в Темниковский учительский институт (Мордовия), затем в Саранский государственный педагогический институт. В том же году возвращается в Москву, где поступает в аспирантуру МГПИ (ее научный руководитель – академик В.В. Виноградов). После успешного окончания аспирантуры в 1946 г. Шведова приходит в Институт русского языка АН СССР (ныне Институт русского языка РАН им. В.В. Виноградова), с которым на долгие годы связывает свою научную и трудовую деятельность. Тогда же защищает кандидатскую диссертацию, а в 1958 г. – докторскую, посвященную проблемам синтаксиса русской разговорной речи. Эта тема во многом определила научные интересы Шведовой. В 1960г. вышла в свет ее работа «Активные процессы в современном русском синтаксисе», где были вскрыты глубинные закономерности в сфере словосочетаний, взаимовлияние отдельных синтаксических моделей друг на друга. В «Русской грамматике» (тт.1-2, 1980), ответственным редактором и одним из авторов которой она является, дано наиболее полное научное описание современного состояния грамматического строя русского литературного языка. В ней принципиально пересмотрены каноны описания синтаксиса в русских академических грамматиках, синтаксис новаторски определен как центральная часть грамматической системы языка. За эту работу Н.Ю. Шведова была удостоена Государственной премии СССР (1982 г.). Но, пожалуй, главным ее трудом стал «Толковый словарь русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой. В 1965 г. после смерти Ожегова (1964 г.) Шведова продолжила работу над «Словарем русского языка» как ответственный редактор и соавтор. С 1972 по 1991 гг. вышло 15 изданий словаря, в 1990 г. словарь был удостоен премии А.С. Пушкина Президиума АН СССР. В 1993 г. вышел новый современный «Толковый словарь русского языка», который стал естественным продолжением популярнейшего словаря Ожегова (включен в состав БЭКМ). Это единственный однотомный словарь, охватывающий современную лексику русского языка. Последнее издание значительно дополнено: словарь включает 80 тыс. словарных единиц, впервые снабжен подробными сведениями о правилах русского словоизменения и соответствующими таблицами. Под руководством Н.Ю. Шведовой осуществляется работа над «Русским семантическим словарем», в котором современная лексика представлена как особый уровень языка, имеющий собственную организацию, созданную самим языком и постоянно им пополняемую. Исключительная работоспособность, неординарность мышления, организаторский талант снискали Н.Ю. Шведовой славу ученого с мировым именем.

(По материалам www.slovar.info; www.slovopedia.com)



Голубева

Анна Владимировна

Анна Владимировна Голубева – кандидат филологических наук, профессор. Область научных интересов – проблемы методики обучения русскому языку как иностранного, тестологии, культуры общения. Является главным редактором издательства «Златоуст» (г. Санкт-Петербург).

(По материалам www.russianedu.ru)



Прохоров

Юрий Евгеньевич

Юрий Евгеньевич Прохоров – доктор педагогических наук, профессор. Лауреат премии Президента РФ в области образования. Вице-президент Российского общества преподавателей русского языка и литературы (РОПРЯЛ), заместитель Генерального секретаря Международной ассоциации преподавателей русского языка и литературы (МАПРЯЛ). Ректор Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина, главный редактор журнала «Русский язык за рубежом».

(По материалам www.russianedu.ru)



Пассов

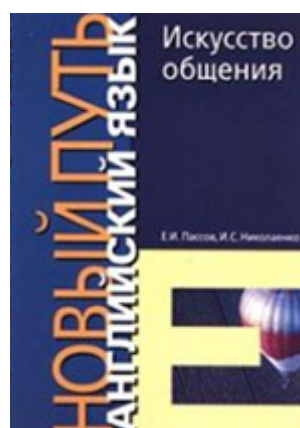
Ефим Израилевич

Ефим Израилевич Пассов – известный российский ученый, заслуженный деятель науки РФ, доктор педагогических наук, профессор, директор Российского центра иноязычного образования при Липецком государственном педагогическом институте, главный редактор журнала «Коммуникативная методика». Его перу принадлежат более 150 работ: 20 книг по проблемам обучения иностранным языкам и 30 учебников английского, немецкого, французского и русского языков.

Е.И. Пассов является родоначальником коммуникативного метода в России, разработка которого намного опередила аналогичные подходы к обучению на Западе. Созданные Е.И. Пассовым концепции коммуникативного иноязычного образования в средней школе и высшего профессионального педагогического образования (на примере иноязычного образования) представляют собой передовые инновационные программы, обеспеченные авторской технологией.

Е.И. Пассова отличают органичная связь теоретических исследований с практикой их воплощения в многочисленных учебных пособиях и учебно-методических комплектах по немецкому, английскому, французскому языкам, а также русскому как неродному. В 1999 году по итогам конкурса учебников нового поколения, проводимого Национальным фондом подготовки кадров и Министерством образования России, четыре авторских коллектива, возглавляемые профессором Е.И.Пассовым, стали его победителями.

Монографии Е.И. Пассова «Урок иностранного языка в средней школе», «Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению», «Учитель иностранного языка: мастерство и личность», опубликованные в серии «Библиотека учителя иностранного языка», вошли в золотой фонд отечественной методики, способствуют становлению учителя-личности, учителя-новатора, учителя-исследователя:



(По материалам st.surgut.info; www.ug.ru)



Арто Мустайоки

(Финляндия)

Арто Мустайоки – доктор филологических наук, профессор Хельсинкского университета (отделение славистики и баллистики). Сфера его профессиональных интересов: русский язык, функциональный синтаксис, преподавание русского языка, межкультурная коммуникация, неудачи в коммуникации, корпусная русистика. Автор 5 монографий, более 70 статей, 15 учебников, 3 словаря, 2 видеокурса, 2 учебных пособия по грамматике. Одна из наиболее известных публикаций – Luggage. Basis Russian Grammar / Багаж. Русская грамматика с упражнениями (в соавторстве с М. Алестало, Х. Виймаранта). Почетный доктор Российской академии наук (1995 г.), почетный профессор Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (1999 г.), награжден медалью А.С. Пушкина (1983г.)

(По материалам www.zlat.spb.ru, www.helsinki.fi)

СТАТЬИ БЕЗ ФОТОГРАФИЙ:

Вятютнев

Марк Николаевич

Марк Николаевич Вятютнев– доктор педагогических наук, профессор. Он разработал основы теории и практики школьного учебника русского языка для иностранцев, бессменный руководитель Сектора школьного учебника в Институте русского языка им. А. С. Пушкина, член Президиума МАПРЯЛ.

Начав в 70-е годы разрабатывать на практике проблемы коммуникации и индивидуализации обучения, позже он занимается методикой усвоения, когнитивной методикой, вопросами коммуникативной грамматики. В 70-е годы под его руководством создается серия учебников для школ «Русский язык 1,2,3». Эти учебники сделали сам процесс изучения языка занимательным, живым, интересным. Они изменили соотношение ученик – учитель. Вскоре Марком Николаевичем Вятютневым была реализована идея национального варианта базового учебника, и появились созданные совместными авторскими коллективами серии учебников для школ Вьетнама, Кубы, Монголии. Позже были написаны учебники для Болгарии, Германии, США.

В своих учебниках он создал сказочную страну, в которой было всё для радостного увлекательного усвоения русского языка детьми со всего света. А венчала их труд Международная олимпиада школьников, где дети разных стран пели, говорили, сочиняли стихи, истории и поэмы на русском языке, и каждый получал из рук Марка Николаевича награду.

(По материалам www.gramota.ru)

Граудина

Людмила Карловна

Людмила Карловна Граудина – доктор филологических наук, профессор, автор книг по риторике, стилистике, нормативным вопросам русской речи: «Беседы о русской грамматике» и др. Соавтор таких работ, как «Теория и практика русского красноречия», «Грамматическая правильность русской речи. Стилистический словарь вариантов», «Русская риторика» и др.

Гутброд Ганс

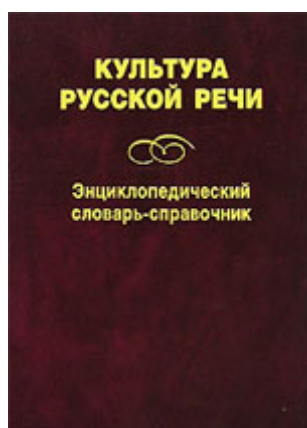
Ганс Гутброд родился в Бразилии, вырос в Германии, учился в Тюбингене и в Лондонской школе экономики, где защитил докторскую диссертацию в области международных отношений. Ему довелось заниматься преподавательской деятельностью в разных областях знаний. Он работал в Европейском колледже гуманитарных наук в Берлине, сотрудничал с ОБСЕ в Грузии, работал приглашенным преподавателем в рамках образовательного проекта гражданской администрации (СЕР). Его книга «Профессиональное деловое общение» получила признание российских специалистов в сфере профессионально-деловой коммуникации.

(По материалам www.wolters-kluwer.ru)

Бельдиян

Валерий Михайлович

Валерий Михайлович Бельдиян – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры немецкого языка и межкультурной коммуникации. Окончил Ташкентский государственный университет, аспирантуру при Московском государственном университете, докторантуру при Российской академии образования. Направления научных исследований: общее языкознание, сопоставительное языкознание. Автор известных трудов по культуре русской речи:



Иевлева

Зинаида Николаевна

Зинаида Николаевна Иевлева – выпускница филологического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова, канд. пед. наук (1978). Профессор по кафедре методики и психологии (1992). Лауреат Государственной премии СССР 1979г. (премия присуждена за участие в написании учебника «Русский язык для всех»).

Начала преподавать русский язык студентам-иностранцам в 1958 г. на специальных курсах при МГУ им. М.В.Ломоносова, на базе которых вскоре был организован первый подготовительный факультет для иностранных граждан. В 1966 г. перешла на работу вновь организованный Научно-методический центр русского языка при МГУ, преобразованный в 1974 г. в самостоятельный Институт (ныне Государственный) русского языка им. А.С.Пушкина. Имеет более 120 публикаций в области русского языка, методики его преподавания, истории просвещения и культуры.

Основные направления научно-методической работы:

1. Содержание и методика работы на начальном этапе обучения РКИ.
2. Грамматический материал в практическом курсе русского языка для иностранцев.
3. Разработка теоретических основ, учебников и учебно-методических материалов по курсу методики обучения русскому языку как иностранному.
4. История русской культуры и просвещения; история методики обучения русскому как иностранному. Исследовательский проект «Из истории обучения русскому языку как иностранному: Учебная книга XV-XVII в.в.» поддержан Российским гуманитарным научным фондом (1996-1998 гг.)

Наиболее значимые публикации:

- Методика преподавания грамматики в практическом курсе русского языка для иностранцев (монография), М., 1981.
- Комплекс учебных пособий «Русский язык для всех»: Учебник, Изд. 1-15, М., 1970-1991 (в соавторстве).
- Вводные уроки для говорящих на испанском языке, изд. 1-2, Москва-Мадрид, 1985,1987.
- Вводные уроки для говорящих на английском, французском, португальском, арабском языке (в соавторстве), М., 1985-1988.
- Разделы в учебниках методики, М., 1975-1982.

- Статьи в журналах «Русский язык за рубежом», «Русский язык в национальной школе», «Русская речь», «Народное образование», в научно-методических сборниках, в том числе в журнале «Русский язык за рубежом», в журнале «Народное образование в России. Исторический альманах».

Коллекция ссылок на тематические Интернет-ресурсы:

- <http://www.webkniga.ru>
- http://www.profiz.ru/sr/2_2002/1479/
- <http://www.gramota.ru/>
- <http://www.ido.edu.ru>
- <http://www.krugosvet.ru>
- kedr@philol.msu.ru
- <http://bank.orenipk.ru>
- dekan-fpk@yandex.ru
- <http://www.eidos.ru>
- library@countries.ru
- <http://www.rosnou.ru>
- <http://www.library.tver.ru>
- <http://www.ru.wikipedia.org>
- http://www.u.ru/biblio/archive/kusin_culture/
- <http://www.bereg.ru>
- <http://www.jobmoney.ru>
- <http://www.gramma.ru>
- <http://www.erudition.ru>
- <http://www.novosib.ru>
- <http://www.business-letters.ru>
- <http://charar.com>
- <http://www.novgorod.fio.ru>
- <http://www.point.ru/business-process>
- <http://dll.botik.ru>
- <http://www.hrm.ru>
- <http://feb-web.ru>
- <http://rhetoric-school.narod.ru>
- <http://www.all-about-msu.ru>

Методические указания для обучающихся

От обучающихся требуется посещение лекций и практических занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, выполнение заданий преподавателей, активная самостоятельная внеаудиторная работа. При оценивании учебных достижений слушателей курсов особое учитываются работа на практических занятиях: активное участие в обсуждении проблем обучения будущих специалистов культуре русскоязычного профессионально-делового письменного общения (на круглых столах, семинарах, участие в дискуссиях); умения применить полученные знания для разработки учебно-методических и контрольно-измерительных материалов, авторских стратегий формирования умений письменной русскоязычной профессионально-деловой коммуникации на базе инновационных технологий, авторских методик преодоления ошибок, диагностики когнитивного стиля, уровня коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере письменного делового общения; а также качество подготовки к текущим контрольным работам (тестам); успешное прохождение итогового аттестационного испытания.

Курс дает возможность преподавателям повысить профессиональную квалификацию за счет приобретения знаний, навыков, умений формирования коммуникативной компетенции будущих специалистов в сфере культуры русскоязычного письменного профессионально-делового общения.

Успешное прохождение обучения по программе данного курса свидетельствует о достаточно высоком уровне профессиональной компетентности слушателей в области преподавания культуры русскоязычного письменного профессионально-делового общения. Данный уровень позволяет слушателям использовать инновационные технологии при определении содержания обучения; отборе и систематизации языкового и речевого материала; организации обучения и контроля коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере русскоязычного письменного профессионально-делового общения. Данный уровень также дает возможность обучающемуся разрабатывать авторские стратегии обучения и эффективные контрольно-измерительные материалы.

Обучение основам формирования культуры русскоязычного письменного профессионально-деловой речи проходит в форме лекционных и практических занятий, индивидуальных консультаций по предметному содержанию курса и вопросам подготовки к написанию творческих и проверочных работ, что предполагает активную самостоятельную работу обучающихся.

В системе дополнительного образования изучение данного курса предполагает овладение педагогом таким уровнем профессиональной компетентности, который позволяет:

- давать экспертную оценку методической эффективности существующих форм и средств обучения культуре русскоязычного письменного профессионально-делового общения;
- разрабатывать учебные пособия и методические рекомендации на основе инновационных педагогических технологий;
- создавать контрольно-измерительные материалы.

Изучение данного курса направлено на формирование компетентности преподавателя в сфере обучения культуре письменной профессионально-деловой коммуникации, которая представляет собой целостную систему взаимосвязанных знаний, навыков, умений. К основным можно отнести следующие:

Знания, навыки, умения, составляющие предметную компетенцию в сфере обучения письменной профессионально-деловой коммуникации:

- знание основных жанровых разновидностей деловых писем и документов: их структурно-содержательных особенностей, особенностей функциональной и композиционной организации;
- умения создавать письменные профессионально-деловые тексты, адекватные коммуникативным целям и условиям профессионально-деловой коммуникации;

- умения варьировать структуру делового письма / документа в зависимости от изменяющихся условий делового общения;
- умения привлекать специальные знания в процессе продукции письменных профессионально-деловых текстов;
- умения интерпретировать тексты деловых писем / документов и использовать их содержание в целях общения в ситуациях профессионально-делового общения;

методические знания и умения:

- знание теорий, концепций организации обучения культуре русскоязычного общения (устного и письменного);
- знание теорий, концепций организации обучения письменной профессионально-деловой коммуникации;
- знание литературы (педагогической, учебной-методической и т.д.) и источников специальной информации по проблемам обучения письменному общению в целом и профессионально-деловой письменной коммуникации в частности;
- знание современной системы регламентирующих и программных документов в сфере обучения профессионально-деловому общению;
- знание инновационных технологий, методов, форм обучения письменной профессионально-деловой коммуникации;
- знание современных средств обучения (печатных, инфокоммуникационных и т.д.) письменному профессионально-деловому общению;
- знание типологии упражнений, которые могут быть использованы в целях формирования компетенции специалиста в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации;
- умения определять когнитивный стиль будущего специалиста и учитывать его специфику при подготовке, презентации учебных материалов, в процессе работы с ними, а также при организации учебных занятий;
- умения мотивации и стимулирования учебной деятельности;
- организационные умения;
- умения определять содержание обучения, организовывать и структурировать процесс обучения письменной профессионально-деловой коммуникации;
- умения применять инновационные методы и средства формирования коммуникативной компетентности будущих специалистов в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации;
- умения разрабатывать программные и учебно-методические материалы на основе инновационных технологий;
- умения отобрать / составить и лингводидактически интерпретировать учебные тексты в соответствии с задачами обучения культуре профессионально-делового общения;
- умение предъявить текст по оптимальному каналу и в соответствии с уровнем общей и коммуникативной подготовки будущих специалистов;
- умение активизировать восприятие и понимание текста с помощью специальных приемов дотекстовой и послетекстовой работы;
- умение прокомментировать / откорректировать понимание текста делового письма / делового документа, используя систему специальных заданий;
- умения разрабатывать и проводить учебные занятия инновационного типа, имеющие целью формирование коммуникативной компетенции специалистов в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации и т.д.
- умения лингводидактического анализа деловых писем и документов основных жанровых разновидностей и т.д.;

Профессионально-коммуникативные умения, формирующие:

технологическую готовность преподавателя:

- владение тактикой педагогического общения;
- умение выбирать тактику общения, адекватную задачам и форме учебного занятия; умение минимизировать условности учебного общения при проведении занятия инновационного типа (круглые столы, дискуссии, ролевые игры и т.д.);
- умение координировать формы и приемы учебной работы с задачами обучения письменной профессионально-деловой коммуникации;
- умение использовать педагогическую коммуникацию для управления учебной активностью учащихся: изменение деятельностной позиции учащихся и т.п.;
- умение управлять учебно-профессиональным общением и т.д.

техническую готовность

- владение культурой русской речи, что предусматривает:

а) нормативность, т.е. соответствие нормам современного литературного языка; точность словоупотребления;

б) узуальную грамотность;

в) выразительность речи, т.е. ее образность, эмоциональность, яркость;

г) чистоту, уместность, лексическое богатство;

д) вариативность, «чувство учащегося», т.е. выбор из числа синонимических наиболее оптимального способа выражения значения;

- умение использовать невербальные средства общения и т.д.

лингвистические знания и умения:

- умение анализировать языковые единицы различных уровней, языковые явления, речевые единицы (речевые действия), коммуникативные единицы (коммуникативные задачи, коммуникативные акты), характерные для профессионально-деловой сферы общения;
- умение как готовность манипулировать лингвистическим материалом при решении задач (интерпретационных, классификационных, квалификационных и пр.), а также задач семантизации (семасиологический план: объяснение «от знака к значению») и/ или номинации (ономасиологический план: «от значения к знаку»);
- умение лингвистически корректно и дидактически целесообразно формулировать правила использования (функционирования / построения / понимания и т.д.) языковых единиц профессионально-делового дискурса, жанровых разновидностей деловых писем и документов, способов решения коммуникативных задач, типичных для общения в профессионально-деловой сфере;
- умение воспринять и оценить меру соответствия / несоответствия между речевой продукцией и рецепцией будущих специалистов и нормами языка (речи / коммуникации);
- умение дать лингвистически аргументированное толкование отмеченному отклонению от нормы и т.д.;

общегуманитарные умения:

- умения толерантного общения:

а) умение терпимо воспринимать, объяснять эстетическую, мировоззренческую позицию будущего специалиста, не совпадающую с точкой зрения преподавателя или с общепринятой точкой зрения;

б) умения использовать вербальные и невербальные средства коммуникации в целях обеспечения толерантности педагогического общения и т.д.;

- умение поддерживать свой «информационный тонус» а) в сфере проблем культуры русскоязычного профессионально-делового общения и его письменной формы (проблемы нормативности, толерантности и т.п. инновационных форм письменной деловой коммуникации и т.д.); б) в области проблем обучения культуре русскоязычной профессионально-деловой коммуникации;
- умение дидактически и методически обоснованно интерпретировать и предъявлять предметную информацию; использовать новые лингводидактические знания в учебном процессе и т.д.

Оценивание учебных достижений слушателей

Условия и критерии выставления оценок

От обучающихся требуется посещение лекций и практических занятий, обязательное участие в аттестационно-тестовых испытаниях, выполнение заданий преподавателей, активная самостоятельная внеаудиторная работа. Особо ценится работа на практических занятиях: активное участие в обсуждении проблем обучения будущих специалистов культуре русскоязычного профессионально-делового письменного общения (на круглых столах, семинарах, участие в дискуссиях), умение применить полученные знания для разработки учебно-методических и контрольно-измерительных материалов, авторских стратегий формирования умений письменной русскоязычной профессионально-деловой коммуникации на базе инновационных технологий, авторских методик преодоления ошибок, диагностики когнитивного стиля, уровня коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере письменного делового общения, а также качество подготовки к текущим контрольным работам (тестам), успешное прохождение итогового аттестационного испытания.

Балльная структура оценки:

Формы контроля

- 1) Посещение занятий – 0,5 балла за занятие (всего 12 баллов)
 - 2) Активная работа на занятиях – 24 балла
 - 3) Внутрисеместровые аттестации – 8 тестов по 2 балла – (16 баллов) – в форме тестов на основе пройденного материала и по дополнительной литературе.
 - 4) Творческая работа (разработка комплекса учебно-методических материалов, состоящего из 5 компонентов: а) каталога письменных профессионально-деловых текстов; б) авторской системы заданий упражнений по формированию лингвистической / дискурсивной компетенции будущих специалистов в сфере делового письма (по выбору обучающегося); в) методической разработки по организации и проведению учебного занятия инновационного типа, имеющего целью формирование социолингвистической компетенции будущих специалистов); г) тестовых материалов для диагностики когнитивного стиля будущих специалистов; д) контрольно-измерительных материалов для диагностики уровня коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере делового письма) – 5 работ по 3 балла – 15 баллов.
 - 5) Итоговое испытание (экзамен) – 33 балла
- Всего –100 баллов

Шкала оценок:

		Неуд		3		4		5	
Кр едит	Сумма баллов	F		E		D		C	
		FX	2	3+	3	4	5+	5	A
2	100	менее 34	34-40	41-50	51-60	61-70	71-80	81-90	91-100

Пояснение оценок

	Выдающийся
A	Отличный ответ
B	Очень хороший ответ
	Хороший
C	Хороший ответ
D	Достаточно удовлетворительный ответ
E	Отвечает минимальным требованиям удовлетворительного ответа
F	Оценка 2+ (FX) означает, что студент может набрать баллы только до минимального удовлетворительного ответа
X	Неудовлетворительный ответ (либо повтор курса в установленном порядке, либо основание для отчисления)

Правила выполнения письменных работ

Курс направлен на повышение уровня профессиональной компетентности слушателей (преподавателей) в сфере обучения культуре русскоязычного письменного профессионально-делового общения, что предполагает усвоение знаний предметного характера (культура русскоязычного письменного профессионально-делового общения, основные теоретические подходы, концепции, объясняющие ее сущность, специфику, признаки и т.д.), усвоение знаний и формирование методических, профессионально-коммуникативных, лингвистических, общегуманитарных навыков и умений. В этой связи в процессе прохождения курса обучающиеся выполняют а) проверочные письменные работы (тесты); б) творческие работы, которые по окончании курса представляют собой целостную систему учебно-методических материалов.

Тестовый контроль проводится с целью проверки качества усвоения теоретического материала, умения анализировать, обобщать, творчески перерабатывать информацию, полученную во время лекционных занятий и в процессе самостоятельного изучения рекомендованной учебно-методической литературы, умения применять полученные знания на практике. Поэтому контрольные работы содержат задания, направленные а) на проверку объема и прочности (отсроченный контроль) знаний обучающихся по ключевым вопросам, проблемам курса; б) уровня сформированности умений.

В контрольные материалы включены задания на продукцию письменных профессионально-деловых текстов. Объектами контроля в данном случае являются: адекватное использование лексических,

грамматических единиц, социолингвистическая и социокультурная адекватность, целостность, логичность, связность речевых произведений, умение обобщать информацию, выбирая наиболее значимую, соблюдение норм культуры письменного профессионально-делового общения.

Время, выделяемое на написание контрольной работы, – два академических часа.

Творческая работа направлена на разработку по окончании курса целостной системы авторских учебно-методических материалов, имеющих целью формирование компетенции будущих специалистов в сфере культуры письменной профессионально-деловой коммуникации. Система авторских учебно-методических материалов включает:

1) каталог письменных профессионально-деловых текстов;

2) (по выбору слушателя):

а) систему заданий и упражнений по формированию лингвистической компетенции будущего специалиста в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации;

а) систему заданий и упражнений по формированию дискурсивной компетенции будущего специалиста в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации;

3. Методическую разработку по организации и проведению занятия инновационного типа, цель которого – формирование социолингвистической компетенции будущего специалиста в сфере письменного профессионально-делового общения;

3) контрольно-измерительные материалы:

а) для диагностики когнитивного стиля будущего специалиста;

б) для определения уровня коммуникативной компетентности будущего специалиста в сфере письменной профессионально-деловой коммуникации.

Требования к набранным на компьютере творческим работам: двойной интервал, кегль – 14, цитирование и сноски в соответствии с принятыми стандартами, тщательная выверенность грамматики, орфографии, синтаксиса, пунктуации, стиля изложения.



Куриленко

Виктория Борисовна

Куриленко Виктория Борисовна

Личные данные:

Кандидат педагогических наук

Доцент

Ученый секретарь диссертационного совета по педагогике и психологии

Работает в РУДН с 1996 года

Окончила Воронежский ордена Ленина государственный университет в 1990 г

Специалист в области методики преподавания русского языка как иностранного.

Профессиональная деятельность:

Выпускница Воронежского ордена Ленина государственного университета 1990 г. В 1996 году начала работу на кафедре русского языка основных факультетов РУНД, с 2004 г. преподает на кафедре русского языка медицинского факультета РУДН. Работает со студентами-медиками из стран Азии, Африки, Латинской Америки. Читает лекции на ФПКП РУДН; ведет спецкурс «Основы перевода» (английский язык).

В сферу научных интересов входят проблемы формирования профессионально-коммуникативной компетенции иностранных студентов-нефилологов, функционально-коммуникативная лингвистика, учебно-научный текст, принципы разработки регламентирующих и контрольно-измерительных материалов для иностранных студентов-нефилологов.