

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
«ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

**Ю.И. Кузина, С.В. Малервейн**

**ДЕЛОВАЯ ПИСЬМЕННАЯ  
КОММУНИКАЦИЯ**

*Учебно-методическое пособие*

Издательство  
Томского политехнического университета  
2007

УДК 808.2-085(075.8)  
ББК Ш141.2-923.7  
К89

**Кузина Ю.И.**

К89 Деловая письменная коммуникация: учебно-методическое пособие / Ю.И. Кузина, С.В. Малервейн. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2007. – 159 с.

ISBN 5-98298-214-8

Пособие посвящено формированию умений и навыков письменного делового общения: составления и оформления документов, сочинения и коррекции текстов разных функциональных стилей и жанров.

Приводятся справочные материалы, а также предлагается система заданий, упражнений и тестов для аудиторной и самостоятельной работы.

Пособие содержит типологию деловой документации, правила работы над документами разных видов; представлены образцы текстов, востребованных в сфере деловой коммуникации.

Учебно-методическое пособие адресовано студентам технических университетов всех направлений и молодым специалистам.

**УДК 808.2-085(075.8)**  
**ББК Ш141.2-923.7**

Рекомендовано к печати Редакционно-издательским советом  
Томского политехнического университета

*Рецензенты*

Кандидат филологических наук, доцент ТГПУ

*С.Н. Цибулина*

Кандидат филологических наук, доцент ТГУ

*Ю.А. Эмер*

ISBN 5-98298-214-8

© Ю.И. Кузина, С.В. Малервейн, 2007  
© Томский политехнический университет, 2007  
© Оформление. Издательство Томского  
политехнического университета, 2007

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ЧАСТЬ 1. ИСКУССТВО РАБОТЫ СО СЛОВОМ .....	5
Глава 1. Понятие лексического значения слова .....	5
Тема 1. Слово. Моносемия. Полисемия .....	5
Тема 2. Понятие лексического значения .....	9
Глава 2. Речевые ошибки, связанные с неверным выбором слова .....	13
Тема 1. Нарушение лексической сочетаемости .....	13
Тема 2. Алогизм .....	16
Тема 3. Анахронизм .....	18
Тема 4. Эвфемизмы .....	19
Глава 3. Речевая недостаточность .....	21
Глава 4. Речевая избыточность .....	22
Тема 1. Многословие. Ляпалиссиады .....	22
Тема 2. Плеоназм .....	23
Тема 3. Тавтология. Скрытая тавтология .....	24
Практикум .....	26
Справочный материал .....	33
ЧАСТЬ 2. ОСНОВЫ УСПЕШНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ .....	66
Глава 1. Характеристика официально-делового стиля .....	66
Тема 1. Понятие официально-делового стиля .....	66
Тема 2. Разновидности официально-делового стиля .....	68
Тема 3. Унификация языка деловых бумаг .....	76
Глава 2. Деловая документация .....	80
Тема 1. Документы и их функции .....	80
Тема 2. Личные документы. Заявление и доверенность .....	82
Тема 3. Распорядительные документы .....	83
Тема 4. Административно-организационные документы .....	84
Тема 5. Информационно-справочные документы. Справки и докладные записки .....	85
Глава 3. Деловые письма .....	86
Тема 1. Виды делового письма .....	86
Тема 2. Языковые конструкции деловых писем .....	88
Тема 3. Особенности русской и зарубежной школ делового письма .....	91

Глава 4. Языковое оформление деловой документации .....	96
Тема 1. Особенности официально-деловой письменной речи .....	96
Тема 2. Культура официальной переписки .....	98
Тема 3. Специальные языковые средства .....	103
Тема 4. Редактирование ошибок в официально-деловой письменной речи .....	108
Тема 5. Правила использования сокращений в текстах документов .....	111
Глава 5. Рекламный текст в деловой коммуникации .....	113
Тема 1. Что такое рекламный текст? .....	113
Тема 2. Структура рекламного текста .....	115
Тема 3. Секреты создания эффективной рекламы .....	118
Для вашего портфолио .....	129
Практикум .....	146
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>158</b>

# Часть 1. Искусство работы со словом

## Глава 1. Понятие лексического значения слова

### Тема 1. Слово. Моносемия. Полисемия

Слово – важнейшая единица языка, самая многообразная и объемная. Именно слово отражает все изменения, происходящие в жизни общества. Слово не только называет предмет или явление, но и выполняет эмоционально-экспрессивную функцию. Нельзя не согласиться с А. Франсом, который сказал: «Нет магии сильнее, чем магия слов».

По своей лингвистической природе слово – сложная, многомерная, разноплановая единица языка. Уже при первой попытке аналитически осмыслить слово становится очевидным присущий ему дихотомизм – легко вычленимая исконная двусторонняя сущность: с одной стороны – материальное звуковое оформление, с другой – одинаково понимаемый носителями языка, общественно закрепленный за словом смысл (т. е. отражение путем языкового обозначения, названия того или иного предмета, явления, качества и т. д.) внеязыковой действительности.

Однако определять слово только как языковой элемент, состоящий из ряда звуков, обозначающих то или иное понятие, – значит изолировать его от системы языка в целом. Учитывая сложность и многоплановость структуры слова, современные исследователи при его характеристике используют так называемый многоаспектный тип анализа, т. е. указывают на сумму самых разных языковых признаков: фонетическую оформленность и наличие одного ударения; лексико-семантическую значимость слова и его способность выражать понятие у слов знаменательных; его отдельность и непроницаемость (т. е. невозможность дополнительных вставок внутрь слова без изменения его значения); идиоматичность (иначе – непредсказуемость, немотивированность названия или неполную его мотивированность); отнесенность к тем или иным частям речи.

В русском языке есть слова, называющие только один какой-либо предмет. Например, слово *карандаш* обозначает тонкую палочку графита, вделанную в деревянную или пластмассовую оболочку. Только этот предмет, которым мы пишем, рисуем, чертим, и называется карандашом. Никаких других значений у слова *карандаш* нет. То же самое можно сказать о словах *мостовая*, *тротуар*. *Мостовой* называется мощенная камнем или покрытая асфальтом часть улицы, по которой едут троллейбусы, машины, автобусы. Другая часть улицы, предназна-

ченная для пешеходов, называется *тротуаром*. Слова *мостовая*, *тротуар*, а также *велосипед*, *мотоцикл*, *трамвай*, *автобус*, как и слово *карандаш*, имеют только одно значение. Такие слова называются **однозначными**.

Однозначными словами являются научные термины, например: *суффикс*, *антоним*, *спряжение*, *местоимение*, *гипотенуза*, *катет*, *азот*, *водород*, *метафора*, *метонимия*, *аппендицит*, *бронхит*, *гастрит*, *земноводное*, *млекопитающее*. Однозначными словами являются названия отдельных разновидностей деревьев, кустарников, ягод, грибов – *береза*, *ель*, *пихта*, *можжевельник*, *брусника*, *подосиновик*, *сыроежка*, *шампиньон*; некоторые наименования тканей – *батист*, *вельвет*, *сатин* и т. д.

Когда мы называем однозначное слово, даже и не в предложении, то всем знающим русский язык ясно, о чем идет речь. Если спросить, кого мы называем *танкистом*, *врачом*, *моряком*, *поваром*, ответы будут одинаковыми, т.к. слова, о которых мы спрашиваем, однозначные. В лексикологии такие слова называются **однозначными**, или **моносемичными**, а свойство слов иметь только одно значение называется **однозначностью**, или **моносемией**.

Эти слова противопоставляются другой группе слов, не менее обширной в современной лексике, – словам **многозначным**, или **полисемантическим**, а само свойство слов иметь несколько значений называется **многозначностью**, или **полисемией**. Например: *модель* – 1) образцовый экземпляр какого-либо изделия, а также образец для изготовления чего-либо (выставка *моделей* женского платья); 2) воспроизведение или схема чего-либо, обычно в измененном виде (*модель* станка); 3) тип, марка, образец, конструкция (новая *модель* автомобиля); 4) то, что служит материалом, натурой для художественного изображения, воспроизведения; 5) образец, с которого снимается форма для отливки или для воспроизведения в другом материале.

Все значения слова между собой так или иначе связаны и образуют довольно сложное семантическое единство, которое называется **семантической структурой слова**. Семантические связи внутри многозначного слова обуславливают системность лексики, которая отчетливее всего проявляется на уровне одного слова.

Многозначность – удобный способ хранения информации о мире, она представляет собой семантическую универсалию – общий для всех языков закон. Полисемия более представлена в языках тех народов, которые достигли более высоких ступеней прогресса: в языках наций полисемия представлена шире, чем в племенных языках.

Между разными значениями многозначного слова обнаруживается определенная связь. Например, в слове *коляска* различаются три зна-

чения: 1) четырехколесный рессорный экипаж с откидным верхом; 2) маленькая ручная повозка для катания детей; 3) небольшая тележка, повозка специального назначения: мотоцикл с *коляской*. Эти значения тесно связаны между собой: второе и третье значения возникли на основе первого по сходству функции называемого предмета.

Различные значения при многозначности соотносятся друг с другом в известной последовательности. Обычно они группируются вокруг одного основного значения, на базе которого возникают. Так, основным значением слова *пирамида* является: 1) многогранник, основание которого представляет собой многоугольник или треугольник, а боковые грани – треугольники с общей вершиной. К этому значению восходят все остальные значения: 2) огромное каменное сооружение с четырехугольным основанием и сходящимися к вершине боковыми гранями, служившее гробницей фараона в Древнем Египте; 3) предмет, имеющий широкое основание и конусообразно суживающийся кверху; 4) гимнастическая или акробатическая фигура из людей, становящихся друг на друга; 5) воен.: станок для хранения винтовок, а также винтовки, поставленные дулами вместе.

В данном случае при переносе названия учитывался один признак – форма.

Если проанализировать развитие значений у слова *песочный*, то окажется, что при переносе наименования использовались разные признаки. Слово *песочный* имеет значения: 1) прилагательное (*песочная пыль*); 2) (разг.) серовато-желтый, цвета песка; 3) сделанный из сухого, рассыпчатого теста (*песочный торт*). Второе значение объединяет с первым признак цвета, а третье значение связывает с первым иной признак – рассыпчатость песка. Следовательно, второе и третье значения слова *песочный*, в отличие от значений слова *пирамида*, не сходятся в одной точке, т.к. базируются на разных признаках.

В составе многозначного слова возможны и другие комбинации значений. Например, в слове *хлеб* различаются четыре значения: 1) зерно; 2) продукт, выпекаемый из муки; 3) *разг.* пища; 4) средство к существованию, заработок. Эти значения тесно связаны между собой. Так, второе значение «продукт, выпекаемый из муки» возникло на основе первого в результате переноса наименования материала на изделие из него. Но так как хлеб является чрезвычайно важным продуктом питания, становится понятным появление у данного слова двух последних значений – «пища» и «средство к существованию, заработок». Таким образом, в слове *хлеб* второе значение вытекает из первого, а остальные подчинены второму.

Связь между отдельными значениями – характерный признак многозначности.

Слова называют явления реальной действительности, которая постоянно изменяется. Поэтому в многозначных словах с течением времени одни значения могут утратиться, а другие появиться. Так, слово *колелно* в значении «сустав» и *ухо* – «орган слуха» возникли в языке очень давно, и каждое из них было первоначально однозначным.

Затем у слова *колелно* наряду с основным появилось новое значение – «отдельная часть чего-либо, идущего ломаной линией от одного сгиба или поворота до другого» (колелно дымовой трубы).

Слово *ухо* в современном русском языке также неоднозначно, оно называет и часть шапки, закрывающей уши, и приспособления для подъема или вешания.

Многозначность не только один из важнейших путей развития словарного состава языка, но и основа языковой образности и выразительности. Следует учитывать, однако, что возможности использования образных средств языка неодинаковы для разных языковых стилей. Образность, изобразительность, нестандартность языка – одно из главных достоинств произведений художественной литературы и некоторых видов публицистики. В деловой и научной речи иные традиции и нормы. Они ориентированы на однозначное употребление слов, на стандартизацию и терминологизацию языка. Разумеется, и в деловых текстах можно встретить метафорические обороты типа *старт соревнования, потолок выработки, горящая путевка, заморозить фонды*. Как правило, подобные выражения встречаются в тех типах документов, которые допускают совмещение деловых сведений с элементами публицистики (например, в проектах решений, некоторых видах отчетов, протоколов, в докладах, сообщениях и т. п.). Однако число таких оборотов сравнительно невелико, все они представляют собой речевые штампы, их образность стерта; кроме того, многие из них приобретают терминологический смысл.

Разные значения слов приводятся в толковых словарях: первым указывается **основное** (его еще называют **прямым, первичным, главным**); а потом – **производные** от него (**неосновные, переносные, вторичные**).

Слово, взятое изолированно, всегда воспринимается в своем основном значении, в котором обычно чаще всего и употребляется в речи. Производные же значения выявляются только в сочетании с другими словами. Например, глагол *идти* может получать в речи более сорока различных значений, но главное – это то, которые первым приходит на ум, – «передвигаться, ступая ногами».

Художники слова находят в многозначности неисчерпаемый источник выразительности речи. Можно так построить фразу, что многозначное слово будет восприниматься сразу в прямом и переносном значении, придавая речи комизм. Например, *Радио будит мысль даже в те часы, когда очень хочется спать*.



Словесная игра, основанная на столкновении в тексте различных значений многозначных слов, может придать речи форму *парадокса*.

Многозначные слова требуют к себе особого внимания, ведь многозначность нередко становится причиной всевозможных недоразумений, если собеседники понимают одно и то же слово по-разному.

Многозначность слов дает повод к неправильному истолкованию некоторых фраз. Например: На *костре* – лучшие люди села. На площадке перед школой вы увидите *разбитые цветники*. Это дело рук наших ребят.

Слово как основная единица языка имеет разные стороны: фонетическую (звучание), лексическую (смысловую) и грамматическую.

## Тема 2. Понятие лексического значения

Со стороны смысловой каждое слово характеризуется определенным лексическим значением. **Лексическое значение** – содержание слова, результат отображения и закрепления в сознании представления о предмете, процессе, свойстве, явлении. Лексическое значение – продукт мыслительной деятельности человека, связано со свёртыванием информации человеческим сознанием, имеет обобщающий характер, отражая человеческие представления о классе предметов, признаков, явлений. Как продукт мыслительной деятельности лексическое значение соотносится с понятием, но, будучи языковым феноменом, оно не может быть тождественно логической, понятийной категории. **Понятие и лексическое значение** – пересекающиеся категории, лексическое значение, с одной стороны, шире понятия, так как включает эмоционально-оценочный, стилистический компоненты (ср. лексическое значение слов *лошаденка, доченька, балбес, солнышко* и др.). С другой стороны, лексическое значение уже понятия в том смысле, что в содержательном ядре включают лишь основные различительные черты объектов, а понятие отражает их более глубокие и существенные свойства. В отличие от научного понятия языковое значение иногда называют «наивным понятием», то есть обыденным представлением о предмете, характерным для среднего образованного носителя языка. Содержательное совпадение лексического значения и понятия наблюдаются только у терминов.

Лексическое значение слова тесно связано с грамматическим. Нет ни одного слова, обладающего лексическим значением и не имеющего специального грамматического оформления.

**Грамматическое значение** слова, наслаиваясь на лексическое, уточняет его. Для выражения грамматического значения имеются особые материальные показатели, которые и придают слову грамматическую оформленность. Так, например, в глаголе *писать*, употребленном

в разных формах (*писал, писала*), лексическое значение дополнительно осложняется грамматическими значениями прошедшего времени, единственного числа, мужского и женского рода, что выражается с помощью окончания -а- для женского рода, нулевого окончания – для мужского рода и суффикса -л- прошедшего времени.

Лексическим значением слова является, по определению В.В. Виноградова, его **«предметно-вещественное содержание, оформленное по законам грамматики данного языка и являющееся элементом общей семантической системы словаря этого языка»**. Оно закреплено общественно-языковой практикой, является основой семантической структуры слова и, как правило, называется **денотативным**.

Для определения лексического значения слова необходимо, во-первых, выяснить его предметно-вещественное и понятийно-логическое содержание (т. е. связь с денотатом, то есть с называемым); во-вторых, установить, как связана называемая словом реальность с теми, которые объективно существуют в окружающей действительности; в-третьих, выявить, как определяемое лексическое значение соотносится с другими значениями, так как слово «выражает свои значения не изолированно, не в отрыве от лексико-семантической системы данного конкретного языка, а в неразрывной связи с ней, как ее основной элемент» (В.В. Виноградов); в-четвертых, найти такой различительный признак, который позволил бы вычленить именно это лексическое значение из ряда подобных. Необходимость подобного рода поэтапного, последовательного определения значения слова убедительно доказана современными лексикологами (Н.З. Котеловой, А.А. Уфимцевой, Н.М. Шанским, Д.Н. Шмелевым).

Например, в определении слова *стул* должны быть включены следующие признаки: 1) указание на общую предметную соотнесенность – «мебель»; 2) раскрытие общего характера назначения – «мебель только для сидения»; 3) указание на особенности формы – «со спинкой»; 4) конкретизация характера назначения – «для сидения одного человека». Все перечисленные признаки очень важны, существенны, во-первых, для отграничения слова *стул* от других парадигматических единиц, во-вторых (и это самое главное), для определения данного конкретного значения слова: «род мебели только для сидения, со спинкой, предназначенный для одного человека».

Значение слова – понятие историческое. Оно не остается неизменным, в его содержании находят отражения те существенные (языковые и внеязыковые) признаки, которые характерны для каждого периода развития лексики, периода, непосредственно связанного с внеязыковой действительностью. Это особенно важно учитывать тем, кто будет постоянно иметь дело со словом, причем не только современным (на-

пример, при комментировании, переводе текстов предшествующих эпох, в процессе использования разного рода исторических реминисценций, сравнений и т. п.).

Историческую судьбу развития значения слова с большей или меньшей точностью и полнотой отражают толковые словари. В них последовательность расположения толкований значений нередко указывает на процесс развития слова: сначала дано значение в современном понимании, а далее следуют те значения, которые претерпели изменения.

Лексическое значение слова, являясь элементом общезыковой системы, тем не менее обладает достаточной самостоятельностью. Оно имеет собственно семантические, т. е. присущие только ему, специфические свойства, например разные способы номинации предметов, понятий, явлений, признаков по характеру соотношения с действительностью (прямое-непрямое, или переносное), по степени мотивированности (непроизводное-производное), по способам и возможностям лексической сочетаемости (свободные-несвободные), по характеру выполняемых функций (номинативные – экспрессивно-синонимические).

1. **По способу номинации**, т. е. характеру связи значения слова с предметом объективной действительности, выделяются два типа лексических значений – прямое, или основное, и непрямое, или переносное.

*Прямым* значение названо потому, что слово, обладающее им, прямо указывает на предмет (явление, действие, качество и т. д.), т. е. непосредственно соотносено с понятием или отдельными его признаками. Основным (или главным) называют обычно то значение слова (в плане синхронного анализа лексики), которое менее всех остальных значений обусловлено свойствами его сочетаемости. Основное значение четко и определенно обусловлено парадигматически. Прямое значение, выступающее в качестве основной, устойчивой номинации предмета в современный период языкового развития, называют также первичным.

*Непрямым* (или переносным) называют такое значение слова, появление которого обусловлено возникновением сравнений, ассоциаций, объединяющих один предмет с другим. Переносное значение появляется в результате переноса прямого (основного) обозначения предмета на новый предмет. Переносные значения являются частными, их называют вторичными.

2. **По степени семантической мотивированности** выделяются два вида значений слова: *непроизводное* (немотивированное, первичное), и *производное* (мотивированное первичным, исходным значением, являющееся вторичным).

И прямые, основные значения, и тем более переносные могут быть различными по характеру и степени мотивированности (или немотивированности). У одних мотивированность бывает семантически свя-

зана с исходной, первичной номинацией, как в переносном значении слова *стол* – «питание» (например, снять комнату со *столом*); у других характер мотивированности производных значений гораздо сложнее: кроме связи с первичным значением, существенным оказывается общая деривационная зависимость.

3. **По возможности лексической сочетаемости**, или виду синтагматических отношений между словами, выделяются значения свободные и несвободные.

Если сочетаемость слов оказывается относительно широкой, то значения, которыми они обладают, называются **свободными**. Например, к свободным относятся значения слов *голова, нос, глаз; стол, скатерть; лепесток; сказка, спор, удача* и др. (*Сказка – длинная, короткая; интересная, скучная; русская, казахская и т. д.*). Однако «свобода» лексической сочетаемости – понятие относительное, ибо она ограничена предметно-логическими отношениями слов в языке. Так, исходя из предметно-логических связей (т. е. совместимости или несовместимости понятий, а следовательно, и слов, их называющих) нельзя соединить слово *рука* со словами типа *веселая, умная, глубокая* и т. п.

Слова, лексическая сочетаемость которых ограничена не только предметно-логическими отношениями, но и собственно языковыми, обладают **несвободными** значениями. Среди несвободных выделяют две группы значений слов: *фразеологически связанные и синтаксически обусловленные с разновидностью конструктивно ограниченных* (или обусловленных).

4. **По характеру выполняемых функций** могут быть выделены два вида лексических значений слова: собственно номинативные и экспрессивно-синонимические.

**Номинативные** – такие значения слова, которые используются прежде всего для названия предметов, явлений, качеств, действий и т. д. в семантической структуре слов, обладающих подобным значением, как правило, не находят отражения дополнительные признаки (например, одиночные).

**Экспрессивно-синонимическим** называется такое значение, в котором основным является коннотативный, или эмоционально-оценочный, признак. Слова с таким значением возникли как добавочные экспрессивно-эмоциональные наименования уже существующих в языке номинаций с денотативным значением. Например, *бессмысленность – ахинея, гордиться – вознестись, двигаться – плестись, конь – коняга, лошадь – кляча, ноша – бремя, помощник – пособник, путешествие – вояж, расплата – возмездие*.

Итак, типология лексических значений опирается на три основных вида отношений: понятийно-предметную связь (то, что составляет

основу лексической парадигматики), отношения слов друг к другу (т. е. синтагматические отношения) и степень мотивированности значения (деривационные связи).

Выделение разных типов лексических значений помогает глубже разобраться в семантической структуре слова, т. е. понять характер системных внутрисловных связей.

## Глава 2. Речевые ошибки, связанные с неверным выбором слова

### Тема 1. Нарушение лексической сочетаемости

Особого внимания требуют лексические нормы, т. е. правила применения слов в речи. М. Горький учил, что слово необходимо употреблять с точностью самой строгой. Слово должно использоваться в том значении (в прямом или переносном), которое оно имеет и которое зафиксировано в словарях русского языка. Нарушение лексических норм приводит к искажению смысла высказывания. Можно привести немало примеров неточного употребления отдельных слов. Ошибкой является неправильное употребление глаголов *ложить* и *класть*. Глаголы *ложить* и *класть* имеют одно и то же значение, но *класть* – общеупотребительное литературное слово, а *ложить* – просторечное.

Необходимо обратить внимание и на использование приставочных глаголов *положить*, *сложить*, *складывать* (положу на место, складывать числа).

Выбирая слова, необходимо обращать внимание на их значение, стилистическую окраску, употребительность, сочетаемость с другими словами. Нарушение хотя бы одного из этих критериев может привести к речевой ошибке.

- *Костер все больше и больше распалялся, пылал.*

Ошибка заключается в неверном выборе слова:

*Распаляться* – 1. Нагреться до очень высокой температуры, раскалиться.

2. (перен.) Прийти в сильное возбуждение, стать охваченным каким-либо сильным чувством.

*Разгореться* – начать сильно или хорошо, ровно гореть.

- *Любители холодных коктейлей смешивают те же **компаньоны**, но в других пропорциях.*

*Компаньон* – 1. Тот, кто составляет компанию кому-либо; вместе с кем-либо участвует в чем-либо.

2. Член торговой или промышленной компании.

В этом предложении, конечно же, надо было употребить слово *компонент*:

*Компонент* – составная часть чего-либо.

Эта ошибка произошла не столько из-за незнания значений слов, сколько из-за небрежного отношения к языку – ведь слова *компаньон* и *компонент* часто встречаются в речи и понятны всем.

- *Этот архитектурный памятник в вопиющем состоянии.*

Слово *вопиющий*, означающее «вызывающий крайнее возмущение, совершенно недопустимый», имеет ограниченные возможности лексической сочетаемости, можно сказать *вопиющая несправедливость* (*безобразие, обман*), но с существительным *состояние* это прилагательное не сочетается, следовало написать: в *аварийном (катастрофическом)* состоянии. Еще пример: *Поэт был присужден к смертной казни* (следует: *приговорен*).

Нарушение лексической сочетаемости нередко возникает как ассоциативная ошибка: мы искажает словосочетание, поскольку ассоциация с близким по значению словосочетанием подсказывает нам то или иное слово, оказывающееся в этом случае неуместным. Так, пишут: *За дуэль он был произведен из офицеров в солдаты* (по аналогии с выражением *произведен в офицеры*, однако в солдаты могут только *разжаловаться*). Еще пример: *В глубоком детстве он был похож на мать* (ошибочное словосочетание возникло вследствие ассоциации с выражением *в глубокой старости*, а следовало написать *в раннем детстве*).

Нарушение лексической сочетаемости часто возникает в тех случаях, когда не учитывается экспрессивная окраска слов, имеющих отрицательный оттенок, и когда они соединяются словами, обладающими положительной экспрессией. *Его неожиданно постигла слава; Новый фильм обречен на большой успех; Выпуску товаров предшествуют испытания, приводящие к крайне положительным результатам.*

Соединение в одном словосочетании слов с контрастной экспрессивной окраской порождает комизм высказывания: *закоренелый передовик, отъявленный специалист, скоростной успех, заклятый друг* и т. п. В зависимости от ограничений, регулирующих соединение слов, различают три типа сочетаемости: семантическую (от термина «семантика» – значение слова), грамматическую и лексическую.

Семантическая сочетаемость нарушена, например, в таких случаях: *К сегодняшнему часу сведений еще нет; Необходимо ускорить урегулирование кровопролития; Девичья фамилия моего отца Собакин; После гибели Ленского на дуэли Ольга женится на гусаре.*

К оценке лексической сочетаемости в экспрессивной речи нельзя подходить с обычной меркой, здесь законы «притяжения» слов друг к

другу особые. В художественных и публицистических произведениях границы лексической сочетаемости могут быть расширены. Например, замечено, что ограничения семантической сочетаемости не распространяются на переносное словоупотребление: возможны словосочетания, которые кажутся бессмысленными, если составляющие их слова понимать в буквальном значении (*закат пылает, годы летят, черные мысли*).

Нарушение лексической сочетаемости может стать действенным средством создания комического звучания речи в юмористическом контексте: *яблоко с родинкой, кипучий лентяй*. Нарушение лексической сочетаемости как яркий стилистический прием создания комического эффекта лежит в основе различных шуток, афоризмов: *Гения признали заживо; Наконец правительство добилось значительного ухудшения жизни народа*.

Если автор не стремится к достижению определенной стилистической цели, нарушение лексической сочетаемости становится речевой ошибкой. В этом отражается характерная особенность диалектической природы языка: в одном случае явление, представляющее собой отклонение от языковой нормы, оказывается действенным средством создания речевой экспрессии, в другом – свидетельством небрежности, невнимательности автора к слову. Непроизвольное нарушение лексической сочетаемости – весьма распространенная речевая ошибка.

*«Хотя в этих соревнованиях наши любимые фигуристы одержали поражение, зрители приветствуют их стоя»*, – говорит спортивный комментатор (но: *одерживают победу, терпят поражение*). Некоторые слова часто употребляются в речи в неправильных сочетаниях (*встреча созвана, беседа прочитана, усилить внимание, убедить значение, повысить кругозор* и др.).

Нарушение лексической сочетаемости может быть вызвано **контаминацией** внешне похожих словосочетаний. Например, говорят: *удовлетворяют современным потребностям*, смешивая понятия *удовлетворяют требования* и *отвечать потребностям*; *С него взыскали материальный ущерб в пользу потерпевших* (*материальный ущерб* может быть *возмещен*, *взысканы* могут быть *деньги*). Еще примеры контаминации словосочетаний: *предпринять меры* (*принять меры – предпринять шаги*); *заслужил известность* (*приобрел известность – заслужил уважение*); *неослабная помощь* (*постоянная помощь – неослабное внимание*); *не играет значения* (*не играет роли – не имеет значения*).

Одним из достоинств речи является ее логичность (или связность). Случайное нарушение логических связей в речи принято считать ошибкой. Еще Аристотель предостерегал от логических ошибок в речи. Он утверждал: «Речь должна отвечать законам логики». Неправильный

выбор слов порождает *нелогичность* высказывания: *Жидкость, не смачивающая стенки капилляра, опускается в нем на высоту*, определяемую формулой... (следовало написать: *опускается... до уровня*).

В иных случаях возникает **абсурдность** и **комизм** высказывания: *Декада узбекской кухни будет проходить пять дней* (декада – от греческого dekas (decades) – десяток – должна длиться десять дней). *Скоро у куниц появится наследство* (вместо *потомство*).

Пародийное звучание тех или иных утверждений в подобных случаях сводит на нет их информативную ценность. Одна реклама, расхваливая таблетки для тех, кто хочет похудеть, утверждает: *Фирма гарантирует уменьшение веса на сто процентов*.

Еще пример. Работая над рукописью статьи «Физкультура и здоровье», редактор находит в ней рассуждение: *Страшна не старость, а дряхлость, поэтому лучше умереть молодым и здоровым. Так думают многие*.

Абсурдность высказывания в этом случае возникла из-за того, что автор не заметил подмены понятия, употребив слово *умереть*, а следовало написать: *Хорошо бы оставаться до конца жизни молодым и здоровым* или: *Сохранить бы до глубокой старости бодрость и здоровье*.

## Тема 2. Алогизм

В числе логических ошибок, связанных с неправильным словоупотреблением, – **алогизм** – сопоставление несопоставимых понятий, например: *Речь героев Шолохова отличается от всех других героев* (следовало написать: *от речи героев других авторов*). *Надо сравнить показатели пятой таблицы с первой таблицей* (следовало: *Показатели пятой таблицы надо сравнить с показателями таблицы №1* или: *Надо сравнить показатели пятой и первой таблицы*).

*Синтаксис энциклопедических статей отличен от других научных статей*. Получается, что синтаксис сравнивается с научными статьями. Устраняя алогизм, можно написать: *Синтаксис энциклопедических статей отличается от синтаксиса других научных статей* или: *Синтаксис энциклопедических статей имеет ряд особенностей, несвойственных синтаксису других научных статей*.

Часто выявление алогизма не вызывает затруднений, стилистическая правка в этих случаях проста:

*Клюв лесного рябчика по цвету не отличается от обыкновенного рябчика.*

*Поломку в машине можно сравнить с нездоровым человеком, а слесаря – с врачом.*

*Клюв лесного рябчика по цвету не отличается от клюва обыкновенного рябчика.*

*Поломку в машине можно сравнить с заболеванием человека, а слесаря – с врачом.*



Однако иногда алогизмы не столь очевидны, и, чтобы устранить их, приходится изменять авторский текст. Например: *Наши знания о богатствах недр земли являются лишь незначительной частью скрытых, еще больших богатств.* Можно предложить такие варианты стилистической правки этой фразы: *Мы еще так мало знаем о богатейших залежах полезных ископаемых, тайну которых хранят недра земли; В недрах земли скрыты огромные богатства, о которых мы еще так мало знаем; Наши знания о полезных ископаемых еще так неполны; Мы знаем лишь о незначительной части богатств, скрытых под землей.*

Неправильный выбор слова может привести к *подмене понятия*. Например: *Плохо, когда во всех кинотеатрах города демонстрируется одно и то же название фильма.* Конечно, демонстрируется фильм, а не его название. Следовало написать: *Плохо когда во всех кинотеатрах города демонстрируется один и тот же фильм.* Или: *Нельзя показывать во всех кинотеатрах города один и тот же фильм.* *Радушные хозяева накормили нас разнообразным подбором национальных блюд.* Что же ели гости? Национальные блюда или их «разнообразный подбор»? Еще аналогичная ошибка: *Труженики фермы должны строго соблюдать схему выпойки телят.* А почему бы не написать: *Труженики фермы должны поить телят, строго придерживаясь схемы?*

Подобные ошибки в речи возникают и вследствие недостаточно четкой дифференциации понятия, например: *Приближения дня премьеры коллектив театра ждет с особым волнением* (ждут не приближения премьеры, а самой премьеры).

Неправильное словоупотребление может стать причиной **неоправданного расширения (или сужения) понятия**, возникающего вследствие смешения родовых и видовых категорий: *У нас в хозяйстве каждое животное дает по 12 кг молока* (следовало написать: *корова*, т. е. не следовало заменять видовое понятие родовым).

*В любое время суток медицина должна прийти на помощь ребенку.* Надо было написать: *В любое время суток медицина должна прийти на помощь больному* (ведь в медицинской помощи нуждаются не только дети).

Причина нелогичности высказывания нередко кроется и в **нечетком разграничении конкретных и отвлеченных понятий**, например: *Вдали – проспект с высотными домами и озеленением* (следовало: *зеленью* или: *деревьями, зелеными насаждениями*); *Конкурсы фестиваля охватывают все жанры искусства, начиная от чтецов и кончая большими полотнами художников* (следовало: *начиная с художественного чтения и кончая живописью*).

В качестве фигуры нарочитого алогизма может использоваться **зевгма**.

Например: *Шел дождь и три студента, первый – в пальто, второй – в университет, третий – в плохом настроении*. В сочетании со словом *дождь* глагол *идти* приобретает процессуальное значение, со словом *студент* – значение движения и т. д., что делает фразу каламбурным объединением ряда семантически разнородных конструкций.

К числу фигур нарочитого алогизма принадлежит и так называемый **оксюморон**, который заключается в сочетании прямо противоположных по смыслу слов с целью показать противоположность, сложность ситуации, явлений, объекта. Например: *Наступило вечное мгновение*. (А. Блок); *Нагло скромен* дикий взор! (А. Блок).

### Тема 3. Анахронизм

Неправильное словоупотребление нередко становится причиной различных фактических и логических ошибок в речи. Например: *В Ленинграде в XVIII веке было открыто несколько типографий*. Употребив здесь название города на Неве, которое было ему присвоено в годы Советской власти, автор допустил **анахронизм** – смешение событий, предметов, явлений разных эпох (следовало написать: *в Петербурге*). *В Древнем Риме недовольные законами плебеи устраивали митинги* (слово *митинг* появилось значительно позднее, причем в Англии).

А.С. Пушкин, прочитав думу К.Ф. Рылеева «Вещий Олег», пишет автору следующее: «Ты напрасно не поправил в Олеге *герба России*. Древний герб, святой Георгий, не мог находиться на щите язычника Олега, новейший, двуглавый орел есть герб византийский и принят у нас во времена Иоанна III, не прежде».

Анахронизмы объясняются небрежностью автора. Так, в очерке читаем: *Не помню имен и фамилий этих античных героев и богов, но их изваяния остались навсегда в моей памяти; С конца VI века до н.э. поток греческих туристов устремился в Египет* (следовало заменить слово *фамилия* на *имя*, а *туристов* превратить в *путешественников*).

В наше время появилось множество анахронизмов в связи с переименованием городов, улиц и даже стран: *В Сталинграде будут выборы губернатора* (какое причудливое смешение реалий – Сталинград отошел в прошлое вместе с Советским Союзом, а губернатор вернулся к нам из небытия!); *Надо ехать в Казахстан, вот тогда и заеду в Акмолинск, на мою «малую родину»* (а теперь этот город переименован: не Акмолинск, а Акмола).

## Тема 4. Эвфемизмы

Одним из средств реализации условий ситуативной уместности речи являются **эвфемизмы**.

Эвфемизмы можно определить как слово или выражение, употребляемые для непрямого, прикрытого обозначения какого-нибудь предмета или явления, назвать которое его прямым именем в данной обстановке неудобно, неприлично, не принято. Эвфемизмы – слова и выражения, смягчающие грубый смысл речи. Эвфемичность речи нередко объясняется стремлением автора притупить критическую остроту высказывания при описании негативных явлений нашей жизни. Например, в местной газете корреспондент сообщал: *Правление колхоза уделяло мало внимания охране общественной собственности*, – в то время как следовало бы признать, что *правление колхоза безответственно отнеслось к охране общественной собственности (или закрывало глаза на расхищение общественной собственности)*. Неточность речи в подобных случаях уводит читателя от истины, искажает смысл.

Рассмотрим основные функциональные типы эвфемистических наименований.

1. **Бытовые** эвфемизмы применяются для обозначения того, что в данную эпоху и в данном обществе считается неприличным: *воспользоваться платком, обойтись посредством платка* вместо *высморкаться*.

2. **Этикетные** эвфемизмы используются в тех случаях, когда говорящий избегает прямых наименований из боязни обидеть собеседника или какое-то третье лицо: *полный* вместо *толстый*, *пороха не выдумает* вместо *глупый*.

3. **Маскирующие** эвфемизмы несколько затемняют «подлинную сущность обозначаемого» (Н.С. Арапова): *позаимствовать, не вернуть, взять* вместо *украсть* (ср.: «Я не украл, я взял»). Разновидностью эвфемистических наименований этого типа являются так называемые *политические* эвфемизмы, используемые «с целью скрыть неприглядные стороны действительности». (Е.К. Павлова). Так, во время летнего кризиса 1998 года соответствующую программу одни политики именовали *антикризисной*, а другие – *стабилизационной*.

Способы образования эвфемизмов.

1. Метонимический перенос: *воспользоваться платком, обойтись посредством платка*.

2. Метафорический перенос: *уйти из жизни* вместо *умереть*.

3. Замена созвучным словом: *шут* вместо *черт* (в выражениях типа *Шут с ним!*)

4. Замена более широким по значению словом: *шлепнуть ребенка по одному месту*.

5. «Перенесение с вида на вид» (Аристотель): *позаимствовать* вместо *украсть*.

6. Замена словом или выражением, обозначающим меньшую степень качества (так называемый *мейозис*): *полный* вместо *толстый*.

7. Эллипсис: *Да Вы курьеру-то сунули? Как же, как же* (А.В.Сухово-Кобылин).

8. В качестве эвфемистической замены могут выступать книжные слова (в частности, термины и заимствования. Вот как пользуется этим приемом Остап Бендер, решив наказать Паниковского за невежливое поведение:

– Адам Казимирович, остановите на минуточку машину. Благодарю Вас. Шура, голубчик, *восстановите*, пожалуйста, *статус-кво* (ср. *вышвырни этого мерзавца*).

Балаганов не понял, что означает «статус-кво». Но он ориентировался на интонацию, с какой слова были произнесены. Гадливо улыбаясь, он принял Паниковского под мышки, вынес из машины и посадил на дорогу.

И. Ильф и Е. Петров

9. Дворянская интеллигенция первой половины XIX века как средство эвфемии широко использовала иноязычные (чаще всего французские) вставки в русский текст: Никто не плакал, слезы были бы *affectation* (притворство). Графиня была так стара, что смерть ее никого не могла поразить (А.С. Пушкин «Пиковая дама»).

10. Перечисление фактов, на основании которых адресат речи сам должен сделать определенный вывод. Эвфемическая зашифровка в этом случае опирается на *пресуппозицию* – общий для участников коммуникативного акта запас фоновых знаний: *Живет генерал Хвалынский в небольшом домике, один; супружеского счастья он в своей жизни не испытал и потому до сих пор еще считается женихом, и даже выгодным женихом. Зато ключница у него, женщина лет тридцати пяти, черноглазая, чернобровая, полная, свежая и с усами, по будничным дням ходит в накрахмаленных платьях, а по воскресеньям и кисейные рукава надевает.* (И.С.Тургенев).

Использование указанных способов непрямого обозначения предмета речи делает эвфемизм «своеобразным намеком, предлагающим читателю или собеседнику самому догадаться, о чем идет речь» (В.И. Бартон).

### Глава 3. Речевая недостаточность

Правильному и точному выражению мыслей мешает **речевая недостаточность** – пропуск слов, необходимых для передачи той или иной информации: *Достоинство Куприна в том, что ничего лишнего; Сейчас стали модными призывы не допускать на страницы печати и телевидения высказывания, способные разжечь межнациональную вражду.*

Речевая недостаточность – результат небрежности. Подобные ошибки часто возникают в устной речи, когда говорящий торопится и не следит за правильностью выражения мысли. Комические ситуации при этом возникают, если «оратор» обращается к присутствующим, пользуясь микрофоном. Так, на выставке собак можно услышать обращения к хозяевам породистых псов:

– Уважаемые участники, *разберитесь по породам* и приготовьтесь к параду!

– Товарищи участники, *тщательно оботрите морды* от слюны для облегчения осмотра зубной системы.

– Призеры, срочно явитесь для награждения. *Владельцы без намордников награждаться не будут.*

Из подобных призывов администратора следует, что все эти испытания ожидают не собак, а их владельцев, потому что именно им адресована речь. При речевой недостаточности очень часто возникает неясность; вот примеры таких ошибок, попавших в протоколы и другие деловые документы: *Гр. Калиновский А.Л. следовал по улице без номерного знака; Установить день сдачи страховых агентов в бухгалтерию до 10 числа каждого месяца; Интересующих вас лиц вышлем почтой.*

Речевая недостаточность наносит серьезный ущерб не только стилистической, но и смысловой стороне речи: в предложении нарушаются грамматические и логические связи слов, затемняется смысл.

Пропуск слова может совершенно исказить мысль и привести к абсурдности высказывания. Чего стоят, например, некоторые объявления! У кассы цирка: *Дети до пятилетнего возраста проходят в цирк на руках*; на двери рентгенкабинета: *Делаем только срочные переломы*; в учреждении: *Страховая компания приглашает вас в любой четверг для получения травмы*. Не сразу и догадаешься, что маленьких детей в цирке родители должны держать на руках, что рентгенологи могут сделать лишь срочные снимки переломов, а страховая компания готова выплатить деньги по условиям страхования от травм в любой четверг.

В результате пропуска слова нередко происходит **подмена понятия**. Например: *На выставке среди экспонатов был и филателист из*

*Омска.* Но ведь экспонировался, конечно, не сам собиратель марок, а его альбом. Или: *Больные, не посетившие амбулаторию в течение трех лет, выкладываются в архив.*

Особенно большим злом оказывается речевая недостаточность, приводящая к искажению смысла: *Необходимо обеспечит увеличение овец в стаде* (следовало использовать сочетание *поголовье овец*); *Для улучшения планирования необходимо соединить всех работников, занимающихся вопросами экономики* (следовало написать: *соединить усилия всех работников...*).

Речевую недостаточность как распространенную ошибку следует отличать от **эллипсиса** – стилистической фигуры, основанной на сознательном пропуске того или иного члена предложения для создания особой выразительности. Наиболее экспрессивны эллиптические конструкции без глагола – сказуемого: *Банки – не только для банкиров.* При эллипсисе нет необходимости восстанавливать пропущенные слова, т.к. смысл предложения ясен и введение в него уточняющих слов лишит его легкости, выразительности.

## Глава 4. Речевая избыточность

### Тема 1. Многословие. Ляпалиссиады

Точность словоупотребления помогает добиться ясности и краткости в выражении мысли, и, напротив, стилистическая беспомощность нередко приводит к **речевой избыточности** – многословию. Мы часто впадаем в этот грех, если не следим за речью. Французский ученый, философ и писатель Паскаль заметил: «Я пишу длинно, потому что у меня нет времени написать коротко». В этом парадоксальном заявлении глубокий смысл. А.М. Горький подчеркивал, что лаконизм, как и точность словоупотребления, даётся писателю нелегко: «Крайне трудно найти точные слова и поставить их так, чтобы немногим было сказано много, чтобы словам было тесно, мыслям – просторно». «Краткость – сестра таланта», – утверждал А.П. Чехов. Все это необходимо помнить тому, кто хочет совершенствовать свой слог.

Многословие проявляется в различных формах. Нередко можно наблюдать навязчивое объяснение всем известных истин: *Потребление молока является хорошей традицией, молоком питаются не только дети, потребность в молоке, привычка к молоку сохраняются до глубокой старости. Плохая ли это привычка? Надо ли отказываться от этой привычки? Нет!* Подобное **пустословие**, естественно, пресекается

редактором, рассуждения, не представляющие информативной ценности, при литературном редактировании исключаются.

Иногда проявление речевой избыточности граничит с абсурдностью: *Труп был мертв и не скрывал этого*. Такие примеры многословия называются **ляпалиссиадами**. Происхождение этого термина небезынтересно: он образован от имени французского маршала *маркиза Ля Палиса*, погибшего в 1525 году. Солдаты сочинили о нем песню, в которой были слова: *Наш командир еще за 25 минут до своей смерти был жив*. Нелепость ляпалиссиады – в утверждении самоочевидной истины.

Ляпалиссиады придают речи неуместный комизм нередко в таких ситуациях, которые возникли в результате трагических ситуаций. Например: *Поскольку ответственный редактор сборника умер, необходимо ввести в состав редколлегии нового редактора из ныне живущих; Мертвый труп лежал без движения и не проявлял признаков жизни*.

В различных текстах можно столкнуться с различными проявлениями речевой избыточности.

## Тема 2. Плеоназм

Одним из видов многословия, когда употребляются в речи близкие по смыслу и потому логически излишние слова, является **плеоназм** (от греч. *pleonasmos* – избыток, чрезмерность): *Он крепко держит в своих руках штурвал руля*. (*Штурвал* – это и есть рулевое колесо, поворотом которого управляют движением судна, самолета... следовательно, слово *руль* лишнее); *Эта девочка оставила о себе очень прекрасное впечатление* (прилагательное, обозначающее признак в его предельно сильном и предельно слабом проявлении, не нуждаются в уточнении степени признака).

Плеоназмы возникают при употреблении ненужных определений (*главная суть, ценные сокровища, повседневная обыденность, темный мрак*), лишних обстоятельств (*вернулся обратно, предчувствовать заранее, упал вниз*), а также в результате неоправданного нанизывания синонимов (*закончить, завершить, выполнить задание, мужественный и смелый, так например*). Зачем объяснять вещи, которые и без того понятны: *Ваня и Петя вдвоем вместе пели одну песню; Он говорил, жестикуюлируя руками*.

Наличие плеоназмов в тексте принято рассматривать как речевой недостаток, неумение выразить мысль точно и лаконично. Действительно, когда мы говорим *в апреле*, зачем добавлять *месяце*? Когда говорим *1500 рублей*, то нужно ли разяснять *денег* или *денежных средств*? Однако следует иметь в виду, что иногда автор сознательно использует

плеонастические сочетания как средство выделения той или иной мысли. В таком случае плеоназм рассматривается как стилистический прием усиления действенности речи и может быть оправдан в контексте (например, плеоназм в поэтическом тексте):

Гори, гори, державная  
Кремлевская звезда,  
Сверкай на стягах, славная,  
*Навеки, навсегда!*  
(А. Прокофьев)

В условиях определенного стиля речи, постоянной контекстно-логической сочетаемости, например в официальных текстах, плеоназм может приобрести форму устойчивого, фразеологически связанного словосочетания: *целиком и полностью признать право народа на...* Подобные устойчивые обороты речи не противостоят повторам типа *сильно-пресильно, крепко-накрепко*, выполняють ту же экспрессивно-усилительную функцию, хотя и применительно к другому стилю речи. Их употребление не следует относить к числу нарушений стилистической нормы литературной речи.

С таким конструктивным применением плеоназма, конечно, ничего общего не имеет речевая избыточность в предложениях: *Загрязнение атмосферного воздуха – животрепещущая и актуальная проблема нашего современного века; Эта бригада по своему количественному составу еще малочисленна, но о ней отзываются лестно и хорошо.*

### Тема 3. Тавтология. Скрытая тавтология

Другая разновидность речевой избыточности – **тавтология** (от греч. *tauto* – то же самое, *logos* – слово) – повторения однокоренных слов или одинаковых морфем. Тавтологическими ошибками «пестрят» не только сочинения учеников, но и газеты и журналы.

Речевую избыточность порождает соединение иноязычного слова с русским, дублирующим его значение (*памятные сувениры, необычный феномен, биография жизни, народный фольклор, демобилизовался из армии, своя автобиография*). В таких случаях говорят о **скрытой тавтологии**, т.к. русское слово повторяет значение заимствованного. Например, *сувенир* – французское слово, означающее «подарок на память», «вещь, связанная с воспоминаниями», и к нему еще добавляют *памятный; биография* – греческое слово, означающее «жизнеописание», *автобиография* – «жизнеописание какого-нибудь лица, составленное им самим», поэтому уточняющие слова при них неуместны.



Тавтология создает ненужное «топтанье на месте» и отрицательно сказывается не только на стиле изложения, но и на содержании речи: *Истец доказывает свои требования бездоказательными доказательствами.*

Однако тавтологию не всегда следует рассматривать как стилистическую ошибку. Однокоренные слова могут быть единственными носителями соответствующих значений, и тогда близкое соседство их допустимо. (*Закрой плотнее крышку. Расцвели белые цветы. Варить варенье.*) Если родственные слова употребляются как термины, приходится мириться с неизбежной в таких случаях тавтологией (*академик Академии наук; тренирует заслуженный тренер*). Из других, вначале избыточных, словосочетаний, закрепились в речи: *реальная действительность, экспонаты выставки, букинистическая книга, монументальный памятник*. В них определения перестали быть простым повторением основного признака, заключенного в существительном.

Не только скрытую, но и явную тавтологию порой приходится признать допустимой, потому что в речи могут столкнуться однокоренные слова, которые не имеют синонимов: *словарь иностранных слов, бригадир первой бригады, загадать загадку, постелить постель* и т. д.

Нельзя забывать о том, что тавтология может стать стилистическим приемом, усиливающим действенность речи. Экспрессивные тавтологические сочетания закрепились в языке как фразеологизмы (*горе горькое, пропади пропадом, ходить ходуном, есть поедом, сослужить службу, всякая всячина*).

Избежать повторения слов помогают синонимы и введение в текст местоимений. Например: *Были получены результаты, близкие к результатам, полученным на модели корабля. Полученные результаты показали...* Можно исправить так: *Были получены результаты, близкие к тем, которые дало испытание модели корабля. Это свидетельствует о том, что...*

# ПРАКТИКУМ

## ЛЕКСИЧЕСКАЯ СОЧЕТАЕМОСТЬ

### Задание 1

*Объедините в словосочетания слова из левой и правой колонки, учитывая особенности их лексической сочетаемости. Укажите возможные варианты.*

- |  |  |
|--|--|
| ♦ античный, классический                                       | ♦ расширить, увеличить, повысить           |
| ♦ врожденный, прирожденный                                     | ♦ мифология, языки                         |
| ♦ гостеприимный, радушный, хлебосольный                        | ♦ талант, ум                               |
| ♦ губительный, пагубный  | ♦ приём, хозяин, человек                   |
| ♦ единый, один   | ♦ влияние, действие                        |
| ♦ длинный, длительный, долгий, долговременный, продолжительный | ♦ миг, момент                              |
| ♦ выдвинуть, высказать, исправить, устранить                   | ♦ воздействие, период, путь, сборы, кредит |
| ♦ найти, обрести   | ♦ гипотеза, догадка, недостатки, ошибки    |
| ♦ наложить, оставить   | ♦ опора, поддержка                         |
| ♦ обнаружить, открыть  | ♦ отпечаток, след                          |
| ♦ предвещать, предсказывать                                    | ♦ закон, закономерность                    |
|  | ♦ поражение, успех                         |
|  | ♦ возможности, потенциал                   |

### Задание 2

*Укажите слова, употребление которых приводит к нарушению лексической сочетаемости. Исправьте речевые ошибки.*

1. Эта выставка обогатит наш кругозор. 2. Наши фермеры завоевали мировой рекорд по настигу шерсти от тонкорунной овцы. 3. После исправления такого рода ошибок приступают к устранению менее грубых, но, однако, тоже важных. 4. Учащиеся работали в своем экспериментальном участке как самые отъявленные специалисты. 5. Хороший руководитель должен во всем показывать образец своим подчиненным. 6. Их сильная, закаленная в жизненных испытаниях дружба многими была замечена. 7. Повышение белковитости зерна ставит перед исследователями большие трудности. 8. Большое внимание будет оказано благоустройству города. 9. Книжная ярмарка гостеприимно приглашает издателей и авторов посетить павильоны. 10. В деревне полными темпами идет уборка урожая.

### Задание 3

*Укажите речевые ошибки, отредактируйте предложения.*

1. Я прошу вас рассказать о новых процессах, которые происходят в сельском хозяйстве республики, и осветить, какие возможности заложены в его перестройке. 2. Лектории выполняют большую роль. 3. Он еще в глубокой юности начал писать песни, и вот только теперь на его убеленную сединами голову обрушилась слава. 4. Склад закрывается на санитарный день ввиду прихода тараканов. 5. В эти годы наблюдается буйный рост нашей кинематографии. 6. Иванов давно работает на этом трудном участке, и неплохо работает. 7. Он установил столько мировых рекордов, что их помнят только отъявленные любители спортивной статистики. 8. Новогодний вечер сопровождает вокально-инструментальный ансамбль. 9. Запрещено размещать хозяйственные и промышленные мусорные свалки. 10. Продается пожилой дом.

#### **Задание 4**

**Укажите лексические ошибки в следующих предложениях, при этом особо выделите случаи нарушения семантической и грамматической сочетаемости. Отредактируйте предложения.**

1. Молодая березовая дубрава зеленела за околицей. 2. Дети произносят стихотворение, стоя врассыпную. 3. В кинотеатрах идет фильм «Возвращение черного блондина». 4. Ресторан наполнился веселым гомоном, надрывно рыдала гитара, стонал барабан. 5. От усталости мое тело подкашивалось на ногах. 6. Рекорды продолжают. 7. В автобусе было так тесно, что кто-то предложил: «Станьте плашмя, тогда свободнее будет!». 8. Большинство времени проходит бесплодно. 9. Учитель предложил нам написать контрольную работу устно. 10. Незнакомец сел на коня и поехал пешком.

#### **Задание 5**

**Оцените нарушения лексической (а в особых случаях и семантической, грамматической) сочетаемости в следующих предложениях, взятых из юмористических текстов, опубликованных в газетах.**

1. Лавры первооткрывателей нам не грозят. 2. Его первая попытка достичь Северного полюса увенчалась неудачей. 3. Он был назначен директором по собственному желанию. 4. Старая муха самоотверженно билась башкой о стекло. 5. Не будем умалчивать о вопиющих достижениях самодеятельных артистов. 6. Новое платье короля ознаменовало переход от вечерних платьев к заочным. 7. Крыша небкренъ встала, конечно, не у всех. 8. Новый фильм обречен на большой успех у самых широких кругов публики. 9. За много лет я ко всему привык и не таюсь, а горжусь своей нержавеющей молодостью. 10. В краеведческом музее появились новые таблички: «Экспонаты руками не трогать. И ногами – тоже».

#### **Задание 6**

**В примерах, взятых из ученических сочинений, укажите нарушение лексической сочетаемости и попробуйте исправить эти стилистические ошибки.**

1. Долохова за его бесшабашность произвели в солдаты. 2. Старое, умирающее страстно сопротивлялось новому. 3. В какие бы безысходные положения он ни попадал, он всегда найдет выход. 4. Бородинская битва вскрыла то лучшее, что было в князе Андрее. 5. Из глаз Сони беззвучно текли слезы. 6. Уж топтался на одном месте: он не мог взлететь. 7. Вместе с духовным ростом у Павла и Ниловны растет их речь. 8. Литературно-критические статьи Белинского трепещут политическими статьями. 9. На Раскольникову в щелку смотрели маленькие глазки и совсем седые волосы. 10. Любимые герои Толстого далеко не идеальные, они впадают в свои кризисы. 11. Слава тому солдату, который схоронил свое тело на поле боя. 12. После гибели Ленского на дуэли Ольга женится на гусаре.

#### **Задание 7**

**Отметьте номера предложений, в которых нарушены нормы лексической сочетаемости.**

1. Не знаю до сих пор, каковы перспективы моего поступления в этот вуз. 2. За рубежом в семье среднего достатка на каждого человека приходится более сорока квадратных метров жилой площади. 3. Большое значение в ходе подготовки к этой важной встрече тренер уделял психологическому настрою футболистов. 4. Обоз с аксессуарами еще не прибыл, и солдаты были одеты кое-как. 5. Постоялец отеля истошно объяснял, что этот номер его не устраивает, и требовал предоставить ему другой.

### **Задание 8**

**Отметьте номера предложений, где нарушены нормы лексической сочетаемости.**

1. Власти города проявили самую деятельную активность при решении вопроса о выводе вредных предприятий за черту города. 2. В приемной комиссии мы получили все необходимые сведения. 3. Чтобы вести борьбу с террористами, нужны не войска, а широкая сеть агентур по всей стране. 4. Наследная принцесса, которая должна узурпировать власть после своего отца, учится в университете, увлечена французской литературой и совсем не жаждет получить бразды правления в свои руки. 5. Московское правительство оправдало надежды, которые мы возлагали на него.

### **Задание 9**

**Отметьте номера предложений, где нарушены нормы лексической сочетаемости.**

1. Уже принято решение о судьбе этого уникального музея. 2. Нас обещали взять летом в археологическую экспедицию, и мы уже начали готовиться к ней. 3. Он был благодарен университету за то, что унес оттуда главное – умение мыслить самостоятельно, понимать главную суть проблемы, вести наблюдения и выводы. 4. На собрании акционеров Никитин был избран единогласно, и только когда он узурпировал бразды правления в свои руки, дела компании пошли на лад. 5. Утром команда из восьми человек, которая следит за состоянием кремлевских башенных часов, приступает к своим обычным обязанностям.

### **Задание 10**

**Отметьте номера предложений, где нарушены нормы лексической сочетаемости.**

1. В последние годы уровень безработицы в нашем регионе значительно ухудшился. 2. Шестеро претендентов на этот пост уже включились в предвыборную кампанию. 3. На экономическом факультете на шестьдесят мест претендует более трехсот абитуриентов. 4. Неизвестность была утолена: он получил письмо, в котором содержались ответы на все вопросы. 5. В стихотворении «Дума» Лермонотов пишет об обреченности своего поколения.

### **Задание 11**

**Отметьте номера предложений, где нарушены нормы лексической сочетаемости.**

1. В первые же дни войны была объявлена тотальная мобилизация. 2. Все газеты сейчас уделяют большое внимание реформам в области образования. 3. Цены на все растут, а студенческие стипендии, несмотря на имеющиеся у государства возможности, не улучшаются. 4. Полученное от дядюшки солидное наследство дало возможность Верещагину продолжить обучение в Италии. 5. За последние двадцать лет коренные изменения произошли во всех сферах науки.

## **РЕЧЕВАЯ ИЗБЫТОЧНОСТЬ**

### **Задание 1**

**Выявите различные формы речевой избыточности.**

1. Руководители настроены на деловой настрой. 2. Он крепко держит в своих руках штурвал руля. 3. Активисты активно участвуют в работе с молодежью. 4. Зда-

ние будут украшать витражи из цветного литого стекла. 5. Побывали мы и памятника-монумента. Он поразил нас величиной и своим величием. 6. В текущем году цветение будет протекать на этих побегах цветов. 7. Сверх плана в истекшем квартале было сдано торгующими организациями много сверхплановой продукции. 8. Как и следовало ожидать, все разъяснилось на следующий же день. 9. В следующем году нам предстоит большая работа по разработке годового плана предстоящей работы. 10. Быстрое развитие города историки объясняют тем, что здесь сходились перепутья важных торговых путей.

### **Задание 2**

**Укажите разные виды речевой избыточности. Отредактируйте предложения.**

1. Следует иметь в виду, что частицы пыли, имеющие острые грани, при ударах о волокна разрушают ткань. 2. Наряду с достижениями был отмечен ряд недостатков. 3. Свои требования истец обосновывает необоснованными основаниями, основанными только на предложениях. 4. Комплекс нерешенных проблем надо решать комплексно. 5. В ледяной холод и стужу Павел работает на этой стройке узкоколейки. 6. «Слово о полку Игореве» призывало русских князей объединиться воедино. 7. Наружная внешность героини достаточно привлекательная. 8. В дороге Гринева и Савельича застал снежный буран. 9. Караван двигался по песчаным барханам к оазису. 10. В огне пожара 1812 года погибли все деревянные сооружения монастыря, обгорели и каменные сооружения. 11. Больной был немедленно госпитализирован в больницу. 12. До сих пор неизвестно, кто же творец этого уникального творения. 13. Между человеком и природой уже не существует существенной разницы. 14. Французский император просчитался, рассчитывая на быструю победу.

### **Задание 3**

**Укажите речевые ошибки (повторение слов, тавтология явная и скрытая, плеоназм) в следующих предложениях. Отредактируйте их.**

1. Правительство в это трудное и нелегкое время должно представлять единый монолит. 2. Излучение радиоактивных лучей опасно для жизни. 3. На Камчатке много горячих гейзеров. 4. Бывает и так, что в ответ на критику вы получаете обратный бумеранг. 5. Сегодня у нас в гостях гость из Акмолинска. 6. Минувшей осенью в прошлом году никому не известный пловец из Голландии завоевал первенство, опередив сильнейших асов водной дорожки. 7. Все было продумано до самых мельчайших подробностей. 8. Мною обнаружен повесившийся труп мертвого человека. 9. Макет, который так старательно клеили ребята, Вадим топтал ногами. 10. Ваня и Петя вдвоем вместе пели одну песню. 11. Появление пьес А.Н. Островского явилось огромным событием в истории нашего театра.

### **Задание 4**

**Укажите речевые ошибки. Отредактируйте предложения, устранив плеоназм и тавтологию.**

1. Он сидел, облокотившись локтями о стол. 2. Пологий берег реки зарос густыми зарослями. 3. На горизонте появились ледяные айсберги. 4. Наша передача посвящена творчеству ветеранов технического творчества. 5. Игорь демобилизовался из армии и пришел к нам на завод. Слесарное дело он начал постигать с самых начальных азов. 6. Жители города Калинова живут однообразной, безрадостной жизнью... Катерина заранее предчувствует свою гибель... Она не может возвратиться обратно в дом Кабановых и лучше предпочитает гибель повседневной обыденности безрадостной и тоскливой жизни, в которой бесполезно пропадают все благо-

родные порывы ее возвышенной души. 7. Когда люди сотрудничают и вместе работают, они должны взаимно уважать друг друга, быть взаимно внимательными, предупредительными, чуткими. 8. Лично я считаю, что те выступающие, которые будут выступать, будут говорить о деле. 9. Мы вновь возобновили переписку с зарубежными партнерами. 10. В этот вечер я не успел закончить до конца эту работу.

#### **Задание 5**

**Какие из приведенных ниже словосочетаний закрепились в языке и стали допустимыми, а какие воспринимаются как избыточные и не соответствующие языковой норме?**

Информационное сообщение, ландшафт местности, вечерняя серенада, травматическое повреждение, хронометраж времени, патриот своей родины, экспонаты выставки, народный фольклор, свободная вакансия, преЙскурант цен, автобиография жизни, монументальный памятник, мизерные мелочи, коллега по работе, ведущий лидер, внутренний интерьер, движущий лейтмотив, необычайный феномен, период времени, огромная махина, прогрессировать вперед, мемориал памяти, странный парадокс, демобилизоваться из армии, главная суть, первое боевое крещение.

#### **Задание 6**

**Исправьте предложения, в которых употреблены плеоназмы или плеонастические сочетания.**

1. Участок берега нуждается в его закреплении. 2. На территории около земляных валов высаживают плодовые деревья. 3. Работает где-то около 80 человек. 4. Опрыскивание растений во время цветения способствовало более скорейшему созреванию луковиц. 5. Было это где-то в конце июля месяца. 6. На полях кипит горячая работа. 7. На площади собралось тысяч пять человек народа. 8. Мы заранее предвидели все трудности похода и хорошо подготовились. 9. Библиотекарь упрекнул его в том, что он долго не возвращал обратно книгу. 10. Вы услышите несколько, может быть, даже больше песен этого композитора.

#### **Задание 7**

**Найдите в предложениях тавтологию и плеоназм. Исправьте речевые ошибки.**

1. Выехать нам не удалось, потому что начался проливной ливень. 2. У него сразу вспотели ладони рук. 3. Следует сначала посоветоваться с коллегами по работе. 4. ПреЙскурант цен вывешен на витрине. 5. Работа была выполнена небрежно и неряшливо. 6. В прошлом году они окончили университет и получили высшее образование. 7. В киосках нашего города можно купить памятные сувениры и подарки. 8. Мы его видели и в сбоку, и в профиль. 9. Старые методы руководства были признаны неправильными и ошибочными. 10. Обмен имеющимся опытом был очень полезен. 11. Студенты активно готовятся к зимней сессии, к экзаменам. 12. Отчет о проделанной работе следует подготовить к марту месяцу.

## **РЕЧЕВАЯ НЕДОСТАТОЧНОСТЬ**

#### **Задание 1**

**Обратите внимание на речевую недостаточность. Исправьте предложения.**

1. Заканчиваем передачу погодой. 2. Родители стали больше следить за сыном, чаще ходят в школу – за вторую четверть поведение улучшилось, но следить за

мальчиком нужно систематически и контролировать все время. 3. Телевидение должно не только следовать за вкусами, оно должно эти вкусы воспитывать. 4. Выставка юных художников имела такой успех потому, что Иванова Н.Н. на уроках рисования сумела воспитать прекрасное в своих учениках. 5. За ошибки и недостатки руководитель предприятия заслуживает взыскания. 6. Достаточно нескольких часов, чтобы на ручной вязальной машине одеть в теплые варежки всю семью. 7. Касса получает за товары ясельного возраста. 8. Творчество Маяковского волнует читателей на самых различных языках. 9. Студент Белов занял первое место по английскому языку. 10. Объем чистой продукции может и обычно выражается в денежном измерении. 11. Центр «Русская книга» объявляет конкурс на лучшую аннотацию к любой книге из нашего ассортимента. Лучшие будут приглашены к сотрудничеству в газете.

### **Задание 2**

#### ***Исправьте предложения.***

1. Потерялся старый водолаз. 2. Особенно раскрывается образ Павла на суде. 3. Марат встал пораньше, вычесал Джульбарса, надел новый ошейник и повел в военкомат. 4. Однажды в эту комнату втолкнули Дефоржа. Но он не растерялся, вложил в ухо пистолет и выстрелил. Медведь упал. 5. Маша присматривалась к обстановке на заводе, к голосу рабочих. 6. Подходя к пруду, мы увидели торчащие из воды головы и крик детворы. 7. Упал с забора в травматическое отделение. 8. Борьба с гриппом – очень важное мероприятие, сокращающее здоровье работников фирмы. 9. Для домашних насекомых в магазине ничего нет. 10. На выставке среди экспонатов был и филателист из Омска. 11. Я уже чувствую после болезни хорошо. 12. На уроках ребята хорошо ведут.

### **Задание 3**

#### ***Отредактируйте предложения.***

1. Из этой книги я узнал, что Юрий Гагарин начал вынашивать мечту о космосе еще с саратовского клуба ДОСААФ. 2. Страховая компания приглашает вас в любой четверг для получения травмы. 3. Сдается квартира с ребенком. 4. Восемидесятилетняя слепая старушка ходит в сарай по проволоке. 5. Дети до пятилетнего возраста проходят в цирк на руках. 6. В кабинете литературы висят великие писатели. 7. Студенты, прошедшие давление и сварку, могут записаться на обработку резанием. 8. Женщине присудили 50 % мужа. 9. Больные, не посетившие лабораторию в течение трех лет, выкладываются в архив. 10. Доставка груза производится вертолетом по бездорожью. 11. Сравните показатели первой таблицы с таблицей седьмой. 12. Наши дворники обязаны были посыпать песком тротуары, мосты и другие, что в их ведении.

### **Задание 4**

***Проанализируйте причины абсурдности и неуместного юмора высказывания. Назовите логические ошибки, возникающие в предложениях в результате речевой недостаточности, исправьте их.***

1. Прошу прописать меня без права жилья. Обещаю не жить. 2. В первый месяц жизни дети ходят гулять только на руках. 3. В помещении проходной фабрики санэпидемстанция будет готовить отравленную приманку для населения. 4. Рабочих, которые делают брак, мы вывешиваем на наглядную агитацию, и они висят как черное пятно целый месяц. 5. Клиентов в одежде не обслуживаем. 6. Русский народ

свято хранит своих полководцев. 7. На кондитерскую фабрику требуется двое рабочих: один для начинки, другой для обертки. 8. Зоотехникам и ветработникам провести обрезку копыт и обезроживание. 9. Делаем только срочные переломы.

### **Задание 5**

*Прочитайте шутки, каламбуры; укажите причины словесной игры в каждом случае.*

1. Дети – цветы жизни, не давайте им, однако, распускаться. 2. Весна хоть кого с ума сведет: лед – и тот тронулся. 3. Труднее всего провести время. 4. Мыльные пузыри всегда жалуются, что их надувают. 5. Любил студентов засыпать он, видно, оттого, что не любили засыпать на лекциях его. (Марш.) 6. Народ был, народ есть, народ будет есть. 7. Перья у писателя были, ему не хватало крыльев. 8. Но свою неправую правую не сменю на правую левую. (Выс. «Песня про прыгуна в высоту») 9. Одно, брат, дело – огурцов посол. Другое – если ты посол. (Козл.) 10. Взять жену без состояния я в состоянии, но входить в долги из-за ее тряпок я не в состоянии. (П.) 11. На костре – лучшие люди села. 12. На площадке перед школой разбитые цветники. Это дело рук наших ребят. 13. Мы все наметили посетить городской музей и вынести из него все самое ценное, все самое интересное.



# СПРАВОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

## 1. ТРУДНЫЕ СЛУЧАИ УПРАВЛЕНИЯ

альтернатива чему  
аннотация чего, на что  
благодаря кому, чему  
вопреки чему  
дисгармонировать с чем  
дискутировать о чем, что  
жажда, жаждать чего  
избегать кого, чего  
неверие во что  
обижаться на кого, что  
оскорбиться чем  
пренебречь кем, чем  
преобладать над чем  
претендовать на что  
приемлемый для кого, чего  
пример чего, чему  
разочароваться в ком, чем  
талант к чему  
тенденция чего, к чему

---

аллергия на что-либо, иммунитет к чему-либо  
беспокоиться о ком-либо, тревожиться за кого-либо  
директор чего-либо, заведующий чем-либо  
жалоба на кого-либо, характеристика кого-либо  
исходить из чего-либо, отталкиваться от чего-либо  
касаться кого-либо, относиться к кому-либо  
обращать внимание на что-либо, на кого-либо, уделять внимание кому-либо,  
чему-либо  
оплатить что-либо  
заплатить за что-либо  
отчитаться в чем-либо,  
сделать отчет о чем-либо  
отзыв о чем-либо,  
рецензия на что-либо  
превосходство над кем-либо,  
преимущество перед кем-либо  
препятствовать чему-либо,  
тормозить что-либо  
рассказать о чем-либо,  
указать на что-либо  
постановить что-либо  
руководить кем-либо  
курулировать кого-либо  
свойственный кому-либо

характерный для кого-либо  
точка зрения на что-либо  
высказывание по чему-либо  
уверенность в чем-либо  
вера во что-либо  
удивляться чему-либо (удивлен чем-либо)  
упрекать в чем-либо  
порицать за что-либо

## 2. КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ПАРОНИМОВ

Абонемент – документ, предоставляющий право на какое-либо обслуживание

Абонент – тот, кто пользуется абонементом, а также клиент коммунальных служб

Адресат – лицо или организация, кому адресовано почтовое отправление (получатель)

Адресант – лицо или организация, посылающие почтовое отправление (отправитель)

Анекдотический – присущий анекдоту, основанный на анекдоте (анекдотический рассказ)

Анекдотичный – смехотворный, нелепый (анекдотичный случай)

Артистический – относящийся к артисту

Артистичный – отличающийся артистизмом

Архаический – свойственный старине (архаический взгляд)

Архаичный – вышедший из употребления, не соответствующий новым взглядам, правилам (архаичное употребление)

Болотистый – изобилующий болотами

Болотный – относящийся к болоту

Будний – не праздничный (будний день)

Будничный – прозаичный, однообразный (будничная работа)

Воинственный – отличающийся воинским духом, а также направленный к войне

Воинствующий – ведущий активную борьбу с чем-то

Воспитательный – относящийся к воспитанию (воспитательная система)

Воспитательский – относящийся к воспитателю (воспитательская комната)

Вдохнуть – втянуть внутрь при вдохе

Вздохнуть – испустить вздох

Враждебный – полный вражды

Вражеский – неприятельский

Всякий – каждый (всякая минута)

Всяческий – самый разнообразный (всяческие поиски)

Выборный – относящийся к выборам, избираемый голосованием (выборная должность)

Выборочный – частичный (выборочная проверка)

Гарантийный – относящийся к гарантии

Гарантированный – обусловленный законом, а также обеспеченный

Гармонический – относящийся к гармонии (гармонический ряд)

Гармоничный – стройный, согласованный (гармоничная личность)

Гигиеничный – удовлетворяющий требованиям гигиены (гигиеничная обстановка)

Гигиенический – основанный на гигиене (гигиенические нормы)

Главный – самый важный

Заглавный – относящийся к заглавию

Гуманистический – относящийся к гуманизму как мировоззрению

Гуманный – проникнутый любовью к человеку

Двигатель – машина, которая приводит в движение, сила (электрический двигатель)

Движитель (устаревшее слово) – то, что приводит в движение, способствует ему (движитель общества, прогресса)

Деловитый – толковый, умелый

Деловой – связанный с делом, а также отведенный для дел и практически полезный

Демократический – относящийся к демократии, демократу (демократический лагерь)

Демократичный – характерный для демократии, демократа (демократичный поступок)

Дефектный – имеющий дефект

Дефективный – ненормальный

Динамический – относящийся к динамике, движению (динамическая теория)

Динамичный – обладающий большой внутренней энергией (динамичный темп)

Дипломатический – относящийся к дипломатии, дипломату (дипломатический пост)

Дипломатичный – тонко рассчитанный, уклончивый (дипломатичное поведение).

Дипломник – защищающий диплом

Дипломант – лауреат конкурса

Длинный – имеющий большую длину (длинный доклад)

Длительный – долговременный (длительный отпуск)

Добровольный – совершаемый без принуждения (добровольный труд)  
Добровольческий – относящийся к добровольцу (добровольческая инициатива, добровольческая армия)

Договор – письменное или устное соглашение, условие о взаимных обязательствах (договор на поставку леса)

Договоренность – соглашение, достигнутое путем переговоров (договоренность о работе на дому)

Драматический – относящийся к драме (драматический кружок)

Драматичный – выражающий сильные чувства, полный драматизма (драматичная ситуация)

Дружеский – относящийся к другу, друзьям (дружеская встреча)

Дружественный – основанный на дружбе (дружественная страна)

Жалостный – выражающий скорбь, тоску, страдание; жалобный, печальный (жалостный голос)

Жалостливый – склонный к жалости, сочувствию; сердобольный, трогательный (жалостливые слова, люди)

Запасный – имеющийся в качестве запаса (запасный выход)

Запасливый – умеющий запасаться (запасливый человек)

Здравица – заздравный тост, краткая речь с пожеланиями здоровья

Здравница – учреждение, оборудованное для лечения и отдыха

Злой – исполненный чувства вражды (злой человек)

Злостный – имеющий дурную цель, преднамеренный (злостный неплательщик)

Значение – смысл, содержание (значение слова)

Значимость – наличие смысла (значимость сказанного)

Искусный – мастерский

Искусственный – неестественный, фальшивый

Исполнительный – старательный, имеющий своей целью осуществление чего-либо (исполнительный работник)

Исполнительский – относящийся к исполнителю (исполнительское мастерство)

Истина – правда, действительное положение дел (стремление к истине)

Истинность – соответствие истине (истинность выдвинутых положений)

Историчный – проникнутый историзмом (историчный материал)

Исторический – относящийся к истории (исторический факультет)

Командированный – лицо, находящееся в командировке (командированный специалист)

Командировочный – относящийся к командированному (командировочные расходы)

Комический – относящийся к комедии (комический персонаж)  
Комичный – забавный (комичный вид)

Критический – относящийся к критике (критическая статья)  
Критичный – обладающий способностью к критике (критичный подход)

Логический – относящийся к логике (логическое мышление)  
Логичный – правильный, разумный, последовательный (логичное рассуждение)

Мелкий – небольшой, малозначительный (мелкая река)  
Мелочный – придающий чрезмерное значение мелочам (мелочная опека)

Методический – относящийся к методике (методическая конференция)  
Методичный – точно следующий плану (методичная работа)

Надеть – что-либо на себя (надел пальто)  
Одеть – кого-либо во что-либо (мама одела дочку)

Невежа – грубиян  
Невежда – неуч

Ненавистнический – проникнутый ненавистью (ненавистнические действия)  
Ненавистный – вызывающий ненависть (ненавистный враг)

Нестерпимый – такой, который невозможно стерпеть, невыносимый (нестерпимый холод)  
Нетерпимый – недопустимый (нетерпимое отношение)

Обеднеть – стать бедным (обеднеть в результате инфляции)  
Обеднить – сделать бедным (обеднить жизнь)

Обосновать – подкрепить доказательствами (обосновать позицию)  
Основать – положить начало чему-либо, а также построить на основе чего-либо (основать школу)

Опасный – связанный с опасностью (опасный мост)  
Опасливый – действующий осторожно (опасливый человек)

Описка – случайная ошибка при письме (досадная описка)  
Отписка – ответ, не затрагивающий существа дела (дерзкая отписка)

Органический – относящийся к растительному или животному миру (органическое вещество)  
Органичный – неразрывно связанный, закономерный (органичная целостность)

Освоить – научиться пользоваться чем-либо, включить в круг своей деятельности (освоить выпуск новой продукции)  
Усвоить – сделать привычным; понять, запомнить (усвоить прочитанное)

Осложнить – сделать более трудным (осложнить свою жизнь).  
Усложнить – сделать более сложным или слишком сложным (усложнить задачу)

Осуждение – выражение неодобрения, вынесение приговора (осуждение преступника)  
Обсуждение – всестороннее рассмотрение (обсуждение проблемы)

Отборный – отобранный как лучший (отборные овощи)  
Отборочный – служащий для отбора

Ответный – являющийся ответом (ответная реакция)  
Ответственный – несущий ответственность, важный (ответственный работник)

Отчетный – относящийся к отчету (отчетный период)  
Отчетливый – хорошо различимый (отчетливый звук)

Подстриженный – с укороченными волосами (хорошо подстриженный ребенок)  
Постриженный – прошедший обряд пострижения в монахи

Политический – относящийся к политике (политический деятель)  
Политичный – действующий дипломатично, осторожно (политичный намек)

Понятливый – быстро понимающий (понятливый человек)  
Понятный – ясный (понятная причина)

Представительный – производящий выгодное впечатление (представительная наружность)  
Представительский – выборный (представительный орган); относящийся к представительству, представителю (представительские расходы)

Представление – вручение для ознакомления, выдвижение для поощрения (представление характеристики)  
Предоставление – выделение чего-то в чье-то распоряжение (предоставление кредита)

Приметливый – способный примечать (приметливый критик)  
Приметный – заметный (приметное неудовольствие)

Пыльный – покрытый, пропитанный пылью (пыльная дорога)  
Пылевой – относящийся к пыли, в виде пыли (пылевая буря)

Реалистический – следующий реализму (реалистическая живопись)  
Реалистичный – соответствующий действительности, вполне практический (реалистичная цель)

Скрытый – тайный, невидимый (скрытая угроза)  
Скрытный – неоткровенный (скрытный человек)

Статус – правовое положение (статус независимых государств)

Статут – устав, положение о правах и обязанностях каких-л. лиц или органов (статут ООН)

Тактичный – обладающий тактом (тактичный поступок)

Тактический – относящийся к тактике (тактическая задача)

Терпимость – способность мириться с кем-л., чём-л., относиться снисходительно; терпимое отношение. Например: Терпимость к чужим обычаям; дом терпимости (публичный дом)

Терпеливость – свойство по значению прил. терпеливый, то есть обладающий терпением, способный с терпением переносить, сносить что-л. Например: Терпеливость русских людей в перенесении лишений; главное для археолога – терпеливость в работе

Технический – относящийся к технике (технический прогресс)

Техничней – обладающий высоким мастерством (техничней актер)

Удачливый – счастливый; тот, кому везет (удачливый исследователь)

Удачный – успешный (удачный день)

Фактический – соответствующий фактам (фактическое положение дел)

Фактичный – содержащий много фактов (фактичный доклад)

Хозяйский – относящийся к хозяину; такой, как у хорошего хозяина (хозяйская заинтересованность)

Хозяйственный – занятый хозяйством, связанный с хозяйством (хозяйственные вопросы)

Элитный – отборные экземпляры, сорта растений, животных, получаемые путем селекции (элитная пшеница)

Элитарный – лучший представитель общества или какой-либо его части

Экономический – относящийся к экономике (экономический кризис – то же, что кризис в экономике)

Экономичный – не требующий больших затрат, позволяющий экономить (экономичный тариф)

Эффектный – производящий эффект (эффектное платье)

Эффективный – действенный (эффективное слушание)

Явный – очевидный, нескрываемый (явное превосходство)

Явственный – отчетливый, хорошо различимый (явственный шепот)

### **3. СЛОВАРЬ-МИНИМУМ**

#### **СОВРЕМЕННЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ**

Авторитарный – 1) основанный на неограниченной личной власти; 2) требующий беспрекословного подчинения

Акциз – косвенный налог на товары массового потребления, включаемый в цену товара или плату за услуги

Альтернатива – 1) противоположность двух или нескольких вариантов, каждый из которых исключает другой; 2) вариант, противоположный другому

Амбиция – чрезмерное самомнение, самолюбие  
Аномалия – отклонение от общей нормы, закономерности  
Апокалипсис – 1) последняя книга Нового Завета, содержащая пророчества о гибели мира; 2) мировая катастрофа, бедствие, угрожающее человечеству гибелью  
Аудит – проводимая специалистами независимая экспертиза финансовой отчетности предприятий  
Аудитор – ревизор, осуществляющий проверку финансовой отчетности предприятий  
Аура – 1) совокупность энергетических излучений человека; 2) психологический климат в какой-либо группе людей  
Бартер – прямой обмен товарами или услугами между предприятиями, странами, а также товары, полученные подобным образом  
Брифинг – короткая пресс-конференция, на которой сообщается позиция правящего органа или лица, освещается ход каких-либо переговоров  
Брокер – посредник при заключении различных сделок по поручению и за счет своих клиентов  
Вернисаж – торжественное открытие художественной выставки  
Визажист – косметолог, художник-гример  
Винчестер (в информатике) – запоминающее устройство компьютера, жесткий магнитный диск  
Геноцид – вырождение, деградация народа вследствие политики, создающей для него неблагоприятные условия  
Дайджест – периодическое издание, перепечатавшее материалы других изданий  
Депозит – разновидность денежных вкладов  
Депортация – принудительное выселение за пределы государства или региона  
Депрессия – 1) подавленное психическое состояние; 2) упадок, застой в жизни страны или какой-либо сфере общественной деятельности  
Дефляция – изъятие из обращения избыточной массы денег с целью увеличения их покупательной способности  
Джойстик (в информатике) – устройство для ручного управления движением курсора на дисплее при вводе данных в компьютер в виде наклоняющегося рычажка  
Дивиденд – часть прибыли акционерного общества, распределяемая между акционерами в соответствии с количеством акций  
Дилемма – выбор между двумя решениями  
Дилер – лицо или фирма, выступающие посредником между продавцом и покупателем при купле-продаже товаров и ценных бумаг  
Дисплей (в информатике) – экран, монитор  
Дистрибьютор (дистрибьютер) – фирма или ее представитель, занимающиеся сбытом товара  
Имидж – впечатление, мнение о лице, коллективе, учреждении, вещи, создаваемое заинтересованными лицами  
Иммунодефицит – дефект иммунной системы, выражающийся в неспособности организма противостоять различным заболеваниям  
Импичмент – лишение полномочий высших должностных лиц с допущением ими грубых нарушений закона  
Инаугурация – торжественное вступление в должность главы государства



Инвестировать – вкладывать капитал в какую-либо отрасль экономики, предприятие

Индексация – автоматическое повышение или понижение стоимости труда, банковских вкладов в связи с экономической ситуацией

Ипотека – залог недвижимого имущества с целью получения ссуды

Истеблишмент – совокупность государственных, экономических, социально-политических институтов, организаций, групп, обладающих властью и возможностью влияния на общественную жизнь, а также лица, занимающие главенствующие позиции в этих органах и группах

Конверсия – перевод предприятий оборонной промышленности на производство гражданской продукции

Консалтинг – консультирование производителей, продавцов и покупателей по экономическим и правовым вопросам

Консенсус – общее согласие по какому-либо вопросу

Конъюнктура – сложившаяся ситуация (чаще – в экономике)

Копирайт – авторское право

Легитимный – законный, правомочный, общественно признанный

Лизинг – форма долгосрочной аренды имущества на условиях постепенного погашения задолженности

Лобби – представители экономически сильных структур в законодательных органах, влияющие на принятие решений в пользу этих структур

Магистр – следующая после бакалавра степень, присваиваемая по окончании магистратуры после сдачи экзаменов или защиты магистерской работы, а также лицо, носящее такую степень

Маркетинг – экономическая дисциплина, занимающаяся проблемами производства и сбыта продукции, а также система управления и организации деятельности предприятий по производству и сбыту продукции

Менеджер – профессиональный управляющий

Менталитет – совокупность мировоззренческих представлений, характерных для личности или народа

Модем – устройство, преобразующее цифровые сигналы компьютера для передачи их по телефонной связи

Мультимедиа (в информатике) – технология, объединяющая данные, звук, анимацию и графику, а также использующие эту технологию программы

Ноутбук (в информатике) – портативный компьютер в форме кейса

Офис – оснащенная оргтехникой и средствами связи представительская контора фирмы

Оффшор (офф-шор) – центр совместного предпринимательства, предоставляющий льготный экономический режим, а также компания, работающая на территории другой страны

Паблицити – известность, популярность, достигаемые преимущественно выступлениями с использованием средств массовой информации

Пейджер – устройство для передачи на расстояние закодированного сообщения, преобразуемого в текстовую или цифровую информацию

Пейджинг – способ связи с помощью пейджера

Пентиум – компьютер на базе микропроцессора пятого поколения

Плейер (плэйер) – компактный магнитофон с наушниками

Плюрализм – сосуществование различных форм политической, экономической и культурной жизни как принцип устройства общества, а также вообще многообразие взглядов и мнений, дающее возможность свободы выбора

Популизм – политическая тактика необоснованных обещаний с целью приобретения голосов избирателей, создания благоприятного общественного мнения

Постер – красочный плакат, представляющий собой большую фотографию артистов какой-либо музыкальной группы и рекламирующий ее выступления

Прайс-лист (прайслист) – список цен на все товары и услуги, предоставляемые какой-либо фирмой

Презентация – торжественное публичное представление чего-либо или прием, устраиваемый фирмой с целью рекламы

Приватизация – передача государственного или муниципального имущества в собственность отдельных лиц за плату или без нее

Принтер – устройство для печати информации из компьютера

Приоритет – главенствующее значение чего-либо

Рантье – лицо, живущее на проценты с капитала или ценных бумаг

Рейтинг – цифровой показатель оценки кого- или чего-либо

Респондент – тот, кто отвечает на вопросы анкеты

Риэлтер – тот, кто профессионально занимается покупкой и продажей недвижимости

Саммит – встреча глав государств

Секвестр – сокращение предусмотренных на что-либо бюджетом средств

Сертификат – документ, подтверждающий право на что-либо или какой-то факт, в том числе качество товара

Сканер (в информатике) – устройство для ввода текста или изображения в компьютер

Спикер – председатель парламента

Спонсор – лицо или организация, финансирующее что-либо или кого-либо, обычно с целью саморекламы

Стресс – состояние повышенного напряжения организма в результате какого-либо сильного воздействия, обычно неприятного

Телефакс – междугородная факсимильная связь, а также аппарат для такой связи

Факс – связь с помощью электронной передачи текстов и изображений, а также аппарат для такой связи и сам материал, полученный таким образом

Хакер – программист, занимающийся поиском незаконных способов преодоления систем защиты данных

Чартер – аренда судна или самолета на один или несколько рейсов.

Эксклюзивный – предоставленный только данному лицу или организации, а также просто единственный в своем роде

Элита – привилегированная верхушка общества

#### **4. КРАТКИЙ СЛОВАРЬ СИНОНИМОВ**

Абстрактный – отвлеченный

Активный – деятельный, энергичный

Актуальный – злободневный

Архитектор – зодчий

Аукцион – торги

Банальный – избитый, шаблонный  
Бдительный – недремлющий, неусыпный  
Бежать – мчаться, нестись, лететь  
Безграничный – беспредельный, необъятный, необозримый, бескрайний  
Бездеятельный – пассивный  
Безнадежный– 1) безысходный  
                  2) пессимистический  
Безнравственный – аморальный  
Безрассудный – сумасбродный, безумный  
Безупречный – идеальный  
Беспорядочный – бессистемный, хаотичный  
Бесформенный – аморфный  
Благодарность – признательность  
Благоприятный – выигрышный, выгодный, удобный, подходящий  
Благодетельность – филантропия  
Близко – недалеко, поблизости, возле, около  
Богатый – зажиточный, состоятельный  
Большой – значительный, крупный, огромный, колоссальный, гигантский  
Бояться – пугаться, страшиться, опасаться  
Бросать– 1) кидать, швырять, метать  
          2) покидать, забывать  
Быстрый – стремительный, скорый  
Бюрократический – чиновничий, канцелярский  
Важный – существенный, значительный  
Введение – 1) вступление  
              2) учреждение  
Вдобавок – притом  
Вдохновенно – увлеченно, воодушевленно  
Вежливый – учтивый, корректный, предупредительный  
Вензель – монограмма  
Верный – 1) преданный  
          2) надежный, испытанный  
          3) правильный  
Вертикальный – отвесный  
Вечный – 1) бессмертный, неумирающий, непреходящий  
          2) постоянный  
Взбираться – забираться, влезать, залезать  
Взволновать – 1) тронуть  
                  2) смутить  
Вздор – абсурд, нелепость, бредни, ахинея, нонсенс  
Властный – 1) деспотичный  
              2) непреодолимый  
Вместительный – ёмкий  
Внешность – наружность  
Внимательный – 1) сосредоточенный  
                  2) заботливый  
Возместить – компенсировать  
Возникать – появляться  
Возражать – противоречить  
Возродиться – воскресать

Воплощать – олицетворять  
Восстановление – возрождение  
Впечатление – эффект  
Вскользь – мимоходом, мельком  
Встревожиться – обеспокоиться  
Вывод – заключение  
Выдающийся – замечательный, видный, незаурядный, большой, блестящий  
Вызывать – 1) приглашать  
                  2) порождать  
Вынимать – доставать, извлекать  
Гарантия – ручательство  
Гнев – негодование, возмущение  
Гордость – 1) достоинство, самоуважение  
                  2) высокомерие  
Горячий – 1) раскалённый, обжигающий  
                  2) страстный  
                  3) несдержанный  
Гуманный – человечный, человеколюбивый  
Дальновидный – предусмотрительный  
Даровитость – талантливость  
Деградация – упадок  
Дезинфекция – обеззараживание  
Деликатный – тонкий, тактичный, вежливый  
Демократия – народовластие  
Демонстрировать – показывать  
Дилетант – любитель  
Добродетельный – нравственный  
Доктрина – теория  
Доходный – прибыльный  
Доходчивый – понятный  
Духовный – нравственный, внутренний, душевный  
Единство – 1) цельность, слитность, неразделимость  
                  2) общность  
Естественный – 1) природный  
                  2) настоящий  
                  3) непринужденный  
Жестокий – 1) безжалостный, беспощадный, свирепый  
                  2) мучительный  
Жизнерадостность – бодрость, оптимизм  
Заботливый – внимательный  
Заветный – сокровенный, задушевный  
Закономерный – логический  
Зарегистрировать – отметить, зафиксировать  
Заставить – вынудить  
Заурядный – рядовой, обычный, средний, обыкновенный  
Зиждиться – основываться  
Знаменитый – известный, признанный, популярный, прославленный  
Идеально – безукоризненно, безупречно, образцово  
Извращать – искажать, коверкать, подтасовывать  
Изучить – постичь, освоить, овладеть

Инвестиции – вложения  
 Инертный – пассивный  
 Индивидуальный – 1) своеобразный  
   2) отдельный  
 Индифферентный – равнодушный  
 Инициатор – зачинатель  
 Инсинуация – клевета  
 Интерпретация – толкование  
 Интуитивный – бессознательный  
 Информация – сведения  
 Инцидент – событие  
 Искренний – непритворный, неподдельный, настоящий, натуральный  
 Искусный – умелый  
 Искусственный – поддельный, ненатуральный  
 Истолковать – объяснить, прокомментировать, интерпретировать  
 Исходный – отправной, первичный, начальный  
 Исчезнуть – утратиться, уничтожиться, пропасть  
 Исчерпывающий – полный  
 Категорический – безапелляционный, решительный  
 Квалификация – специальность  
 Квалифицировать – характеризовать  
 Квинтэссенция – суть  
 Колебаться – 1) сомневаться  
   2) качаться  
 Комментировать – истолковывать  
 Компетентность – осведомленность  
 Констатировать – устанавливать  
 Контингент – состав  
 Контрастный – противоположный  
 Контур – очертания  
 Конфиденциально – доверительно  
 Конъюнктура – положение, ситуация  
 Координировать – согласовывать  
 Котироваться – цениться  
 Краткий – 1) сжатый, лаконичный  
   2) непродолжительный  
 Культурный – цивилизованный, просвещенный, интеллигентный  
 Лаконичный – краткий  
 Ландшафт – вид  
 Лапидарный – краткий  
 Лексикон – словарь  
 Либеральный – 1) свободомыслящий  
   2) снисходительный  
 Локальный – местный  
 Магнетизм – гипноз  
 Мемуары – воспоминания  
 Меркантильный – корыстный  
 Мечтать – грезить, фантазировать  
 Мешать – препятствовать, противодействовать  
 Мизерный – скудный

Мнение – суждение, соображение  
Модифицировать – изменить  
Мораль – нравственность  
Мотивировать – обосновать  
Намерение – план, замысел  
Нарекание – упрёк  
Наставление – поучение, нравоучение  
Настойчивый – упорный  
Находить – 1) отыскивать, обнаруживать  
                  2) определять  
Небрежный – 1) неаккуратный, неряшливый, невнимательный  
                  2) презрительный  
Невежда – неуч  
Невероятный – 1) неправдоподобный, немыслимый  
                  2) чрезвычайный, невообразимый  
Невыразимый – непередаваемый, несказанный, неопиcуемый  
Негативный – неодобрительный, отрицательный  
Негодовать – возмущаться  
Недоверчивый – подозрительный  
Неестественный – ненатуральный  
Независимый – самостоятельный, свободный  
Ненужный – бесполезный  
Необъятный – безграничный  
Неожиданный – внезапный  
Неофициальный – приватный  
Обобщенный – собирательный, типизированный  
Обоснование – мотивировка, аргументация  
Обоюдный – взаимный  
Образцовый – показательный, примерный  
Обременять – тяготить  
Объективный – беспристрастный, непредубежденный  
Обыденный – 1) будничныи  
                  2) обычный  
Ограничивать – лимитировать  
Одобрительный – благоприятный, положительный  
Олицетворять – воплощать  
Описывать – изображать  
Определенность – ясность, конкретность  
Оптимальный – лучший  
Оптимизм – жизнерадостность  
Опубликовать – напечатать  
Организовать – создать, основать, учредить  
Ординарный – заурядный  
Оригинальный – 1) подлинный  
                  2) своеобразный  
Ориентировочно – приблизительно  
Орошение – ирригация  
Основоположник – основатель, зачинатель  
Осуществление – выполнение, исполнение, воплощение  
Отзывчивый – чуткий, сердечный, душевный

Откровенный – 1) искренний, прямой, чистосердечный  
2) нескрываемый  
Отменить – упразднить, аннулировать  
Отождествить – приравнять  
Отрывок – часть, фрагмент  
Отстаивать – защищать, бороться  
Отчетливый – чёткий, разборчивый, ясный  
Очень – весьма, крайне, сильно, чрезвычайно  
Панегирик – похвала  
Пассивный – бездеятельный, безынициативный  
Педант – формалист  
Перевоплощаться – превращаться  
Пережиток – анахронизм  
Перекличка – проверка  
Переломный – поворотный  
Персональный – личный  
Планомерный – методичный, систематичный  
Плодотворный – эффективный  
Побуждение – импульс, стимул  
Повторяться – возобновляться  
Подробный – детальный, обстоятельный  
Помогать – содействовать, способствовать  
Помощь – поддержка  
Порука – гарантия  
Посредственный – второстепенный, второсортный  
Поучительный – наставительный, назидательный  
Превалировать – преобладать  
Превозмочь – преодолеть  
Предвзятый – необъективный  
Предупредительно – вежливо  
Прекратиться – кончиться  
Преображаться – изменяться  
Препираться – спорить  
Препятствие – преграда, помеха  
Пресса – печать  
Преходящий – недолговечный  
Приблизительный – примерный, ориентировочный  
Приватный – неофициальный  
Приверженец – сторонник  
Призрачность – иллюзорность  
Прилежный – старательный  
Примечание – комментарий  
Приятный – 1) отрадный  
2) симпатичный  
Провозгласить – объявить  
Произведение – труд, работа, вещь, творение, создание  
Промышленный – индустриальный  
Проницательный – зоркий, прозорливый  
Пропорциональный – соразмерный  
Прославить – обессмертить, увековечить

Простой – 1) несложный, примитивный, безыскусный  
2) легкий  
Протестовать – возражать  
Противодействие – сопротивление  
Проявить – обнаружить, показать, выявить  
Прямодушие – откровенность  
Публичный – гласный, открытый  
Пунктуальный – точный  
Пытливый – любознательный  
Равнодушный – безразличный  
Размежевание – разграничение  
Разница – различие  
Разумный – 1) сознательный  
2) рациональный  
Расписание – график  
Расплывчатый – неясный  
Рачительный – заботливый  
Рвение – старание  
Реализация – осуществление  
Регистрировать – отмечать  
Резонный – обоснованный  
Результат – итог  
Рекомендация – совет  
Реконструкция – перестройка  
Реорганизовать – перестроить  
Рефлекторный – произвольный  
Реформа – перестройка  
Рецензия – отзыв  
Руководить – возглавлять  
Рутинa – шаблон, стандарт  
Самобытный – своеобразный, оригинальный  
Своеобразный – самобытный, неповторимый, особенный  
Секретный – тайный  
Сердитый – гневный, свирепый, грозный, яростный  
Серьезный – 1) вдумчивый  
2) глубокий, основательный  
3) нешуточный  
Сильный – 1) могучий  
2) жизнестойкий  
3) интенсивный  
Систематизировать – классифицировать  
Скоропалительный – торопливый  
Скрупулёзно – тщательно  
Скрытый – тайный  
Сложный – 1) трудный  
2) причудливый  
Событие – происшествие  
Совершиться – произойти  
Социальный – общественный  
Специфический – своеобразный



Спешить – торопиться  
Сплотить – объединить  
Спокойный – 1) невозмутимый, уравновешенный  
                  2) тихий, мирный  
Спор – полемика, диспут  
Способ – средство, метод  
Сравнение – сопоставление  
Стимулировать – поощрять  
Стойкий – 1) мужественный  
                  2) прочный  
Сторонник – приверженец, последователь  
Субсидия – пособие  
Суверенный – независимый  
Существенный – важный  
Схематичный – упрощённый  
Тактичный – деликатный  
Тождественный – одинаковый  
Токсичный – ядовитый  
Толерантный – терпимый  
Тревожиться – беспокоиться, волноваться  
Тщетный – напрасный  
Убедительный – веский, доказательный  
Уважение – почтение  
Умозрительный – отвлечённый  
Умственный – интеллектуальный  
Упомянуть – отмечать, затрагивать  
Упругий – эластичный  
Утомительный – изнурительный  
Утрировать – преувеличивать  
Учёность – эрудиция  
Фактический – реальный  
Феноменальный – необыкновенный  
Фигуральный – образный, переносный  
Фикция – видимость  
Филантроп – благотворитель  
Финальный – заключительный  
Финансовый – денежный  
Фрагмент – отрывок  
Хаотичный – беспорядочный  
Целесообразный – разумный  
Человечность – гуманизм  
Шаблонный – рутинный, банальный  
Штамп – стандарт  
Экономичный – выгодный  
Экспрессия – выразительность  
Энтузиазм – воодушевление  
Эффективный – действенный  
Эффектный – живописный, картинный

## 5. КРАТКИЙ СЛОВАРЬ АНТОНИМОВ

Абстрактный – конкретный	Защищать – обвинять
Активный – пассивный	Знание – невежество
Близкий – далекий	Избыток – недостаток
Большой – маленький	Изнутри – снаружи
Брать – отдавать	Истина – заблуждение, ложь
Быстрый – медленный	Исходный – конечный
Вблизи – вдали	Коллективист – индивидуалист
Верх – низ	Конкретный – отвлеченный
Великий – 1) малый	Короткий – 1) длинный
2) ничтожный	2) долгий
Вечность – мгновение	Крупно – мелко
Взлет – 1) падение	Крутой – пологий
2) посадка	Легкий – 1) трудный
Виноватый – невинный, правый	2) тяжёлый
Влево – вправо	Максимальный – минимальный
Вместе – отдельно	Материализм – идеализм
Внутренний – 1) внешний	Медлить – спешить
2) наружный	Много – мало
Возникать – исчезать	Мудрый – глупый
Вперед – назад	Мягкий – жесткий
Впускать – выпускать	Награда – наказание
Временный – постоянный	Нагреваться – остывать
Всегда – никогда	Надевать – снимать
Встреча – разлука	Наличие – отсутствие
Встречать – провожать	Наступать – отступать
Высокий – низкий	Настоящий – фальшивый
Гладкий – шероховатый	Находить – терять
Глубокий – мелкий	Начало – конец
Говорить – молчать	Низ – верх
Гордиться – стыдиться	Новатор – консерватор
Гордость – скромность	Новый – старый
Горячий – холодный	Обвинять – оправдывать
Громкий – тихий	Обогащать – обеднять
Густой – редкий	Объединять – разделять
Давать – брать	Обостриться – притупиться
Движение – неподвижность	Огромный – крохотный
Действительный – фантастический	Одаренный – бездарный
Доказывать – опровергать	Одобрение – осуждение
Достоинство – недостаток	Оптимизм – пессимизм
Естественный – искусственный	Опускать – поднимать
Жить – умирать	Оригинальный – банальный
Забывать – помнить	Ослабить – усилить
Завязывать – развязывать	Острый – тупой
Загораться – гаснуть	Падать – подниматься
Зажигать – тушить	Первый – последний
Замедлять – ускорять	Передовой – отсталый
Запрещать – позволять, разрешать	Победа – поражение

Поверхностный – глубокий  
Подлинный – мнимый  
Подтверждать – опровергать  
Позитивный – негативный  
Полезный – вредный  
Полный – пустой  
Положительный – отрицательный  
Польза – вред  
Помниться – забываться  
Поощрять – наказывать  
Похвала – порицание  
Почет – презрение  
Появляться – исчезать  
Правда – ложь, обман  
Правый – виноватый  
Прибавлять – отнимать, убавлять  
Приближать – удалять  
Прибыльный – убыточный  
Приобретать – терять  
Прогрессивный – консерватив-  
ный, реакционный  
Продлевать – сокращать  
Простой – сложный  
Просторный – тесный  
Противник – союзник, сторонник  
Прошлый – будущий  
Прямой – кривой

Прямота – изворотливость  
Свет – мрак, темнота  
Сильный – слабый  
Смелый – робкий, трусливый  
Создавать – разрушать  
Спокойный – тревожный  
Спрашивать – отвечать  
Строить – разрушать  
Сухой – мокрый, сырой  
Сходство – различие  
Теплый – холодный  
Тишина – шум  
Трудолюбивый – ленивый  
Уважать – презирать  
Увеличивать – уменьшать  
Упрощать – усложнять  
Успех – неудача  
Утверждать – отрицать  
Уходить – возвращаться  
Хвалить – бранить, ругать, по-  
рицать  
Хороший – плохой, дурной  
Храбрый – трусливый  
Цивилизация – варварство  
Частый – редкий  
Широкий – узкий  
Явный – скрытый

## 6. КРАТКИЙ ОРФОГРАФИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

**А**  
аббревиатура  
абитуриент  
абонемент  
авангард  
авиапочта  
автограф  
агентство  
адекватный  
академия  
аккумулятор  
аккуратный  
аллея  
алюминий  
аналогия  
аннексия  
аннотация  
аннулировать  
антенна

апелляция  
аплодировать  
аппарат  
аппаратура  
априори  
аргумент  
асимметрия  
ассимиляция  
ассистент  
ассоциация  
атрибут  
аттестат  
**Б**  
балласт  
баллон  
баллотироваться  
банальный  
бандероль  
банкнот

барьер  
безапелляционный  
без разбору  
без устали  
безъядерный  
безыдейный  
безынициативный  
беспрецедентный  
бессистемный  
бессмысленный  
бизнесмен  
близлежащий  
блокнот  
бок о бок  
брошюра  
бюллетень  
бюрократия

## **В**

вагоноремонтный  
вблизи  
вбок  
вверх  
вверху  
вдалеке  
вдобавок  
вдоволь  
вентилятор  
весенне-летний  
вестибюль  
ветеринария  
ветренный  
ветряной  
вечнозеленый  
в забыты  
взаимовыгодный  
взаимы  
в заключение  
взаперти  
видимо-невидимо  
вице-президент  
вкратце  
вкривь  
влево  
в меру  
вничью  
вовек  
внизу  
внутри

в общем  
вовек  
вовремя  
во всеуслышание  
вовсю  
водопровод  
воедино  
воистину  
волеизъявление  
волей-неволей  
вообще  
в одиночку  
во-первых  
восточноевропейский  
в открытую  
во что бы то ни стало  
вполголоса  
вполоборота  
вполсилы  
впоследствии  
впотьмах  
вправе  
вправо  
в придачу  
впрок  
впустую  
вразбивку  
вразной  
вразрез  
времяпрепровождение  
вряд ли  
всего-навсего  
всецело  
вскоре  
вследствие  
втихомолку  
втридорога  
вчетверо  
вчетвером  
вышеназванный

## **Г**

галерея  
гардероб  
геологоразведочный  
гигантский  
гигиена  
грамматика  
громоздкий

группировать  
гуманный

## **Д**

дезинфекция  
демократия  
департамент  
деревянный  
дефицит  
диалог  
дивиденд  
дилетант  
дискредитация  
дискриминация  
дискуссия  
диспансер  
диссертация  
дистиллированный  
дифференцировать  
добела  
добросовестный  
доверху  
донельзя  
доньне  
до отказа  
до смерти  
досуха  
досыта  
дочиста  
дощатый

## **Е**

единомышленник  
единство  
еле-еле  
естественно-научный

## **Ж**

железнодорожный  
жжение  
жюри

## **З**

заведовать  
зависеть  
заграница  
за границей  
задолго  
закоснелый  
западноевропейский  
зачастую

здоровствовать

## **И**

идеал  
идейно-политический  
идеология  
иждивение  
издавна  
издали  
из-за границы  
изнутри  
изобретение  
изредка  
изъян  
иллюстрация  
имитация  
инициатива  
интеллект  
интеллигенция  
интервью  
интерьер  
инцидент  
искусный  
искусство  
исподволь  
исподтишка

## **К**

казуистика  
каламбур  
калейдоскоп  
каллиграфический  
калорийный  
калькулятор  
кандидат  
канцелярия  
кардиограмма  
картина  
картография  
картотека  
кассета  
катаклизм  
катастрофа  
категорический  
категория  
квалификация  
квантовый  
квинтэссенция  
квитанция  
кворум

кибернетика  
киловатт-час  
килограмм  
километр  
кинескоп  
кино... – первая часть сложных слов,  
всегда пишется слитно  
кислород  
клавиатура  
классификационный  
классификация  
классический  
классный  
клерк  
клиент  
клонить(ся)  
коверкать(ся)  
когда бы то ни было  
кодировать  
кожзаменитель  
коллаж  
коллега  
коллегия  
колледж *и* коллеж  
коллектив  
коллектор  
коллекция  
коллизия  
колонна  
колорит  
коLOSS  
командир  
командировать(ся)  
командовать  
комбинат  
комбинация  
комбинеzon  
комбинировать  
комиссионный  
комиссия  
комитет  
комментарий  
коммерсант  
коммивояжёр  
коммуникация  
коммутатор  
коммюнике  
компактный  
компания

компенсация  
компетентный  
комплекс  
комплект  
комплектованный  
комплектовать(ся)  
комплексия  
комплимент  
композиция  
компонент  
компрометировать  
компромисс  
компьютер  
комфорт  
конверсия  
конверт  
конвертируемый  
конвульсия  
конгресс  
конденсировать(ся)  
кондиционер  
кондиция  
конкретизировать(ся)  
конкурент  
конкуренция  
консервативный  
консерватор  
консервировать(ся)  
консилиум  
консистенция  
консолидировать(ся)  
конспектировать(ся)  
конспирировать(ся)  
константа  
констатировать(ся)  
конституция  
конституционный  
конструировать(ся)  
конструктивный  
конструкция  
консультант  
консультативный  
консультационный  
консультация  
контакт  
контейнер  
контекст  
контингент  
континент

контора  
контракт  
контраст  
контрастировать  
контригра  
контрмера  
контролёр  
контроллер  
контроль  
конференц-зал  
конференция  
конфискация  
конфискованный  
конфликт  
конфронтация  
концентрация  
концепция  
концерн  
концессия  
концовка  
конъюнктурный  
кооператив  
кооперировать(ся)  
координатор  
копировально-множительный  
корабль  
коренной  
корзина  
коридор  
коричневатый  
коротенький  
коротковолновый  
короткометражный  
корпорация  
корректировать(ся)  
корректный  
корректор  
коррекция  
корреляция  
корреспондент  
коррупция  
косвенный  
космический  
космодром  
космонавт  
космонавтика  
космополит  
космополитизм  
космос

коснуться  
костёр  
костно-суставной  
костный  
костюм  
котировать(ся)  
котировка  
котлован  
котловина  
коттедж  
коэффициент  
краеведение  
краеугольный  
краешек  
крайность  
крамольный  
красно-коричневый  
красноречивый  
красноречие  
краснота  
кратковременный  
краткосрочный  
краткость  
кредит  
кредитка  
кредитно-денежный  
ремень  
крепить(ся)  
крепко-накрепко  
крепление  
крепнуть  
креповый  
крепостной  
крепость  
кресло-кровать  
крест-накрест  
кривизна  
криволинейный  
криминал  
криминалист  
криминалистика  
криминальный  
кристалл  
кристаллизация  
кристаллизовать(ся)  
кристаллический  
кристальный  
критерий  
критический

кровотечение  
кроить(ся)  
кронштейн  
кросс  
кроссворд  
кроющий (от *крыть*)  
кроящий (от *кроить*)  
круговорот  
кругозор  
крупномасштабный  
крутизна  
ксерокс  
кто бы то ни был  
кто как  
кто-кто  
кто-нибудь  
кто ни на есть  
кто-то  
куда-либо  
куда-нибудь  
куда-то  
кулуары  
кульминационный  
культивировать(ся)  
культовый  
кумачовый  
кунсткамера  
купля-продажа  
куратор

## Л

лабиринт  
лаборант  
лаборатория  
лавина  
лавиноопасный  
лазерный  
лазурит  
лакированный  
лаконичный  
ландшафт  
латиноамериканский  
латинский  
латунный  
лауреат  
левобережный  
левосторонний  
легализованный  
легальный

легитимный  
легкодоступный  
легкомысленность  
ледокол  
ледоход  
лейтмотив  
лекарственный  
лекарство  
лексика  
лексикография  
лексиколог  
лексикон  
лексический  
лекторий  
лекционный  
лентовидный  
лесоводство  
лесозаготовительный  
лесостепь  
лесотундра  
лестница  
летательный  
летосчисление  
лётчик-космонавт  
лечебно-профилактический  
лечебный  
лжесвидетельство  
лжесвидетельствовать  
лжеучение  
либерализм  
либо, союз  
-либо, частица; присоединяется с помощью дефиса  
лидерство  
ликвидированный  
ликвидировать(ся)  
ликвидный  
лилипут  
лилово-синий  
лимитированный  
лимитировать(ся)  
лимонник  
лимонно-желтый  
лимоннокислый  
лимонный  
лимузин  
лингфон  
лингвист  
лингвистика



линейный  
линованный  
линовать(ся)  
линолеум  
лиризм  
лирика  
лирический  
лироэпический  
лиственница  
лиственный  
листопад  
литератор  
литература  
литературно-критический  
литературно-художественный  
литературовед  
литобъединение  
лихорадка  
лихорадочный  
лицедей  
лицедейство  
лицеист  
лицемер  
лицензия  
личностный  
личность  
лишайник  
лишать(ся)  
лишённый  
лишить(ся)  
лобби  
ловелас  
логарифм  
логарифмический  
логический  
логопед  
лоджия  
ложбина  
локализация  
локализованный  
локализовать(ся)  
локальный  
локатор  
локомотив  
ломанный, *причастие*  
ломаный, *прилагательное*  
ломбард  
ломоть  
лос-анджелесский

лоскут  
лоскутный  
лосниться  
лососина  
лосьон  
лотерея  
лохматый  
лощина  
лояльность  
лояльный  
луна-парк  
лунатизм  
луноход  
лучевидный  
лучезарный  
львиный  
льготный  
льняной  
любительский  
любопытность  
любопытный  
любопытство  
люминесцентный

## **М**

магазин  
магистерский  
магистр  
магистраль  
магистральный  
магистрат  
магистратура  
магический  
магнетизм  
магнетический  
магнит  
магнитофон  
магнитофонный  
макать(ся)  
макет  
макетирование  
маклер  
макнуть  
макро... – первая часть сложных слов,  
пишется слитно  
макромир  
макроструктура  
максима  
максимализм

максималист  
максимум  
макулатура  
малахит  
маленький  
малоазиатский  
маловажный  
маловато  
маловероятный  
маловыносливый  
малогабаритный  
малограмотный  
малодоступный  
малозначимый  
малоизвестный  
малокалорийный  
малолетний  
малолитражка  
мало-мальски  
маломощный  
малонаселённый  
малоподвижный  
мало-помалу  
малопонятный  
малоприглядный  
малопригодный  
малосильный  
малосодержательный  
малотиражный  
малоубедительный  
малоупотребительный  
малоустойчивый  
малоутешительный  
малоформатный  
малохудожественный  
малочисленный  
малоэффективный  
мандат  
манёвр  
манёвренность  
манёвранный  
маневрировать  
манеж  
манера  
манжета  
манипулировать  
манипуляция  
манифест  
мановение

манометр  
мануфактура  
маркёр  
маркированный  
маркировка  
марксизм  
мартиролог  
марш-бросок  
маршировать  
маршрут  
маслозаправочный  
маслянистый  
масляный  
масса  
массив  
массивный  
массовка  
мастерская  
мастерство  
маститый  
масштаб  
математика  
материал  
материализм  
материализованный  
материализовать(ся)  
материалист  
материально-бытовой  
материально-технический  
материальный  
материк  
матовый  
матч-реванш  
матч-турнир  
махинация  
машина  
машинальный  
машинист  
машинистка  
машинный  
машиноведение  
машинописный  
машиностроение  
меблированный  
меблировка  
мегафон  
медаль  
медальон  
медикаментозный

медикаменты  
медико-санитарный  
медико-хирургический  
мединститут  
медитация  
медиум  
медицина  
медкомиссия  
медленный  
медлительный  
медосмотр  
медсанбат  
межведомственный  
межвидовой  
межвузовский  
межгосударственный  
междугородный  
международный  
между прочим  
междуречье  
между тем  
межзвёздный  
межзональный  
межинститутский  
межнациональный  
межпланетный  
межфакультетский  
межъязыковой  
межъярусный  
мелководный  
мелкозернистый  
мелкооптовый  
мелкоплодный  
мелькать  
мельхиор  
мельчайший  
меморандум  
мемориал  
мемориальный  
мемуары  
менеджер  
менестрель  
менталитет  
ментор  
меньшинство  
мерещиться  
меркантилизм  
меркантильный  
мероприятие

мертвенно-бледный  
мертвенный  
местность  
местожительство  
местоимение  
местонахождение  
местоположение  
месторождение  
металл  
металлический  
металлокерамика  
металлолом  
металлообработывающий  
металлург  
метаморфоза  
метафизика  
метафора  
метафорический  
метеор  
метеоролог  
метеорология  
методический  
методичный  
методологический  
метонимия  
метрлотель  
метрополитен  
механизированный  
механизм  
механик  
меценат  
мечта  
миграционный  
миграция  
мигрировать  
мизансцена  
мизантроп  
мизерный  
микро... – первая часть сложных слов,  
пишется всегда слитно  
милитаризация  
милитаризм  
милитаризованный  
милитаризировать(ся)  
милиция  
миллиард  
миллиардер  
миллиграмм  
миллиметр

миллион  
миллионер  
миллионный  
миловидный  
мимика  
мимолётный  
мимоходом  
миндалевидный  
миндальничать  
минерал  
миниатюра  
миниатюризация  
миниатюрист  
минимум  
министерство  
министр  
минный  
миновать(ся)  
минорный  
мировоззрение  
мировой  
мироздание  
миролюбивый  
мироощущение  
миропонимание  
миросозерцание  
миротворец  
миссия  
мистерия  
мистика  
мистификатор  
мистицизм  
мистический  
митинг  
митрополит  
мифический  
мифология  
мишень  
мнение  
мнительный  
многоактный  
многоборец  
многовековой  
многоголосый  
многогранник  
многодневный  
многозначительный  
многозначность  
многоканальный

многоквартирный  
многокилометровый  
многоклеточный  
многолюдный  
многоместный  
многомесячный  
многомиллионный  
много-много  
многонациональный  
многообещающий  
многообразный  
многоопытный  
многопрограммный  
многосерийный  
многословный  
многослойный  
многосторонний  
многострадальный  
многоступенчатый  
многотомный  
многотонный  
многоточие  
многотысячный  
многоуважаемый  
многоугольный  
многочасовой  
многоязычный  
многоярусный  
множество  
мобилизация  
мобилизованный  
мобильный  
могучий  
могущественный  
моделирование  
моделированный  
модельер  
модернизация  
модернизированный  
модернизм  
модернист  
модернистский  
модификация  
молекула  
моллюск  
молниеносный  
молодёжь  
молодость  
молочно-белый

молочнокислый  
молчание  
молчком  
момент  
монета  
монетный  
монитор  
монограмма  
монография  
монолитность  
монологический  
монополизм  
монополист  
монополия  
монопольный  
монорельсовый  
монотеизм  
монотонный  
монохромный  
монтаж  
монтажник  
монтёр  
монтировать(ся)  
монумент  
монументально-декоративный  
монументальный  
мораль  
морально-этический  
моральный  
мораторий  
морфема  
морфологический  
морфология  
мотив  
мотивированный  
мотивировать(ся)  
мото... – первая часть сложных слов,  
пишется всегда слитно  
мотовелоспорт  
мотогонки  
мотороллер  
мотоспорт  
мотоцикл  
мраморный  
мужественный  
мужество  
мультимиллионер  
муниципалитет  
муниципальный

мускулатура  
мусоропровод  
мутно-белый  
мутноватый  
мыслитель  
мыслительный  
мыслить(ся)  
мышление

## Н

набег  
на бегу  
на беду  
набекрень  
набело  
набережная  
набирать(ся)  
наблюдатель  
наблюдательность  
набок  
на боку  
набрасывать(ся)  
наваждение  
наваливать(ся)  
навевать(ся)  
навек  
на века  
навеки  
наверно и наверное  
наверняка  
наверстать  
на веру  
наверх  
наверху  
на весу  
навечно  
навешанный (от навешать)  
навешенный (от навесить)  
навеянный  
навеять  
на взгляд  
навзничь  
навзрыд  
навигационный  
навигация  
на виду  
нависнуть  
на вкус  
навлекать(ся)

на время  
навсегда  
навстречу  
навытяжку  
на глаз  
наголо  
надвое  
надолго  
назло  
на износ  
на исходе  
на лету  
налицо  
намереваться  
наотрез  
наперебой  
наперевес  
наперекор  
наперерез  
на подбор  
напоказ  
на радостях  
нараспашку  
на редкость  
на скаку  
на совесть  
наспех  
натрое  
национально-освободительный  
на цыпочках  
начеку  
начистоту  
наяву  
не взирая  
невзирая на  
недовыполнить  
недоглядеть  
нежданно-негаданно  
незабываемый  
незадолго  
неиссякаемый  
неоткуда  
неотъемлемый  
неоценимый  
неподалёку  
неслыханный  
не смотря  
несмотря на  
не спеша

нечаянный  
ни за что ни про что  
ниоткуда  
ни при чем  
нисколько  
ни с того ни с сего  
номенклатура  
ностальгия

## **О**

обелиск  
обличительный  
обоснованный  
обсерватория  
общественно-политический  
орация  
один на один  
одухотворённый  
ознаменовать(ся)  
олигархия  
олицетворение  
оппозиция  
оппонент  
опровержение  
оптимизм  
опубликованный  
оригинальный  
ориентировать(ся)  
орфограмма  
откуда-нибудь  
откуда ни возьмись  
отроду  
от силы  
отчасти  
официальный

## **П**

павильон  
палисадник  
панорама  
парадокс  
параллельный  
пассажир  
пассивный  
патриархальный  
пацифизм  
период  
перипетия  
периферия  
перрон

персона  
перспектива  
пессимизм  
плацдарм  
плейер  
плюрализм  
поблизости  
побоку  
по-видимому  
под конец  
подлинный  
подолгу  
подольше  
под силу  
под спуд  
подчас  
подчистую  
под шумок  
поединок  
позиция  
поистине  
поколение  
покровительствовать  
полемизировать  
помалу  
помногу  
понапрасну  
понаслышке  
поневоле  
поодаль  
поодиночке  
поочередно  
по памяти  
попарно  
поперек  
пополам  
попросту  
попусту  
поровну  
посвятить(ся)  
посланник  
потенциал  
почтенный  
предзнаменование  
предприимчивый  
предприниматель  
презентация  
президент  
президиум

прейскурант  
преподаватель  
преодолевать(ся)  
препятствие  
претендент  
претензия  
прецедент  
привередливый  
приватизация  
привилегия  
примитивный  
приоритет  
притязания  
проблема  
программа  
прогресс  
происшествие  
пропаганда  
проповедовать(ся)  
просвещение  
профанация  
профилактика  
процесс  
путешествие  
пьедестал

## **Р**

равнина  
равноценный  
разграничение  
разочарованный  
расставание  
рассчитывать(ся)  
растлевать(ся)  
расточительность  
расчет  
рафинированный  
реабилитация  
реакционный  
регламент  
резонанс  
репутация  
референдум  
ритуал

## **С**

с ведома  
сверстник  
сверхъестественный  
свидетельство

свысока  
сгоряча  
с глазу на глаз  
сертификат  
сигнализация  
симметрия  
симпатия  
ситуация  
сзади  
слева  
с маху  
смолоду  
с налета  
снаружи  
с наскока  
сначала  
снизу  
совокупность  
сознание  
солидарность  
соперник  
соратник  
спереди  
сплошь  
справа  
справедливость  
с разбегу  
с разгону  
с размаху  
сражение  
средоточие  
стабилизация  
стенография  
стенограмма  
стилизация  
сторонник  
субъективный  
суверенитет  
суеверие  
существенный  
с ходу

**Т**  
телеграмма  
темперамент  
тенденция  
теоретический  
термин  
терраса

территория  
типичный  
то есть  
тотчас  
традиционный  
трасса  
тривиальный  
троллейбус

## **У**

удаться  
удостоверение  
ультиматум  
университет  
универсальный  
уникальный  
утилитарный  
участвовать  
учреждение

## **Ф**

федеральный  
феерия  
феноменальный  
фестиваль  
фешенебельный  
финансовый  
формировать(ся)  
фундамент  
функционировать

## **Х**

хлебобулочный  
хобби  
ходатайствовать  
хронометр

## **Ц**

целенаправленный  
целлофан  
целостный  
цензура  
централизованный  
цивилизация  
цитировать(ся)

## **Ч**

чересчур  
честовать(ся)  
честный  
чопорный



чрезвычайный  
чувство  
чуть-чуть

### **Ш**

шедевр  
шепотом  
шеествовать  
шефствовать  
шиворот-навыворот  
широкодоступный  
шорох  
шорты  
шоссе  
шотландский  
шофер  
штаб-квартира  
штемпель  
штукатурка

### **Э**

эволюция  
эвфемизм  
эгоизм  
экзаменовать  
экземпляр  
экзотика  
эклектика  
экскаватор  
эксперимент

эксперт  
экстра-класс  
экстренный  
экс-чемпион  
элементарный  
эллипс  
эмиграция  
эмоциональный  
энтузиазм  
эпиграмма  
эпиграф  
эпилог  
эрудиция  
эскалатор  
эскалация  
эссе  
эстетический  
этикет  
эффект

### **Ю**

юбилей  
юго-восток  
юный  
юрисконсульт  
юриспруденция

### **Я**

явственный  
ярмарка

## Часть 2. Основы успешной деловой коммуникации

### Глава 1. Характеристика официально-делового стиля

#### Тема 1. Понятие официально-делового стиля

Официально-деловой стиль – это своего рода антипод разговорной речи. Общаясь в быту, мы находимся в стихии жизни, проявляем свои личностные качества. Вступая в область права, каждый из нас становится гражданином, подчиняющимся определенному регламенту. Официально-деловые тексты устанавливают правила общения, предписывают, как себя вести в обществе; эти правила являются содержанием самих текстов. Разговорная речь – это живое общение, и если существует речевой этикет, то лишь как внешняя ее сторона, «упаковка», оформление.

Различия между разговорной речью и официально-деловым стилем могут быть представлены в следующей таблице.

Признаки	Разговорная речь	Официально-деловой стиль
1. Сфера общественной жизни	Быт	Право
2. Доминирующая функция	Фактическая (поддержание общения)	Предписывающая (установление правил)
3. Тип отношений между участниками речи	Неофициальные	Официальные
4. Степень подготовленности	Спонтанная, неподготовленная	Подготовленная
5. Наличие ограничений	Свободная	Стандартизированная
6. Круг тем	Неограниченный	Ограниченный
7. Преобладающая форма речи	Устная	Письменная
8. Форма изложения	Личная	Безличная
9. Особенности значений слов	Размытость Многозначность Конкретность	Точность Однозначность Обобщенность
10. Выражение оценочности	Косвенное и прямое, конкретное	Прямое обобщение
11. Степень эмоциональности	Максимальная	Минимальная
12. Степень экспрессивности	Высокая	Низкая

Большое значение для официально-делового стиля имеет традиция, которая складывалась на протяжении нескольких веков и закреплялась в системе формул, стандартных образцов, инструкций по составлению деловых бумаг. В любом государственном учреждении: нотариальной конторе, юридической консультации, РЭУ (ремонтно-эксплуатационном управлении), милиции – на стене можно увидеть образцы оформления документов. Часто используются готовые бланки с напечатанным стандартным текстом, куда гражданин вписывает необходимые сведения. Официальные отношения устанавливаются независимо от того, кто является адресатом речи – государственный служащий или близкий родственник. Примером могут служить тексты доверенности, завещания, дарственной. В разговорной речи могут одновременно совмещаться разные роли. Бытовые роли – отец, сын, муж, покупатель, пассажир, прохожий. Профессиональные роли – преподаватель, врач, водитель автобуса, военный. Социальные роли – интеллигент, крестьянин, бомж. Не исключаются и личностные, психологические характеристики. В ситуации официально-деловой речи роли строго фиксированы. Для их обозначения используют специальные правовые термины: *истец, ответчик, даритель, заявитель, доверенное лицо, представитель, гражданин*. Прочие роли, если учитываются, то имеют другое, правовое значение. Например, в разговорной речи роли продавца и покупателя влияют на качество самой речи. В то же время ни тот, ни другой «не несут ответственности» за свой текст, их роли нигде не зафиксированы, они, как это ни парадоксально, не имеют прямого отношения к этому тексту, связаны с ним временно. Поэтому часто мы можем наблюдать, как нарушаются рамки типичной речевой ситуации и звучат реплики: «Я себе всегда этот (сыр) беру» (продавец), «Опять цены поползли?» (покупатель), «Эй, парень, вернись, сдачу забыл» (продавец). В официально-деловой речи в текстах определенного типа, например в торговой сделке, *продавец и покупатель* – роли, зафиксированные в самом тексте, они являются неотъемлемой его частью. Участники сделки удостоверяют свое участие в ней подписями. Они имеют непосредственное отношение к тексту, «остаются» в нем, пока он имеет силу. В этом смысле показательно, что в официально-деловых текстах особую роль играют даты, номера документов. Документальность этих текстов – главная их особенность, которая проявляется в унификации языка, в создании стандартных ситуаций. Существуют различные способы унификации текстов.

**Трафарет** – фиксация информации в виде текста с пробелами, которые используются для заполнения их переменной информацией в зависимости от конкретной ситуации. Это бланки справок, командировочных удостоверений и других документов, о чем уже говорилось.

**Анкета** – способ пространственной организации текста, при котором постоянная информация дана в виде перечня вопросов, предполагающих определенный набор ответов. Это личный листок по учету кадров, личная карточка, справка о проверке жилищных условий и т. п.

**Тексты-аналоги** – тексты идентичного, сходного содержания и языкового оформления, например, решение коллегии министерства, циркулярное письмо.

**Типовой текст** – образцовый или стереотипный текст, на основе которого может быть построен текст нового документа.

Разрабатываются специальные государственные стандарты для составления документов: приказов, решений, договоров, уставов, инструкций, служебных писем. Каждый документ состоит из **реквизитов** – отдельных элементов. Совокупность реквизитов документа, расположенных в определенной последовательности на листе бумаги, называется его **формуляром**.

Например, служебное письмо-запрос содержит следующие реквизиты: обоснование актуальности запроса; содержание запроса, ожидаемый результат, если запрос будет удовлетворен; формулирование гарантии.

Письмо-ответ, которое, например, содержит отказ в просьбе или отклонение предложения, должно быть составлено по следующей схеме: повторение просьбы; причины, почему просьба не может быть удовлетворена или почему предложение не может быть принято; констатация отказа или отклонения предложения.

## **Тема 2. Разновидности официально-делового стиля**

Все сказанное в равной степени относится ко всем разновидностям, *подстилям* официально-делового стиля: **законодательному, официально-административному и дипломатическому**.

**Законодательный** подстиль представлен такими жанрами, как кодекс, устав, инструкция, устные справки юридического характера, выступления на заседаниях суда.

Проанализируем типичный текст, относящийся к законодательному подстилю. Рассмотрим отрывок из «Постановления Московского городской Думы от 9 сентября 1998 года (№ 72)», которое имеет следующее назначение: «О приоритетах в предоставлении жилья на условиях найма и о выделении безвозмездных субсидий на строительство и приобретения жилья в 1999 году».

*«В соответствии с Законом города Москвы от 11 марта 1998 года №6 «Основы жилищной политики в городе Москве» и городской программой «Жилище»*

***Московская городская Дума постановляет:***

*1. Признать приоритетными направлениями в предоставлении жилья на условиях найма в 1999 году нуждающимся в улучшении жилищных условий:*

*Состоящим на учете по категории «коренные москвичи» не менее одного года и проживающим последние 20 лет в условиях коммунального заселения, при наличии в составе семьи проживающих в Москве с рождения или не менее 10 лет:*

- инвалидов I или 2 группы»;*
- тяжелобольных граждан, перечень заболеваний которых установлен приказом Минздрава СССР от 28 марта 1983 года № 330 (с последующими изменениями и дополнениями);*
- детей-инвалидов;*
- ветеранов ВОВ, включая лиц, проработавших в тылу в период с 22 июня 1941 года по 9 мая 1945 года не менее 6 месяцев, исключая период работы на временно оккупированных территориях СССР, либо проработавших менее 6 месяцев и награжденных орденами или медалями СССР за самоотверженный труд в годы Великой Отечественной войны».*

В тексте четко обозначены авторы законодательной инициативы: Московская городская Дума и Минздрав СССР (Министерство здравоохранения). Кому адресовано это постановление? Органам, занимающимся распределением жилья. Речь в нем идет о людях, нуждающихся в хорошем жилье. Но эти люди представлены в тексте не просто как социальные группы, а как «категории»: «коренные москвичи», «тяжелобольные», «инвалиды», «ветераны войны», причем они определяются как категории только потому, что учтены в специальных документах. Недостаточно быть «коренным москвичом», то есть жить в Москве с рождения, но нужно «состоять на учете» по этой категории. Характерным для официально-делового текста является подробный перечень условий, при которых данное предписание: «признать приоритетными направлениями» – может быть выполнено.

В тексте используется лексика обобщающего характера:

- родовые понятия, а не видовые: *граждане* (ср. «мужчина», «женщина», «ребенок»), *жилье* («дом», «квартира», «комната»);

- устойчивые обороты деловой речи: *состоять на учете, нуждаться в улучшении жилищных условий, в условиях коммунального заселения;*
- слова, имеющие окраску делового стиля: *приоритетный* (сравните с общеупотребительным «главный»), *перечень* («список»), *заболевание* («болезнь»), *проживающий* («живущий»), *приоритет* («преимущество»), *приобретение* («покупка»), *последующий* («следующий»), *следующий* («такой»);
- деловая лексика, не имеющая соответствий в языке: *найм, лицо, безвозмездный, субсидии, наличие, предоставления, выделение.*

В отрывке встречаются отыменные предлоги: *в составе семьи* (в семье), *в период с... по...* (с... по...), *в соответствии с Законом* (по Закону). Семантика «предписания» представлена в этом документе следующими словами: *постановление, закон, постановляет, признать* (форма императива), *установлен, приказ.*

Здесь встречаются так называемые «канцелярские штампы»: *от 11 марта 1998 года, в городе Москве* (в Москве), *не менее одного года* (хотя бы один год), *исключая период работы* (кроме работы), *включая лиц* (и те, кто). Используются устойчивые словосочетания, своего рода идиомы: *жилищная политика, городская программа, приоритетные направления, коммунальные направления, жилищные условия, коммунальное заселение, временно оккупированная территория.*

**Административный** подстиль включает такие документы, как договор, приказ, акт, заявление, деловое письмо, указ, постановление. Ряд официальных текстов относится к так называемой справочной документации. Это акт, протокол, служебное письмо. Приведем выдержку из «Информационного письма», в котором сообщается об учреждении ТОО (Товарищества с ограниченной ответственностью) «Загрантруд».

*«Информационное письмо (для посетителей и корреспондентов)*

1. *Закон РСФСР «О занятости населения в РСФСР» (статьи 10 и 19) обеспечивает гражданам России право выезда на работу за границу для профессиональной деятельности и самостоятельного поиска там работы по частным контрактам с иностранным работодателем, в том числе при посреднической помощи соответствующих негосударственных организаций.*

2. *Таким образом, в стране впервые легализуется новая форма внешнеэкономической деятельности, связанная с государственным регулированием внешней трудовой миграции, изучением конъюнктуры международного рынка рабочей силы, применением положений Венских договоренностей и других международных документов относительно правового и социально-экономического положения наших рабочих-*

мигрантов и членов их семей в иностранных государствах, включая социальное страхование, медицинское обслуживание, пенсионное обеспечение, трансферт заработных средств, выезд членов семей к месту работы кормильца и т. д.

3. В этих целях при участии Государственного комитета РСФСР по занятости населения, Всесоюзного внешнеэкономического объединения «Союзвнешобразованье», Института Европы Академии наук, муниципальной корпорации профессионального развития «Москва», межотраслевой внедренческой фирмы «Энергия-ХИХ», страхового общества «Сервисрезерв» и малого государственного предприятия «Старт», имеющих значительный опыт работы по командированию специалистов в различные страны по межправительственным соглашениям и контрактам, в октябре 1991 г. впервые учреждено и зарегистрировано в установленном порядке Товарищество с ограниченной ответственностью по содействию внешней трудовой миграции и стажировке граждан за границей «Загрантруд».

4. Преимущество ТОО «Загрантруд» в том, что Товарищество осуществляет работу при участии государственных и коммерческих структур России, часть которых является его учредителями».

Пересказать этот текст – значит «перевести» его на другой язык, язык повседневного общения. Приведем такой стилистический эксперимент: каждый блок информации попробуем выразить средствами разговорной речи.

1. По закону можно поехать за границу работать, самому там что-то найти, заключить контракт.

2. Сейчас у нас есть такие фирмы, которые помогают в этом, «Загрантруд» например.

3. Там могут подсказать, где кто требуется, какие права у тех, кто едет за границу работать, все, в общем: про родственников, – могут ли приехать, про страховку, медицину, пенсию; как деньги переводить и т. д.

4. Большой плюс этой фирмы, что ей много других фирм помогает, и государственных тоже. Это надежно.

Новый текст непригоден для делового общения, но он удобен для бытовой ситуации, так как устранены все «помехи»: подробный перечень организаций-учредителей, точные формулировки законов, громоздкие синтаксические конструкции, специальные термины: *работодатель, трансферт, конъюнктура, миграция* и др.

**Дипломатический** подстиль реализуется в текстах международных договоров, нот, заявлений.

Язык дипломатии занимает особое место в системе подстилей официально-делового стиля. Это связано с его историей. В Западной

Европе в качестве дипломатического языка в средние века использовался латинский, а в XVIII–XIX вв. французский язык. Отсюда большое количество терминов французского, латинского и греческого происхождения: *атташе, аккредитование, конвенция, пакт, депозитарий*. Используются и русские термины, которые применялись в русской дипломатии еще в XII в.: *посол, посольство, посланник, поверенный в делах, наблюдатель*. В дипломатии существует свой, особый речевой этикет, который является частью **дипломатического протокола**.

Протокол – совокупность общепринятых обязательных правил, традиционно соблюдаемых в международном общении. (В других подстилях слово «протокол» употребляется в значении «документ с записью всего происходившего на заседании, собрании»).

В языке дипломатии используются специальные этикетные слова, обозначающие титулы и формы титулирования: *король, королева, принц, шахиншах, Его Высочество, Его Превосходительство*.

Обращение *господин и госпожа* раньше употреблялись только в языке дипломатии, однако в последние годы они стали употребляться достаточно широко.

Дипломатический подстиль – это язык, на котором ведутся официальное дипломатическое общение, составляются документы и договоры. Дипломатический словарь включает специальные термины, выражения, условные фразы, например: *добрые услуги, третьейское разбирательство, модус вивенди, статус кво, вето*.

Если политический деятель или дипломат заявляет другому правительству, что его правительство *не может безразлично относиться к какому-нибудь международному конфликту*, он при этом совершенно ясно даёт понять, что правительство вмешается в конфликт. Если употреблены слова типа: *правительство считает необходимым сохранить за собой право...*, – следует читать: «Правительство не позволит». Если говорится, что *Правительство не может отвечать за последствия*, это значит, что возможен инцидент, который приведет к войне. Если в ноте или в речи употребляются слова *Правительство смотрит с беспокойством* или *с глубоким беспокойством*, тогда ясно, что речь идет о вопросе, по отношению к которому правительство намерено занять решительную позицию.

Посредством таких осторожных выражений политические деятели имеют возможность без прямых угроз сделать серьезное предостережение иностранному государству. Если на эти послания не отреагируют должным образом, можно подняться на другую ступень, сохраняя вежливый и примирительный тон. Выражения *в таком случае мое правительство будет вынуждено пересмотреть свою позицию* или *оставляет за собой свободу действия* дают понять, что предполагается разрыв дипломатических отношений.



В дипломатических документах (коммюнике, нотах, заявлениях) используются образные средства, сближающие их с публицистическими текстами.

В международной практике широко применяются характерные для международных документов всех стран топонимы в переносном (метонимическом) значении, сюда относятся и названия зданий.

*Белый дом* – в значении «правительство США».

*Капитолий, «Капитолийский холм»* – конгресс США.

*Уайтхолл* – правительство Англии.

*Пентагон* – военное ведомство США.

В значении «правительство» может выступать и название реки:

*«Знают ли об этом на Темзе?»;*

*«Недаром правящие круги на Рейне отвергают идею референдума по вопросу размещения американских ракет».*

Название столицы используется как обозначение правительства страны:

*«У Москвы слова не расходятся с делом, – к такому выводу приходят в эти дни объективные наблюдатели на Западе»;*

*«Следуя в опасном фарватере проводимого ныне президентом США курса на подрыв международной разрядки, Оттава пошла на ряд необдуманных односторонних акций»;*

*«Попытки Вашингтона создать новые военные блоки, расширить свое присутствие в разных частях света – все это наносит ущерб разрядке, разжиганию военного пожара»;*

*«Что думают в Бонне и Женеве?».*

Нередко употребляются устойчивые сочетания типа *дух Женевы, дух Бонна* в значении «основное направление, основные принципы международной политики, принятые на совещании, конференции в данном городе». Название города выступает в значении названия договора или политики, связанной с этим договором:

*«Уроки Мюнхена актуальны до сих пор».*

К другой группе экспрессивных лексических средств относятся выразительные обозначения отдельных явлений международной политики, формулировки политических доктрин, сложившегося международного положения. Одни из них имеют положительную эмоциональную окраску, другие – отрицательную. Например: *мирное выступление, пакет мирных инициатив, марш мира, акт доброй воли*. Это устойчивые сочетания с положительной окраской.

К лексическим сочетаниям с отрицательной окраской можно отнести следующие:

*политика большой дубинки* (открытое вмешательство во внутренние дела государств, выражающееся как в вооруженной интервенции, так и в установлении экономического и политического контроля);

*политика выкручивания рук* (насильственное принуждение следовать указанному курсу);

*тактика переговоров ради переговоров* (стремление избегать конкретных соглашений).

Большую группу составляют отрицательно окрашенные фразеологизмы со словом *дипломатия*: *дипломатия доллара, атомная дипломатия, тихая дипломатия, дипломатия за кулисами*.

Сложившееся международное положение характеризуют такие устойчивые сочетания, как *политическая кухня, политический товар, имперские амбиции, сионистские марионетки*.

Некоторые жанры дипломатических документов предполагают достаточно высокую степень эмоциональности и экспрессивности, например, нота.

*«Народам Средиземноморья пришлось многое пережить за свою историю.*

*От бесчисленных конфликтов, сотрясавших древний Египет, Грецию, Рим, Карфаген, до обеих мировых войн нынешнего столетия.*

*Этот район испытал на себе все превратности вооруженного соперничества государств... Дойдя в наше время до худшего, Средиземноморье стало бы мертвым морем во всем значении этого слова. Многим центрам цивилизации и культуры угрожала бы участь, сходная с участью Помпеи. Даже люди, свободные от религиозных воззрений, могут понять чувства миллионов христиан и мусульман в связи с тем, что в осуществлении замыслов руководителей НАТО ядерное оружие оказывается почти под стенами Ватикана и Иерусалима, Мекки и Медины».*

Сочувственную интонацию первой фразе придают слова *пришлось пережить*. Во втором предложении обращает на себя внимание определение *сотрясавших*. Оно позволяет не только объединить завоевательные войны египетских фараонов, пунические войны, обе мировые войны, но и подчеркнуть драматический характер этих событий. Выражение *дойдя в наше время до худшего* дает простор воображению читателя. Продолжение этой фразы: *«Средиземное море стало бы мертвым морем во всем значении этого слова»* – это редкий в дипломатических документах случай использования игры слов и понятий для усиления эмоционального выражения мыслей.

Этой же цели служит упоминание Помпеи. По ассоциации у читателя в воображении невольно возникают картины, которые не удалось бы вызвать описанием свойств ядерного оружия. Упоминание святых мест призвано воздействовать на религиозные чувства читателя, приобщают его к высокой духовной сфере, в которой объединяются все человеческие устремления.

Форма документа имеет значение не меньшее, чем содержание. Традиционно различают следующие пять видов документов дипломатической переписки:

- 1) личные ноты;
- 2) вербальные ноты;
- 3) памятные записки;
- 4) меморандумы;
- 5) частные письма полуофициального характера.

**Нота** – официальный дипломатический документ, которым оформляются различные вопросы отношений между государствами (заявление протеста, уведомление о каком-нибудь факте и т. д.).

**Личная нота** – посылается по вопросам важного и принципиального значения или в порядке официальной информации о каком-либо важном событии, а также в соответствии с установленными требованиями дипломатического протокола в стране пребывания. Личная нота посылается с информацией об изменении названия государства, о формировании нового правительства своей страны, по важному вопросу двухсторонних отношений и т. п. Текст личной ноты заканчивается выражением уважения («комплиментом»). Это очень важный формальный элемент личной ноты. Неправильное употребление «комплимента» можно расценить как намеренное желание нанести ущерб престижу лица, которому адресована личная нота.

«Комплименты» различны и применяются в зависимости от политического, служебного положения или ранга лица, которому посылается личная нота. Они могут быть отнесены к премьер-министру, председателю парламента, министру иностранных дел, послам и лицам равноценного им положения или ранга:

*«Прошу Вас (указывается должность) принять уверения в моем весьма высоком к Вам уважении».*

Заместителям министра, директорам департаментов, если они не имеют личного ранга посла, посланникам, советникам-посланникам и лицам равноценного положения:

*«Прошу Вас (указывается положение) принять уверение в моем высоком уважении (или почтении)».*

Приведем текст личной ноты.

**(название города)**  
**(дата)**

*Уважаемый Господин Директор,*

*Этим письмом я хотел бы еще раз поблагодарить Вас за Ваше любезное приглашение на концерт симфонического оркестра возглав-*

*ляемой Вами Консерватории. Блестящее исполнение оркестром всей программы концерта, в особенности 5-й симфонии П.И. Чайковского, доставило мне истинное удовольствие.*

*Я был бы Вам очень признателен, если бы Вы передали мои живейшие поздравления дирижеру Господину Лунде и всем артистам замечательного оркестра.*

*С глубоким уважением!*

*(подпись) Посол ФРГ*

Личное послание, личная нота в последние годы получает все более широкое применение в практике международного общения.

### **Тема 3. Унификация языка деловых бумаг**

Унификация – приведение чего-либо к единой системе, форме, к единообразию. Суть унификации служебных документов сводится к сокращению видов документов, приведению к единообразию их форм, структуры, языковых конструкций и операций по обработке, учету и хранению. Приведение документационного потока к единым формам и стандартам предполагает также единообразное размещение реквизитов на бланках документа, сокращение их форматов, а также обеспечение сопоставимости информации во взаимосвязанных документах и применение трафаретных текстов.

Стандартизация официальных бумаг заключается в установлении в государственном масштабе оптимальных правил и требований по разработке и оформлению документов. Эти правила принимаются в установленном порядке для всеобщего и многократного применения в делопроизводстве. Результаты разработки при этом оформляются в виде межгосударственных (ГОСТ), государственных (ГОСТ Р), отраслевых (ОСТ) стандартов, а также стандартов предприятий и учреждений (СТП). Особенность унификации языка служебных документов состоит в формировании системы стандартных языковых моделей, отражающих типовые ситуации делового общения. При этом «под моделью понимают и логическую, и синтаксическую конструкцию (конструкцию предложения), охватывающую максимальное количество управленческих ситуаций» [16, 7].

Наиболее значимым с точки зрения типизации ситуаций общения является фактор цели, поскольку именно цель совершения речевого действия обуславливает тип и стиль создаваемого документа.

При всем многообразии письменного делового общения его инициатор решает, как правило, типовые задачи:

- информирование адресата;

- привлечение внимания к проблеме;
- побуждение к действию (решению проблемы, участию в каком-либо деле, совершению каких-либо действий);
- придание юридического статуса какому-либо событию (документирование заключаемых отношений, сделок, совершаемых финансовых операций и т. д.);
- инициирование и поддержание деловых отношений;
- решение конфликтных ситуаций (выражение несогласия, претензий).

Решение тех или иных задач делового общения реализуется в речевых действиях, ключевым словом которых является так называемый глагол-действие: *просим, предлагаем, направляем, прилагаем, рекомендуем, сообщаем, гарантируем* и т. д.

Языковая модель, выражающая то или иное речевое действие, состоит, как правило, из двух частей – мотивации действия и собственно речевого действия. Например:

*В порядке оказания помощи (мотивация) прошу (речевое действие) Вас... Согласно Вашей заявке (мотивация) высылаем (речевое действие) ... В целях обмена опытом (мотивация) направляю (речевое действие) в Ваш адрес...*

**Цель**, которую ставит перед собой инициатор делового общения, определяет не только выбор языковых моделей, но, прежде всего, **тематический и функциональный тип деловой бумаги**.

Цель	Тип документа	Языковые модели
Информирование	Служебная записка, сопроводительное письмо, письмо-сообщение и др.	<i>Довожу до Вашего сведения..; высылаем запрошенные Вами..; извещаем Вас о том, что..; информируем Вас о том, что..; сообщаем, что..; уведомляем, что...</i>
Побуждение	Приказ, распоряжение, указание и т. д.	<i>Назначить расследование по факту..; ввести в эксплуатацию..; изыскать дополнительные возможности для..; обязываю всех начальников отделов предприятия...</i>
Придание юридического статуса чему-либо	Договор	<i>(Наименования сторон) заключили настоящий договор о нижеследующем..; настоящий договор составлен в том, что..; организация в лице администрации обязуется...</i>
	Доверенность	<i>Я, нижеподписавшийся, доверяю..; настоящей доверенностью уполномочиваю...</i>
	Справка	<i>Дана ... в том, что ... действительно работает...</i>

Цель	Тип документа	Языковые модели
Инициирование, поддержание отношений	Гарантийное письмо	<i>Гарантируем, что..; фирма ... гарантирует...</i>
	Письмо-просьба	<i>Просим Вас..; убедительно прошу Вас решить вопрос..; нам хотелось бы привлечь Вас..; сообщите нам, пожалуйста...</i>
Выражение предупреждения, требования, отказа	Письмо-приглашение и т. д.	<i>Примите наше приглашение..; позвольте пригласить Вас..; мы будем весьма признательны за участие в...</i>
	Письмо-напоминание	<i>Напоминаем, что..; вторично ставим Вас в известность...</i>
	Письмо-требование (рекламация)	<i>Мы предъявляем претензию к (качеству товара); мы официально заявляем Вам рекламацию на...</i>
	Письмо-ответ (отказ от предложения) и т. д.	<i>Ваше предложение отклонено по следующим причинам..; к сожалению, мы не можем положительно откликнуться на Ваше предложение о...</i>

Таким образом, все смысловые аспекты документа реализуются в виде устойчивых логических форм – моделей. В результате процесс составления официальной бумаги сводится к соединению в определенной логической последовательности стандартных языковых моделей. Например, подтверждение получения чего-либо может быть представлено следующими языковыми моделями:

*Подтверждаем получение Вашего заказа.*

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа.*

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению.*

*С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению на условиях заключенного ранее договора.*

Приведение языковых и текстовых средств служебных документов к единому образцу, т. е. стандартизация и унификация деловой письменной речи, оправдано соображениями удобства, экономией времени при составлении текстов деловых писем, их обработке.

Наименее трудоемким способом составления официального письма является использование типовых текстов и текстов-трафаретов, применимых для передачи однотипной повторяющейся информации.

Типовой текст – это текст-стереотип, используемый в качестве примера или основы для создания нового документа. Способ создания документов по образцу-стереотипу называется **типизацией документов**. Он используется для построения текстов аналогичного содержания,

соответствующих аналогичным ситуациям делового общения на производстве, в торговле, в государственных учреждениях и т. д.

**Трафаретизация** – способ фиксации информации в виде текста с пробелами, предназначенными для заполнения их переменной информацией, которая зависит от конкретной ситуации. Примеры трафаретных бланков текстов – бланки справок отделов кадров, командировочных удостоверений и др. В деловой переписке также используются трафаретные тексты, например, в письмах-приглашениях, письмах-заявках и т. д. Трафаретным способом оформляются тексты договоров, соглашений, контрактов.

Применение трафаретных бланков существенно сокращает время, затрачиваемое на составление документов. Кроме того, трафаретный способ составления документов сводит к нулю возможность нескольких толкований текста.

Процесс создания трафаретных писем – это выделение для группы однородных писем постоянных частей текста или реквизитов и определение объемов пробелов для вписывания меняющихся сведений.

При составлении текстов-трафаретов важно помнить следующую закономерность порядка слов в русском языке: постоянная информация всегда предшествует переменной (поэтому трафаретный текст не может начинаться с пробела); постоянная информация всегда располагается до сказуемого, которое является организующим членом предложения [18, 10].

### Пример текста-трафарета

**СПРАВКА**

Тов. \_\_\_\_\_ работает \_\_\_\_\_  
(фамилия, инициалы) (название учреждения)  
в должности \_\_\_\_\_ . Оклад \_\_\_\_\_ .  
Справка выдана для предоставления \_\_\_\_\_ .  
Начальник отдела кадров \_\_\_\_\_ .

Следует отметить, что многообразие современных деловых отношений, увеличение количества нестандартных ситуаций, отражающихся в деловой переписке, уменьшает возможность использования трафаретных текстов как способа делового общения.

### Языковые формулы официальных документов

Особенность языка и стиля официальных бумаг – **использование устойчивых (шаблонных, стандартизированных) языковых оборотов**, позволяющих с высокой степенью точности отражать регулярно

повторяющиеся ситуации и роли делового общения. За многолетнюю практику деловой переписки были выработаны языковые формулы, позволяющие ясно и лаконично излагать **мотивы, причины и цели** официального послания; формулировать просьбу, **предупреждение, распоряжение, отказ, заверение** и т. д. Соединение в определенной последовательности языковых формул, отражающих смысловые аспекты сообщения, позволяет моделировать текст документа, его структуру; упрощает процедуру создания официальной бумаги.

## Глава 2. Деловая документация

### Тема 1. Документы и их функции

Формирование официально-деловой письменной речи во всех языковых культурах обусловлено развитием государственности, аппарата управления и связано с необходимостью документально закреплять правовые отношения юридических и частных лиц. Интернациональные свойства делового письма – следствие универсальности задач, которые оно призвано решать, а именно – служить инструментом делового общения, языковым средством фиксации (документирования) управленческой, деловой, служебной информации.

К служебной информации предъявляются общие требования: достоверность (объективность), актуальность (необходимость, новизна, своевременность), убедительность (аргументированность), полнота (достаточность информации).

*Документирование* – регламентированный процесс записи информации на бумаге или ином носителе, обеспечивающий ее юридическую силу. В деловом общении документирование имеет особое значение. Действительно, ссылка на какую-либо устную договоренность или распоряжение может быть опровергнута или подвергнута сомнению, но если данная договоренность или распоряжение имеют форму документа, то ссылка на него обоснована юридически. Правила документирования устанавливаются правовыми актами каждого государства или вырабатываются традицией.

Итог документирования – создание документа. В социальном плане любой официальный документ **полифункционален**, т. е. одновременно выполняет несколько функций, что и позволяет ему удовлетворять различные общественные и личные потребности.

Слово *документ* происходит от латинского слова *documentum* (доказательство, свидетельство). В русский язык слово вошло в Петровскую эпоху: документами стали называть деловые бумаги, имевшие



правовую значимость. В дальнейшем у слова *документ* развились 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.).

Определение служебный документ разграничивает две сферы общественной практики: административно-управленческую, где используются служебные документы, и научно-техническую, где применяется техническая или научная документация.

Существует около 60 видов управленческих документов. Служебные документы делятся на несколько больших групп по своему функциональному значению: личные, директивные и распорядительные, административно-организационные, информационно-справочные, деловые письма, финансовые и учетные документы.

Каждый документ имеет определенную текстовую форму. Различаются пять типов записи текстов: линейная запись (автобиография, заявление, доверенность и др.), трафарет (справки, контракты, договоры и др.), таблица (финансовые ведомости и др.), анкета (личный листок по учету кадров и др.), тексты-аналоги (приказы, решения, постановления и др.).

Образцы управленческих документов, их композиция и оформление закреплены в государственном стандарте «Организационно-распорядительная документация. Основные положения».

### **Функции документов**

Среди функций документа выделяют **общие** и **специальные**.

**Общие** функции документа:

- информационная: любой документ создается для сохранения информации;
- социальная: документ является социально значимым объектом, поскольку порожден той или иной социальной потребностью;
- коммуникативная: документ выступает в качестве средства связи между отдельными элементами общественной структуры, в частности между учреждениями;
- культурная: документ – средство закрепления и передачи культурных традиций, этапов развития цивилизации. Так, в научно-технической документации находит отражение уровень научного и технического развития общества.

**Специальные** функции документа:

- управленческая: документ является инструментом управления; этой функцией наделены так называемые управленческие до-

кументы (плановые, отчетные, организационно-распорядительные документы и др.), специально создаваемые для целей управления;

- правовая: документ является средством закрепления и изменения правовых норм и правоотношений в обществе. Правовую функцию выполняют законодательные и правовые нормативные акты, а также документы, приобретающие правовую функцию на время. Так, для использования в качестве судебного доказательства это может быть любой документ;
- функция исторического источника: документ выступает в качестве источника исторических сведений о развитии общества.

## Тема 2. Личные документы. Заявление и доверенность

**Заявление** – документ, содержащий просьбу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.

1. Расположение частей заявления:

- 1) наименование пишется вверху с отступом в треть строки;
- 2) фамилия, имя и отчество заявителя – под адресатом, с предлогом *от* или без него;
- 3) после слова заявление ставится точка, если нет предлога *от*;
- 4) текст заявления пишется с красной строки;
- 5) дата ставится слева; подпись – справа.

Оформление наименования адресата: если оно представляет собой название организации, то ставится в винительном падеже; если это название должностного лица – в дательном падеже.

2. Клишированные формы:

- 1) просьба выражается: *Прошу + инфинитив (разрешить, допустить и т. п.). Прошу Вашего разрешения (согласия) + на что? (на зачисление, на выезд и т. д.).*
- 2) конструкции для ввода аргументации: *ввиду того что...; в связи с тем, что...; на основании того, что; потому что...; так как...; учитывая (что?)...*

**Доверенность** – документ, с помощью которого одно лицо предоставляет другому лицу полномочия предпринять за него какое-либо действие (чаще всего – получить что-либо).

1. Расположение частей доверенности:

- 1) наименование документа пишется в центре строки;
- 2) текст начинается с красной строки;

- 3) дата – слева, подпись – справа;
- 4) под датой и подписью необходимо предусмотреть место, чтобы заверить документ.

2. Клишированные формы:

Кто? + доверяю + кому? инфинитив (получить)

### Тема 3. Распорядительные документы

**Постановление** – правовой акт, принимаемый высшими и некоторыми центральными органами коллегиального управления в целях разрешения наиболее важных и принципиальных задач, стоящих перед данными органами.

**Распоряжение** – акт управления государственного органа, имеющий властный характер, изданный в рамках присвоенной должностному лицу, государственному органу компетенции, имеющий обязательную силу для граждан и организаций, которым распоряжение адресовано. Распоряжения являются **подзаконными актами** и делятся на две группы: распоряжения общего и конкретного характера длительного действия и распоряжения, касающиеся конкретного узкого вопроса, разового случая.

**Приказ** является самым распространенным видом распорядительного документа, применяемого в практике управления. Он издается для регулирования отношений по основным вопросам, а именно: по вопросам внутренней жизни учреждения, организации, предприятия, по вопросам создания, ликвидации, реорганизации учреждений или их структурных частей; утверждения положений, инструкций, правил и т. п. документов, требующих утверждения, а также по кадровым вопросам приема, перемещения, увольнения работников и др.

1. Текст распорядительного документа должен иметь заголовок. Заголовок начинается с предлога *о(об)* и формулируется при помощи существительных, называющих основную тему документа.

Например: *О назначении...; Об утверждении...; Об итогах...; О мерах... и т. п.*

2. Текст состоит из двух взаимозависимых частей – констатирующей и распорядительной.

**Констатирующая часть** – это введение в существо рассматриваемого вопроса. В ней могут быть перечислены факты, события, дана им оценка. Нередко в констатирующей части дается пересказ акта вышестоящего органа, во исполнение которого издается данный распорядительный документ. В этом случае указывается вид акта, его автор, полное название, номер и дата, т. е. приводятся все выходные данные. Кон-

стативирующая часть необязательна, она может и отсутствовать, если нет необходимости давать разъяснения.

3. Основную нагрузку в распорядительных документах несет распорядительная часть, которая излагается в повелительной форме. В зависимости от вида документа она начинается словами: *постановляет* – в постановлении; *решает (решил)* – в решении; *предлагаю* – в распоряжении; *приказываю* – в приказе. Вид распорядительного документа предопределяет и характер изложения его текста. Слова *постановляет, решает (решил), предлагаю, приказываю* печатаются прописными буквами или строчными в разрядку, т. е. они зрительно выделяются и таким образом отделяют констатирующую часть документа от распорядительной. Располагаются эти слова с отдельной строки от нулевого положения табулятора. В постановлениях и решениях перед словами *постановляет и решает* указывается название

С новой строки (с абзаца) следует текст постановляющей части.

Если распорядительная часть предполагает различные по характеру действия коллективного органа и нескольких исполнителей, она делится на пункты, которые нумеруются арабскими цифрами. В каждом пункте указываются исполнитель (организация, структурное подразделение, конкретное должностное лицо), предписываемое действие и срок исполнения. Исполнитель указывается в дательном падеже. Можно указывать и обобщенно. Например: *Директорам заводов..; Руководителям архивов...* Предписываемое действие выражается глаголом в неопределенной форме. Например: *Кому? что сделать? – подготовить; зачислить; организовать; обеспечить* и т. д.

#### **Тема 4. Административно-организационные документы**

**Контракт.** К административно-организационным документам относятся: планы, уставы, правила, отчеты, контракты, договоры и др. На примере контракта можно проследить различные языковые особенности, характерные для служебных документов: употребление специальных терминов, отыменных предлогов, слов, принадлежащих канцелярской речи; преимущественное использование страдательных конструкций, трафаретность в изложении текста и многое другое.

**Контракт, или договор** – соглашение двух или более сторон, направленное на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей. Он заключается как между отдельными гражданами, между гражданами и организациями, так и между организациями.

По согласованию сторон контракт может быть расторгнут в любое время. Если одна из сторон письменно не заявит о прекращении договора за истечением обусловленного срока, контракт каждый раз автоматиче-

чески продлевается на такой же срок. По инициативе Фирмы контракт (трудовое соглашение) может быть досрочно расторгнут без каких бы то ни было дополнительных выплат и компенсаций, в случае: а) прогула сотрудника, б) двукратного грубого нарушения трудовой дисциплины в течение 30 дней, в) появления на работе в нетрезвом состоянии.

В остальных случаях при досрочном расторжении контракта по инициативе Фирмы, последняя обязана выплатить среднемесячный заработок в качестве выходного пособия.

В административно-организационных документах широко применяется *рубрицирование*, необходимое при перечислении положений устава, пунктов плана и отчета, обязательств и прав договора и контракта. Существуют некоторые правила рубрицирования, которые следует знать.

## **Тема 5. Информационно-справочные документы. Справки и докладные записки**

**Справки** – документы, содержащие описание и подтверждение тех или иных фактов и событий. Справки обычно делят на две группы: информация о фактах и событиях служебного характера и справки, выдаваемые заинтересованным гражданам и учреждениям, удостоверяющие какой-либо юридический факт. Это справки о подтверждении места учебы и работы, занимаемой должности, заработной плате, месте проживания и т. п.

**Докладная записка** – документ, адресованный руководителю данного или вышестоящего учреждения и информирующий его о сложившейся ситуации, имевшем место явлении или факте, содержащий выводы и предложения составителя. Текст докладной записки делится на две части: констатирующая, где излагаются факты или описывается ситуация, и вторая – где излагаются предложения, просьбы.

1. Тексту докладной записки обязательно предшествует заголовок.

2. Внутренние докладные записки, подаваемые руководителю структурного подразделения или руководителю учреждения, оформляются на простом листке бумаги. Машинописным способом воспроизводятся реквизиты бланка; наименование структурного подразделения, вид документа, дата. Подписывает документ его составитель.

3. Внешняя докладная записка, адресуемая в вышестоящие инстанции, оформляется на общем бланке учреждения и подписывается руководством.

4. Как и во всяком документе, в докладной записке заголовок начинается с предлога *о* и формулируется с помощью отглагольного существительного: *О назначении.., О проверке* и т. п.

## Глава 3. Деловые письма

### Тема 1. Виды делового письма

Деловые письма применяются для решения многочисленных оперативных вопросов, возникающих в управленческой деятельности. Отсюда вытекает разнообразие содержания писем. Классификация деловых писем построена на основании типологии производственных ситуаций, вызывающих необходимость в переписке.

По функциональному признаку письма можно разделить на две группы:

1) письма, требующие письма-ответа (письмо-вопрос; письмо-просьба; письмо-обращение; письмо-предложение);

2) письма, не требующие письма-ответа (письмо-предупреждение; письмо-напоминание; письмо-приглашение и др.).

Письма-ответы должны всегда содержать индекс того письма, которое явилось причиной переписки.

Письма можно классифицировать по аспектам. Можно выделить следующие аспекты в содержании деловых писем:

1) факт напоминания – письмо-напоминание;

2) выражение гарантии – письмо гарантийное;

3) указание на достигнутую степень согласия, свершившийся факт – письмо-подтверждение;

4) информирование о намечаемых или уже проведенных мероприятиях – информационное письмо;

5) указание на факт отправки прилагаемых к письму документов – сопроводительное письмо;

6) предупреждение о возможных ответных шагах и т. д. – письмо-предупреждение.

Одно и то же письмо может содержать гарантию, просьбу и напоминание, т. е. быть многоаспектным.

По тематическому признаку проводится условное различие между деловой и коммерческой корреспонденцией. Считается, что переписка, которая оформляет экономические, правовые, финансовые и все другие формы деятельности предприятия, называется деловой корреспонденцией, а переписка по вопросам материально-технического снабжения и сбыта относится к коммерческой корреспонденции. В сфере торговых отношений сложились определенные типы коммерческих писем: письмо-запрос; ответ на запрос; письмо-извещение; письмо-предложение (оферта); письмо-ответ на предложение; письмо-

подтверждение заказа; письмо-отказ от поставки товара, от оплаты и т. п.; письмо-рекламация; письмо-ответ. Количество видов писем соответствует количеству практических ситуаций, вызывающих необходимость письменного общения партнеров.

Рассмотрим некоторые виды деловых писем.

**Сопроводительное письмо** – письменный текст, который информирует адресата о направлении документов, прилагаемых к письму.

**Письмо-приглашение** – письменное приглашение адресату принять участие в каком-либо проводимом мероприятии. Они могут адресоваться как конкретным лицам, так и учреждениям. В них раскрывается характер проводимого мероприятия, указываются сроки проведения и условия участия в нем.

**Гарантийное письмо** – документ, обеспечивающий исполнение изложенных в нем обязательств. В нем адресату обычно гарантируется оплата или предоставление чего-либо (места работы, проведения исследований и т. п.). Эти письма имеют повышенную правовую функцию, поэтому изложение текста должно быть предельно четким и ясным.

**Инициативное письмо** – это письмо, требующее ответа. Большая категория таких писем выражает просьбу (предложение, запрос) к адресату о решении каких-либо вопросов.

**Письмо-ответ** – по своему содержанию носит зависимый характер от инициативных писем, так как тема его текста уже задана и остается изложить характер решения поставленного в инициативном письме вопроса: принятие или отказ от предложения, выполнение просьбы.

**Письмо-запрос** – коммерческий документ, представляющий собой обращение импортера к экспортеру с какой-либо просьбой.

## Тема 2. Языковые конструкции деловых писем

### Заголовок к тексту

Предлог *о* + сущ. в предложном падеже – *О поставке автомобилей*; *По вопросу* *о* + сущ. в предложном падеже – *По вопросу о поставке пшеницы*; *Касательно* + сущ. в родительном падеже – *Касательно заказа на поставку зерна*.

### Обращение

*Уважаемый господин..! Уважаемые господа! Уважаемый Николай Иванович, Уважаемая Ирина Петровна!*

### Выражения, подтверждающие получение письма, документов, товаров и т. п.

*Мы получили Ваши письма от (дата)*

*Ваше письмо от (дата) получено нами*

*Сообщаем Вам, что мы (своевременно) получили Ваше письмо от (дата)*

*(Настоящим) подтверждаем (с благодарностью) получение + сущ. в родительном падеже – получение нового прейскуранта, получение Вашего каталога*

### Выражение благодарности

*Благодарим Вас за + сущ. в винительном падеже – ...Ваше письмо*

*Мы Вам очень благодарны за + сущ. в винительном падеже – ...Ваш своевременный ответ*

*Заранее благодарим за + сущ. в винительном падеже – ...Ваше участие*

*Мы были бы Вам очень признательны (благодарны), если бы Вы + глагол – ...прислали нам Ваш прейскурант*

### Выражения, объясняющие мотивы

*В порядке оказания технической, помощи...*

*В связи с тяжелым положением...*

*В связи с проведением совместных работ...*

*В соответствии с письмом заказчика...*

*В соответствии с протоколом...*

*В целях усиления охраны государственного имущества...*

*В ответ на Вашу просьбу...*

*В подтверждение нашего телефонного разговора...*

*В подтверждение нашей договоренности...*

*Ссылаясь на + сущ. в винительном падеже – ...Вашу телеграмму от 13 июля, заказываем 6 000 т пшеницы*



*На основании + сущ. в родительном падеже – ...торгового соглашения между Россией и Германией*

*В ответ на + сущ. в винительном падеже – ...Ваш запрос от 20 января с.г. предлагаем Вам...*

### **Выражение просьбы**

*Просим... – ...Вас проверить ход выполнения работ...; ...выслать в наш адрес более подробную информацию...; ...принять меры...*

*Прошу... – ...сообщить данные о производительности...*

### **Отправка документов или материальных ценностей**

*Направляем... – ...чертежи сборки машин...*

*Высылаем... – ...подписанный с нашей стороны договор...*

*Посылаем... – ...интересующую Вас документацию заказной бандеролью...*

### **Подтверждение**

*Подтверждаем... – ...получение спецификаций на...*

*С благодарностью подтверждаем... – ...получение Вашего заказа и приступаем к его выполнению...*

*Завод «Прогресс» подтверждает... – ...условия поставки оборудования...*

### **Напоминание**

*Напоминаем, что... – ...по плану совместных работ Вы должны...; ...в соответствии с... Вы должны...*

*Напоминаем Вам, что... – ...Ваша задолженность по оплате составляет...; ...срок представления рукописи истекает...*

### **Извещение**

*Сообщаем что... – ...к сожалению, не можем Вам выслать...; ...задержка в отгрузке... произошла ввиду...*

*Ставим Вас в известность, что ...руководство завода приняло решение...; ...Ваше предложение принято...*

### **Гарантия**

*Оплату..., Качество изделий..., Сроки выполнения... - ...гарантируем...*

### **Предложение**

*Мы можем предложить Вам... – ...автоматизированную систему управления в счет взаимных поставок на 20... г.*

*Предлагаем Вам... – ...приобрести... на комиссионных началах...*

*Мы можем рекомендовать Вам... – ...подрядчика, который гарантирует выполнение указанной работы в период с... по...*

### **Приглашение**

*Приглашаем... – ...представителя Вашего предприятия посетить...; ...Вас принять участие в обсуждении проекта...*

*Просим принять участие... – ...в обсуждении проблемы...*

### **Отказ и отклонение предложения (проекта)**

*Ваше предложение (проект) отклонено по следующим причинам...*

*Присланный Вами проект титульного списка по объектам строительства на сумму... нами не может быть утвержден по следующим причинам: 1., 2...*

### **Интерпретация собственной позиции**

*Наши обращения по данному вопросу не привели к положительным результатам...*

*Возражений против конструкции не имеем...*

*Мы не можем поставить Вам...*

### **Интерпретация действий другой стороны**

*Совершенно необъяснимо, почему Ваш завод задерживает высылку прессформ...*

*Данные Вами обещания не выполняются...*

*Такая задержка может привести...*

### **Заключительные слова**

*Убедительно просим Вас не задерживать ответ.*

*Просим извинить нас за задержку с ответом (за допущенную ошибку).*

*Надеемся, что наша просьба будет выполнена. С уважением (подпись).*

Если автор – **лицо юридическое**, то действия передаются:

- от третьего лица единственного числа, например: *Завод «Прогресс» не возражает... Кооператив «Поиск» гарантирует... Совместное советско-английское предприятие «Рэнк ксерокс» предлагает...;*
- от третьего лица множественного числа, например: *Дирекция, профсоюзный комитет завода «Прогресс» убедительно просят...;*
- от первого лица множественного числа, например: *Просим... Сообщаем... Подтверждаем...*

Если автор – **лицо физическое**, то действия передаются:

- от первого лица единственного числа, например: *Прошу... Ставлю Вас в известность... Довожу до Вашего сведения...;*
- от первого лица множественного числа, например: *Поздравляем... Поддерживаем... Одобряем... Мы получили Вашу телеграмму...*

### Тема 3. Особенности русской и зарубежной школ делового письма

В значительной степени новые тенденции в русском деловом письме обусловлены расширением деловых связей с зарубежными партнерами. Знакомство с зарубежной школой делового письма становится необходимостью, поскольку эффективность письменного диалога во многом зависит от знания речевых оборотов, формул, особенностей стиля, принятых в практике деловой переписки страны получателя корреспонденции.

Главной особенностью русской официально-деловой письменной речи все еще остается строгая функциональность, так называемый «телеграфный» стиль. Одновременно в западной и американской деловой переписке к письму предъявляются те же требования, что и к разработкам рекламного характера. В американской деловой корреспонденции, в частных деловых письмах нередко встречаются цитаты из Библии, из работ западных и американских философов, отрывки из стихов, народная мудрость, используемые с целью продемонстрировать красноречие и эрудицию автора.

В книге известного американского специалиста в области маркетинга и делового письма Р. Теппера «250 писем и записок в помощь менеджеру» формулируется основной принцип составления деловых писем. Его суть выражается формулой: *Внимание – Интерес – Просьба – Действие* (сравните с формулой построения рекламных текстов: *Внимание – Интерес – Желание – Действие*). Следуя этому принципу, авторы деловых писем должны постоянно думать о средствах привлечения внимания, пробуждения и удержания интереса к излагаемому в письме вопросу, просьбе, чтобы побудить адресата к действию. В качестве средств, рекомендуемых западными экспертами по деловой документации, указываются такие, как апелляция к человеческим инстинктам, тактика шока. Вот примеры универсальных вступительных предложений, которые использовались разными фирмами: «Забудьте все, что слышали раньше о...»; «Сейчас Вы прочитаете нечто, что может резко изменить Вашу жизнь в следующем году...», «Если Вы работаете не там, где хотели бы, значит, Вы предлагали свои услуги не так, как следовало бы». Для отечественной деловой переписки подобные модели вступлений непродуктивны, поскольку не отвечают традиционно сложившимся представлениям о стиле и этике деловых отношений.

К языковым средствам, вызывающим интерес, Теппер относит так называемые «магические слова».

Существует набор магических слов, которые, как считается, всем бизнесменам следует использовать в деловых письмах и записках. Та-

кие слова сделают ваши письма и записки более убедительными. К ним можно отнести: *изумительный, вдохновляющий, драматический, очаровательный, поразительный, чарующий, незабываемый*. Все эти слова придадут любому письму убедительность в отношении того, что компания стоит на страже своих интересов, помогут установить взаимосвязь между бизнесменом и клиентом; такие слова должны использоваться везде, где только возможно.

Однако Р. Теппер подчеркивает, что магические слова приобретают силу только в том случае, если они используются в соответствующем контексте. При правильном употреблении они могут существенно изменить тон и воздействующую силу письма. Для сравнения Теппер приводит два ряда словосочетаний, обладающих разной воздействующей силой. Первая группа примеров включает стандартные определения *хороший, прекрасный*, в то время как во второй группе использованы «магические» слова. Например:

Это была хорошая речь	Это было <i>выдающееся выступление</i>
Прекрасная презентация	<i>Незабываемая</i> презентация
Хорошее представление	<i>Захватывающее, увлекательное, поглощающее все внимание</i> представление

Встретить подобные слова в отечественной деловой переписке практически невозможно, так как согласно традиции эмоционально-оценочная лексика исключена из лексикона русской деловой речи. Требования предельной точности формулировок делового письма реализуется в использовании стандартных, клишированных фраз, цель которых – сообщение информации, а не эмоционально-экспрессивное воздействие на адресата.

Специфика письменного делового диалога состоит еще и в том, что в нем исключается все личное, индивидуально значимое, не относящееся к делу.

Содержание деловых писем отличается не только своеобразным «канцелярским» стилем изложения, но и обилием в тексте письма словесных штампов – устоявшихся общепринятых сочетаний слов, оборотов, некоторых терминов и т. п. Попытки «изобрести велосипед» в деле составления таких писем, как правило, ни к чему хорошему не ведут: смысл послания становится туманным (или искажается), восприятие содержания затруднено.

Основным условием убедительности любого делового документа является его доказательность. Доказательность же обеспечивается в первую очередь точными, бесспорными фактами. Такое понимание убедительности официального послания является общепризнанным и обя-

зательным для всех культур делового письма. Однако в практике западной и американской деловой переписки принято считать, что убедительность письма зависит прежде всего от умения его составителей выразить интересы того предприятия, в адрес которого оно направлено.

Коммерческое письмо составлено правильно, если в нем говорится о потребностях клиента, а не о Ваших собственных. Автор должен попытаться поставить себя на место адресата.

Обобщив практические рекомендации по составлению деловых писем, Р. Теппер выразил их в пяти основных правилах «Как писать деловые письма».

1. Пишите коротко и просто.
2. Пишите простыми словами. Не придумывайте новых слов.
3. Обращайтесь к конкретному лицу, а не к определенной группе лиц.
4. Для выражения своих мыслей пользуйтесь принципом Внимание – Интерес – Просьба – Действие.
5. Используйте в письмах разговорную речь.

Сопоставление этих правил с требованиями, предъявляемыми к официальному письму в отечественной практике деловой переписки, позволяет выделить общие и принципиально различные подходы к письменному деловому общению в русской и зарубежной школах. Так, если по первым двум пунктам эти подходы совпадают (требования лаконичности, точности и понятности деловой письменной речи), то по трем последующим они существенно расходятся.

Для отечественной практики деловой переписки характерен так называемый «**МЫ-подход**» в подаче информации, т. е. адресант и адресат делового послания рассматриваются как «коллективные» субъекты. При этом приоритетными являются формы множественного числа *предлагаем, сообщаем, направляем*; собирательные существительные *администрация, дирекция, правление* используются, в частности, и в тех случаях, когда письмо подписывается конкретным должностным лицом. Это объясняется тем, что, принимая то или иное решение, автор документа представляет интересы всего предприятия, фирмы, выступает представителем организации в целом. В качестве нормы деловой переписки отмечается утрата местоимения *я*. Вместо *я прошу* пишут *прошу*, вместо *я выполнил* пишут *мною выполнено*.

В западной и американской школах делового письма представлен как «**МЫ-подход**», например: «*Мы были огорчены, узнав, что у Вас возникли проблемы с зубной пастой, произведенной нашей компанией...*» (письмо-извинение), так и «**Я-подход**». Например: «*Я благодарен Вам за сообщение о том, что Вы так и не получили 14 тонн угля по заказу на поставку № 1234 от 15 ноября 1997 года ...*» (письмо-извинение).

Оба письма подписаны конкретными должностными лицами, выступающими от лица фирмы, однако во втором случае создается еще ощущение личной ответственности и заинтересованности автора письма в разрешении конфликтной ситуации. Западные специалисты по составлению деловых писем рекомендуют чаще использовать местоимение *я*.

«*МЫ* – затертое слово с довольно туманным значением, – пишет Р. Теппер. – Кто это *мы*? *Мы* – это сотрудники фирмы? Автор письма? Все вместе? Используйте местоимение *я* там, где это соответствует стилю письма, да и везде, где только возможно».

В практике отечественной деловой переписки тексту письма не всегда предшествует **обращение**. Без обращений обычно составляются тексты сопроводительных писем, писем-напоминаний, договорных писем, писем-подтверждений и др. Следует заметить, что в последнее время обращение все чаще включается в текст официального послания и становится обязательным элементом русского делового письма. Отсутствие обращения допустимо, если адресат – коллективный субъект, а также если послание представляет собой трафаретное письмо. **Заключение** как особая этикетная формула вежливости, завершающая официальное послание, также еще не стала общепринятой и обязательной для всех типов деловой корреспонденции в отечественной практике деловой переписки. Закрывающие этикетные фразы типа *С уважением...*, *С наилучшими пожеланиями...*, *С пожеланиями успехов...* чаще всего встречаются в нерегламентированных письмах, письмах, адресованных конкретному официальному или частному лицу.

По стандартам западного и американского делового письма **обращение и заключение** являются обязательными элементами официального послания любого типа.

Обращение означает официальное начало письма. После обращения ставится запятая (в Европе) или двоеточие (в США). При обращении к отдельному лицу обычно употребляется неформальное *Dear (Дорогой)*, при обращении к фирме – более формальная модель *Dear Sirs* (в Европе), *Gentlemen* (в США). Если письмо адресовано фирме, возглавляемой женщинами, употребляется обращение *Ladies*, если же оно направлено одной женщине, используется форма *Madam*. Однако более предпочтительным считается обращение с указанием имени адресата.

Сегодня как никогда важно личностное обращение. Людям нравится слышать свое имя. Подобное обращение вызывает у адресата повышенное внимание. Поставьте себя на его место. Если Вы получаете два письма, одно из которых адресовано лично Вам, а другое обращено к «жильцам», то без сомнения Вы в первую очередь распечатаете конверт, на котором указано Ваше имя. То же самое относится и к деловым письмам.

В случае, когда получатель письма имеет звание, рекомендуется указывать его в обращении: *Уважаемый доктор...*; *Уважаемый мэр...*; *Уважаемый сенатор...*; *Уважаемый судья...*; *Уважаемый епископ...* и др.

Столь же обязательным элементом письма является заключение (формула вежливости), к оформлению которого предъявляются следующие требования: заключение должно начинаться с заглавной буквы и не должно содержать никаких сокращений; оно не должно присоединяться к последнему предложению текста или следовать за шаблонными предложениями, например:

#### **НЕПРАВИЛЬНО**

*Надеюсь на скорый ответ,  
искренне Ваш...  
Буду рад скорой встрече, с  
уважением...*

#### **ПРАВИЛЬНО**

*Надеюсь на скорый ответ.  
Искренне Ваш      подпись  
Буду рад скорой встрече.  
С уважением      подпись*

Как уже отмечалось, обязательным условием делового письма является требование соответствия форм приветствия и прощания по степени официальности/неофициальности. В западном деловом письме существуют языковые формулы, соответствующие официальному, полуофициальному и неофициальному заключению официальных посланий.

Степень проявления учтивости (любезности) в разных национальных культурах деловой переписки различна. Для русского официально-делового письма проявление любезности и сердечности в целом не характерно (а в официальном документе – недопустимо). Западное и американское деловое письмо основывается на признании того, что с выражения почтения и уважения к клиенту (деловому партнеру) начинается успех дела, а формулы любезности и сердечности позволяют установить с ним более тесный контакт.

Существенно различаются требования к составлению деловых писем в разных школах делового письма с точки зрения **стиля** сообщения. Для отечественной деловой переписки традиционным является надличностный характер изложения, то есть предельно рационалистичный, жесткий по используемым языковым формам и моделям, и этим, как считают отечественные специалисты, принципиально отличающийся от так называемых «доверительных писем», в которых авторы выступают как личности. Исследователи отмечают, что в сфере делового стиля действуют несколько иные речевые нормы, чем в сфере общелитературного языка. Это объясняется тем, что составитель официального письма стремится, прежде всего, с протокольной точностью передать смысл той или иной **управленческой ситуации**. Так, в письме-претензии убедит-

тельность сообщения достигается за счет фактологической точности, лаконичности излагаемой информации. Приводимые факты располагаются в жесткой логической последовательности, что позволяет автору письма не только очертить сложившуюся ситуацию, но и подвести адресата к определенному выводу. С точки зрения структуры в тексте письма выделяются две основные части: описание производственной ситуации и требование принять меры и возместить причиненный ущерб.

## Глава 4. Языковое оформление деловой документации

### Тема 1. Особенности официально-деловой письменной речи

Язык деловых бумаг должен соответствовать традициям официально-делового стиля литературного языка. Основные особенности официально-делового стиля – это точность, исключая возможность каких бы то ни было инотолкований и неясностей; языковой стандарт – стремление к выражению мысли единообразным способом, использование для этого готовых языковых формул – клише.

В составлении и оформлении деловой документации не последнее место занимает административный речевой этикет, некоторые элементы которого требуют особого внимания.

1. Наиболее распространенные формы обращения: *Уважаемый..*, или *Уважаемый..!* Следует помнить, что запятая после обращения придает документу (письму) будничность; знак восклицания указывает на то, что факту обращения к данному лицу или затронутому вопросу придается особое значение. Если в обращении указывается имя и отчество, а фамилия не называется, то обращение приобретает личный характер. Включение в формулу обращения фамилии адресата придает тексту документа вежливо-официальный оттенок.

2. Текстовое употребление слов: *товарищ (т.)*, *господин (г-н)*, *гражданин (гр.)* имеет свою специфику. Слово *товарищ*, преимущественно употреблявшееся в нашей стране до 90-х гг., вытесняется словом *господин*, используемым в мировой практике. Слово *гражданин* используется, когда то или иное лицо рассматривается как субъект гражданских правоотношений.

3. В ведомственной письменной речи имеет место тенденция к утрате местоимения *я*. Например, вместо *я прошу* пишут *прошу*. Вместо *я выполнил* пишут *мною выполнено*. Однако нельзя сказать *мною реше-*



но. Правильно: *я решил*. В целом местоимение «я» употребляется только в докладных и объяснительных записках.

4. Административный речевой этикет предусматривает умение пользоваться местоимением *он*. Оно может быть средством и обезличивания, и фамильярности, поэтому требует особой осторожности, даже ограниченности при использовании этого местоимения в служебных документах. Вполне очевидно, что в приказе, постановлении, решении, распоряжении, характеристике следует указывать фамилию лица и его инициалы. В характеристике в каждом абзаце повторяются фамилия и инициалы лица, на которое она составляется.

5. Следует учитывать, что служебные документы пишутся в нейтральном доброжелательном тоне, не допускается иронизирование, проявление грубости, использование вычурных оборотов с выражением чрезмерной вежливости и т. п.

Разумеется, никакой список рекомендуемых выражений не позволит полностью решить проблему административного речевого этикета. Только внутренний такт и объективность и оценке тех или иных производственных ситуаций могут подсказать выбор слов и выражений.

Одна из особенностей деловой речи – широкое употребление языковых формул – устойчивых (шаблонных, стандартных) языковых оборотов, используемых в неизменном виде. Наличие их в деловой речи – следствие регламентированности служебных отношений, повторяемости управленческих ситуаций и тематической ограниченности деловой речи. Задача составителя текста упрощается благодаря возможности выбора готовой формулы «*Сообщаем, что...*», «*Считаем целесообразным...*», «*Просим Вас рассмотреть вопрос о...*», в соответствии с речевым замыслом: сообщить, высказать просьбу, свою точку зрения. Помимо выражения типового содержания языковые формулы нередко выступают как юридически значимые компоненты текста, без которых документ не обладает достаточной юридической силой, или являются элементами, определяющими его видовую принадлежность, например в гарантийном письме: «*Оплату гарантируем. Наш расчетный счет...*»; в письме-претензии: «*... в противном случае дело будет передано в арбитражный суд*». Выражая типовое содержание, языковые формулы обеспечивают точность и однозначность понимания текста адресатом, сокращают время на подготовку текста и его восприятие.

Итак, особые условия делового общения, такие как официальный характер, адресность, повторяемость управленческих ситуаций, тематическая ограниченность, определяют общие требования, предъявляемые к официально-деловому письму.

## Тема 2. Культура официальной переписки

Указанные требования лежат в основе такого понятия, как культура официальной переписки, формирование которой связано с освоением мирового опыта составления и оформления деловых писем.

В работах П. В. Веселова, одного из крупнейших отечественных специалистов в области документальной лингвистики, понятие «культура официальной переписки» определяется тремя основными принципами: 1) лаконизм делового письма; 2) достаточность информационного сообщения, отвечающая целям письма и характеру отношений; и 3) ясность и недвусмысленность языка сообщения.

**Лаконизм** (письмо не должно превышать объема одной-двух страниц) сочетается в деловых письмах с требованием полноты информации, точнее, с принципом ее достаточности. Требование полноты предполагает, что документ должен содержать достаточную для принятия обоснованного решения информацию. Глубина изложения вопроса зависит от целей документа: в информационном письме достаточно назвать факты и события, в письме-просьбе предмет письма должен быть точно обозначен и исчерпывающе обоснован. Недостаточность информации может вызывать необходимость запрашивать дополнительные сведения, порождая неоправданную переписку. Избыточность же информации приводит к тому, что письмо плохо воспринимается, суть его затемняется.

Требование **достоверности** (объективности) информации означает, что деловое сообщение должно отражать фактическое состояние дел, давать непредвзятую, бесстрастную оценку событий. **Убедительность** (аргументированность) информации связана с задачей побудить адресата совершить (или не совершать) определенные действия, и от того, насколько достаточно обоснованность документа, письма, зависит его исполнение.

Предметом официальной переписки при всем ее многообразии обычно является сообщение о некоторой ситуации и логическая оценочная модель этой ситуации. Ситуативно-оценочная модель называется аспектом письма, а последовательное размещение этих моделей – его композицией.

По композиционным особенностям деловые бумаги делят на одноаспектные и многоаспектные. В одноаспектных письмах рассматривается один вопрос, составляющий содержание всего письма, в многоаспектных письмах рассматривается сразу несколько вопросов. Так, например, многоаспектное письмо может содержать предложение, просьбу и напоминание одновременно. Многоаспектным считается письмо, содержащее однотипные и разнотипные аспекты – просьбы, сообщения,

предложения. Каждый аспект формируется речевым действием: просьбой, сообщением, предупреждением, приглашением и т. п.

**Стандартизация и унификация** – одно из обязательных свойств официально-деловой письменной речи, в той или иной степени характеризует все типы деловых бумаг, обуславливает строгую композиционную соотносимость и закреплённость частей делового письма.

**Ясность и недвусмысленность** языка сообщения достигается предметной и коммуникативной точностью. Предметная точность – это точность факта, соответствие обозначаемому. С точки зрения языкового оформления высказывания предметная точность достигается точностью употребления слов, т. е. использованием слов в соответствии с их лексическим значением. Употребление слов без учета их значений может привести к инотолкованию или бессмыслице. Например:

- *обсчитать данные*. Однако глагол *обсчитать* имеет значение «умышленно неверно сосчитать, недодать», например: *обсчитать покупателя*. Правильнее сказать: *обработать данные*.
- *отказать под благоприятным предлогом*; прилагательное *благоприятный* имеет два значения: 1) «способствующий, помогающий чему-л.; удобный для чего-л.», например: *благоприятный момент, благоприятные условия*; 2) «хороший, одобрителный», например: *благоприятный отзыв*. В документе следовало написать: *отказать под благовидным предлогом*;
- *достигалось неудобными средствами* – прилагательное *неудобный* имеет значение: «нежелательный, не нравящийся кому-л.». Оно сочетается только с одушевленными существительными, например: *неудобный квартирант*.

Требованию точности соответствуют общие для разных языковых культур требования к документу. Так, юридическая сила документа обеспечивается комплексом реквизитов – обязательных элементов оформления документа. К ним относятся: наименование автора документа, адресата, подпись, дата, номер документа, гриф утверждения, печать и др. Совокупность реквизитов и схема их расположения на документе составляют формуляр документа. Однако формуляр регламентирован стандартами, принятыми в той или иной стране. Например, если письмо адресовано, зарубежным партнерам, наименование организации-адресанта в документах не переводится на иностранные языки и печатается на бланке латинским шрифтом. В России современные требования к оформлению организационно-распорядительной (административной) документации зафиксированы государственным стандартом.

Мировой опыт официальной переписки показывает, что при всех особенностях и специфике национальных школ делового письма неиз-

менными остаются основные требования к построению, смысловому наполнению и языковому оформлению деловых бумаг. Эти требования складывались исторически и обусловлены особенностями делового общения.

Официальность и регламентированность деловых отношений, т. е. их подчинение установленным правилам и ограничениям, предполагают соблюдение норм делового этикета. В деловом письме регламентированность отношений между адресантом (автором письма) и адресатом (получателем) выражается с помощью речевых этикетных формул обращения и прощания, а также соблюдением общей тональности послания в рамках корректности и учтивости. Этикетные формулы не только придают письму необходимый тон вежливости и почтительности, но и свидетельствуют о характере взаимоотношений между отправителем и получателем корреспонденции (официальные, полуофициальные, дружеские отношения).

Немаловажным аспектом делового общения являются вопросы этики отношений между деловыми партнерами. В деловой переписке этика отношений проявляется в необходимости соблюдения ряда требований, предъявляемых как к адресанту, так и к адресату. Так, **составителям деловых писем не рекомендуется:**

- побуждать адресата к спешке при вынесении решения словами «Срочно», «Незамедлительно», «В возможно более короткие сроки». Более приемлемыми являются формулы типа «Прошу Вас ответить до такого-то числа», «Убедительно прошу Вас сразу же сообщить о своем решении»;
- навязывать адресату ожидаемый исход освещаемого в письме вопроса, например: «Прошу изучить и решить вопрос положительно» или «Прошу утвердить эту кандидатуру»;
- намекать получателю письма на его предполагаемую невнимательность, вводя в заключительный текст письма следующую формулировку: «Предлагаю внимательно изучить...»;
- начинать послание с констатации отказа, в тех случаях, когда выполнение просьбы или поручения не представляется возможным. Вначале следует изложить мотивацию принятого решения и дать понять, что при определенных обстоятельствах к рассмотрению вопроса можно вернуться.

Для получателя официальной корреспонденции обязательным требованием, с точки зрения этических норм, является оперативный и четкий ответ организации-отправителю в виде ответного письма или послания, переданного с помощью других средств связи. Задержка или отсутствие ответа может рассматриваться, как нежелание сотрудничать и привести к разрыву деловых отношений.

Участники делового общения (автор и адресат документа) выступают как субъекты правоотношений. Содержание писем основывается на праве и может служить предметом прямой правовой оценки. Правовая сущность официальной переписки предопределяет характер содержания писем, их язык и стиль. Предмет рассматривается с позиции экономико-правовых, социальных отношений, а не межличностных. Дело в том, что официальным автором и адресатом документа почти всегда являются организации в целом, несмотря на то, что документ подписывается одним лицом – руководителем.

Под **коммуникативной точностью** понимают точность реализации замысла пишущего. Она достигается соотношением смысла слов, контекста, грамматической конструкции и соотношения частей текста. Нарушение коммуникативной точности высказывания ведет к непониманию, осложняет восприятие содержания сообщения. Например: *Следует познакомиться с выводами комиссии, проведенной год назад.* Эта фраза трудно воспринимается, так как не отвечает требованию точности: содержит грамматические, стилистические и текстовые ошибки. Так, существительное *комиссия* может образовывать словосочетания с глаголами *образовать, назначить, выбрать, избрать*, но не сочетается с глаголом *провести*, а, следовательно, и с образованным от него причастием. Кроме того, важно не то, что комиссия была образована, а то, что она работала и пришла к определенным выводам. Следовательно, правильнее было бы сказать: *... с выводами комиссии, работавшей год назад.* Вместо глагола *познакомиться*, имеющего значения 1) «Вступать в знакомство с кем-либо»; 2) «получать сведения, приобретать знания о чем-либо», уместнее было бы употребить глагол *ознакомиться*, так как он имеет официально-деловую окраску и употребляется только в значении «получать сведения, приобретать знания о чем-либо». Как видно, лексические и грамматические нарушения и неточности лишают речь такого важного для языка деловых бумаг качества, как точность. Точность же неразрывно связана с грамотностью в широком смысле слова, с умением подобрать «необходимые» слова и выстроить их в правильном порядке.

**Этикет** – это правила поведения и общения людей, принятые в конкретных ситуациях в данном обществе. Под словом «этикет» также понимают порядок проведения определенных церемоний.

Понятие *служебный этикет* принято в более узкой области – оно определяет нормы и правила поведения и общения людей в официальных отношениях. В данном разделе не рассматриваются вопросы этикета деловых бесед, совещаний, публичных выступлений, а лишь этикет в деловой переписке.

Основы современного служебного этикета складывались исторически, путем отсеивания отживших норм и все более рационального регулирования отношений. В России таким заметным историческим шагом в установлении новых этикетных норм был «Генеральный регламент» Петра I, вышедший в 1720г. В этом документе национальная практика была приведена в соответствие с международными нормами, что, естественно, облегчало деловые контакты с зарубежными партнерами.

В мировой практике, помимо национальных особенностей, к настоящему времени сложились устойчивые формы обращения, изложения просьб, выражения признательности, способы аргументации в наиболее «драматических» производственных ситуациях. Однако официальный речевой этикет не исчерпывается перечисленными элементами. Он проявляется при выборе слов и словосочетаний, в построении фразы и всего текста. Например, уже сложились формы обращения в официальной письменной речи: *Уважаемый...* или *Уважаемый...!* (наиболее распространенные формы обращения). Оттенки обращения выражают и характер отношения: *Уважаемые коллеги!* – обычная формула обращения лиц одной профессии. Более эмоциональный и доверительный оттенок несет выражение *Дорогие коллеги!* Нейтральный, «сухой» тон подчеркивается, когда, например, письмо начинается: *Коллега*. Формой соблюдения этикета может служить и употребление вводных слов и оборотов, выражающих отношение говорящего (адресанта) к теме и адресату. Сравните: *Ваша просьба не может быть удовлетворена и, к сожалению, Ваша просьба не может быть удовлетворена*. С их помощью можно указать на связь с предшествующей перепиской и тем подчеркнуть ваше внимание и осведомленность относительно затронутого вопроса. Например: *Как Вам уже известно, мы очень заинтересованы в Ваших станках марки...*

Вводные конструкции устраняют категоричность тона изложения и тем вносят непринужденность в сферу официального письменного общения. Например: *Кафедра просит, если это возможно, выслать методические рекомендации*.

*Основное требование*, предъявляемое к официальному письму, *объективность содержания*, что обуславливает, как правило, *нейтральность тона изложения*.

В официальных письмах *не рекомендуется иронизирование и недопустима грубость*, вульгарные выражения и т. п. Однако эти требования соблюдаются не всегда. Есть очевидная разница в тоне следующих выдержек из деловых писем, раскрывающих один и тот же факт: *Обещанные Вами трубы мы до сих пор не получили и Вы сорвали поставку труб*.

Не следует впадать и в другую крайность – использовать вычурные обороты с выражением чрезмерной вежливости. К сожалению, некоторые работники псевдоэтикет предпочитают чувству собственного достоинства. Иногда причина этого кроется в незнании своих гражданских и служебных прав. Большей частью неуместны в деловых письмах обороты типа: *«Не откажите в любезности»*. Следует отметить, что современной деловой корреспонденции скорее присуща сухость, чем увлечение чрезмерной вежливостью.

Составителям служебных документов нередко приходится давать оценку действиям другого предприятия или организации, объяснять собственное поведение, наказывать виновников, предупреждать и даже обвинять. И тогда нейтральный тон повествования может быть дополнен эмоциями. Но в меру.

В деловой переписке встречаются случаи, когда ожидаемый результат как бы навязывается адресату. Например:

*Направляем Вам откорректированный вариант проекта. Просим рассмотреть его и утвердить.*

Нарушение этикета в данном случае проявилось в том, что адресат как бы не допускал возможности, что проект может быть и не утвержден.

Явно неуместен элемент сомнения, переданный с помощью вводного слова, в следующей выдержке:

*Институт просит высказать замечания, которые, по-видимому, будут полезны в работе.*

Отдельные ошибки обусловлены тем, что составители писем стремятся «научкообразить» фразу. А это может придать ей лишь комический оттенок. Например:

*Ввиду полученной травмы рабочим Фоминым остаточную трудоспособность рекомендуется использовать для изучения правил техники безопасности.*

Подобно тому, как существует военный, дипломатический церемониалы, существует свой церемониал и в делопроизводстве, который соблюдается, например, в практике подписания деловых бумаг в соответствии с должностным уровнем. Так, ответ на письмо, подписанное директором, должен также подписать директор и лишь в крайнем случае – его заместитель.

### **Тема 3. Специальные языковые средства**

Точность и стандартизация официально-делового стиля влекут за собой употребление специальных языковых средств, образующих относительно замкнутую систему деловой речи.

В языке деловых бумаг и документов широко используются следующие языковые единицы.

1. Термины и профессионализмы в соответствии с тематикой и содержанием служебных документов. В первую очередь – это термины юридические, дипломатические и бухгалтерские (*импорт, контракт, просрочка, надбавка, предложение, спрос* и т. п.)

2. Нетерминологические слова, употребляющиеся преимущественно в административно-канцелярской речи (*надлежащий, должный, вышеуказанный, нижеподписавшийся, препровождается, настоящий (этот)* и т. п.)

3. Имена существительные – названия людей по признаку, обусловленному каким-либо действием или отношением (*квартиросъемщик, свидетель; наниматель, истец, ответчик* и т. п.). Существительные, обозначающие должности и звания, употребляются в деловой речи только в форме мужского рода (*свидетель Федорова, работник милиции Савельева, профессор Емельянова* и т. п.).

4. Отглагольные существительные. Среди них особое место занимают существительные с префиксом *не* (*неисполнение, невыполнение, несоблюдение, непризнание* и т. п.).

5. Сложные отыменные предлоги, выражающие стандартные аспекты содержания (*в целях, в отношении, в силу, по линии, в части* и т. п.). Предлог *по* с предложным падежом для обозначения временных отрезков (*по достижении восемнадцатилетнего возраста* и т. п.).

6. Устойчивые словосочетания атрибутивно-именного типа с окраской официально-делового стиля (*единовременное пособие, вышестоящие органы, установленный порядок, предварительное рассмотрение*).

7. «Расщепленные» сказуемые (*оказать помощь, произвести реконструкцию, провести расследование*) – в отличие от параллельных им глагольных форм (*помочь, реконструировать, расследовать* и т. п.).

8. «Нанизывание» родительного падежа в цепочке имен существительных (*...для применения мер общественного воздействия; ...в целях широкой гласности работы органов государственного контроля*).

9. Утверждение через отрицание, в котором адресат санкционирует административные действия. Инициатива этих действий исходит не от адресата (*Министерство не возражает...; Коллегия не отклоняет...; Ученый совет не отвергает...* и т. п.).

10. Страдательный залог при необходимости подчеркнуть факт совершения действия (*оплата гарантируется; предложение одобрено; документация возвращена* и т. п.). Действительный залог употребляется, когда необходимо указать конкретное лицо или организацию как субъект юридической ответственности.



Отмеченные выше особенности официально-делового стиля являются объективным фактом языка, их применение в текстах документов закономерно и закреплено традицией.

Нарушением функционально-стилевой нормы считается использование не присущих деловому стилю языковых средств, которые противоречат требованию логичности, точности и краткости языка деловых бумаг и документов. Это, прежде всего, слова и фразеологизмы просторечно-разговорные и эмоционально-экспрессивно окрашенные. Необходимо различать лексику с окраской официально-делового стиля и канцеляризм, хотя это может быть одно и то же слово или сочетание слов. Если в официальном письме можно *"поставить вопрос о браке"*, то в личном письме, адресованном любимой девушке, это сочетание слов неуместно. В первом случае это лексика официально-делового стиля, во втором – канцеляризм.

В деловом стиле речи нежелательно также избыточное использование канцелярских шаблонов. Например, нет необходимости писать *«Обязательным элементом зимнего содержания дороги является очистка ее от снега»*. Эту же мысль можно изложить короче и яснее *«Необходимо очищать дорогу от снега»*.

В то же время канцеляризмы могут использоваться умышленно, со специальным стилистическим заданием, в качестве средства создания экспрессии. Этим приемом нередко пользуются авторы художественных или публицистических произведений.

Документы не пишутся, а составляются. Это исторически сложившаяся традиция. В XIX веке составителем называли автора любого нехудожественного произведения. Например, сочинение под названием *«Изобретения и привилегии»* было подписано: *«Составил инженер-механик Петр Константинович Энгельмейер»*.

Для составления документов используются готовые синтаксические блоки, устойчивые словосочетания, стандартные выражения.

Например, для изложения мотивов предпринятых действий используются конструкции со сложными отыменными предлогами: *в порядке (для), ввиду (из-за), в связи (из-за), в соответствии с (по), согласно (по), в целях (для)* и другие.

*В порядке обмена опытом...*

*Ввиду срочности заказа...*

*В связи с наступлением весенних паводков...*

*В соответствии с предварительной договоренностью...*

*Согласно постановлению...*

*В целях дальнейшего сотрудничества...*

Модели предложений, выражающих отказ, предупреждение, гарантии, ходатайство, предложение, распоряжение, претензии, требования, порицания, напоминание, просьбу, сообщение, включают постоянную информацию, которая заключена в готовых формулах:

*Ваша просьба не может быть удовлетворена.*

*Не представляется возможным удовлетворить вашу просьбу.*

*По истечении... срока... предложение теряет силу.*

*...сохраняет за собой право...*

*...предприятие гарантирует (не гарантирует) качество... в течение (по истечении)... срока.*

*Дирекция школы ходатайствует...*

*Комитет по делам ветеранов выдвигает предложение...*

Текстовые формулы содержатся в любом официальном документе. Они предопределяют выстраивание информации и помогают быстро и правильно составить документ.

Примером может быть конструкция, используемая в договорах: *Заказчик с одной стороны, Исполнитель с другой заключили настоящий договор о нижеследующем...* Далее излагается предмет договора и условия его выполнения. В Акте используется формула: *«Мы, нижеподписавшиеся, составили настоящий акт в том, что...»*. Для справки текстовой формулой является фраза: *Настоящая справка выдана (кому) в том, что (предмет справки), для предоставления (куда)»*.

В юридических документах популярны формулы утверждения через отрицания: *«Министерство не возражает...»*; *«Коллегия не отклоняет...»*, *«Ученый совет не отвергает...»*, *«...не исключает возможности...»*. Отправитель санкционирует действия, инициатива которых исходит не от него – таков смысл этих формул.

Как видно из этих фрагментов, большинство деловых текстов составляется от третьего лица. Но некоторые из них могут иметь форму изложения от первого лица. Принцип единоначалия ярко проявляется в приказе. Первая, распорядительная, часть начинается со слова *приказываю*, действия же, которые предписываются, названы глаголами в неопределенной форме: *Во исполнение решения (чьего) от (такого-то числа) о (чем) приказываю: ...*

*Вести в действие...*

*Обязать...*

*Утвердить...*

*Контроль за исполнением приказа возложить на (кого)...*

В зависимости от того, сколько лиц подписали документ, выражающий просьбу, сообщение, напоминание, используются глагольные формы 1 лица единственного или множественного числа:

*Прошу (просим) Вас о ...*

*Сообщаю (сообщаем) Вам, что...*

*Напоминаю (напоминаем) Вам, что...*

Выбор языковых средств при составлении деловых текстов также строго регламентирован. Используются слова, принятые в официально-деловой речи, закрепленные за ней в соответствии с синонимичными им словами и словосочетаниями других стилей:

*возлагать* – поручать

*осуществлять* – делать

*устанавливать* (оклад, сроки) – определить, дать

*объявлять* (выговор) – делать

*рекомендовать* – советовать

*обязать* – заставить

*приступить* – начать

*приказать* – велеть

*неоднократные* (опоздания) – постоянные, частые

*оплата труда* – зарплата

*целесообразная* (встреча) – необходимая, нужная

*приоритетное* (направление) – главное

*настоятельная* (необходимость) – большая

*перечень* – список

*текущий* (год) – этот

*приобретение* – покупка

В официальных текстах принято использовать составные глагольные формы, например:

*провести проверку* – проверить

*оказать помощь* – помочь

*выдвинуть предложение* – предложить

*прийти в непригодное состояние* – испортиться

*сделать разъяснения* – разъяснить

*освободить от занимаемой должности* – уволить

*заключить договор* – договориться

*причинить вред* – навредить

*дать ответ* – ответить

*высказать предложение* – предложить

В официальном стиле предпочтение отдается сложным формам сравнительной степени прилагательных: *более важный* (а не «важнее»),

*более простой* (а не «проще»), употребляются формы превосходной степени с приставкой *наи-* или словом *наиболее, наибольший* (не «самый большой»), *наиболее важный* (а не «самый важный»).

Кроме слов и словосочетаний, имеющих окраску делового стиля, используется лексика, не имеющая аналогов в других функциональных разновидностях языка: *юридическое лицо, найм, субсидия, описание, маркировка, нормативы, виза, досье, исходящий номер, лицевой счет, накладная*.

Официально-деловой текст в целом имеет особую стилистическую окраску. Тон служебного документа характеризуется нейтральностью (в нем нет эмоциональных оттенков). Ему свойственна императивность. Она проявляется в использовании глаголов в форме настоящего времени со значением предписания, в форме будущего времени с модальными оттенками, кратких прилагательных *должен, обязан, обязателен, подотчетен, необходим, подсуден, ответствен*. В деловом тексте преобладает безличность, констатация событий и почти нет их описания.

#### **Тема 4. Редактирование ошибок в официально-деловой письменной речи**

Редактирование деловых бумаг и служебных документов обычно состоит из трех этапов.

1. Первичное ознакомление с текстом документа. При первом чтении не рекомендуется вносить в текст какие-либо поправки, но можно делать карандашные пометки на полях, или, что лучше, все попутные замечания следует фиксировать на отдельном листе бумаги.

2. Проверка фактического материала, включенного в документ. Следует продумать, достаточен ли фактический материал редактируемого документа, достоверны ли представленные сведения.

3. Собственно редактирование документа. Устраняются орфографические, пунктуационные и стилистические ошибки. Все исправления, вносимые в текст, делаются синими или черными чернилами (нельзя писать красными). Все написанное – слова, цифры, корректурные знаки – должно быть отчетливым и аккуратным.

Выправленный текст следует перепечатать и вычитать. Полностью подготовленный текст подписывается.

В деловых бумагах наиболее часты следующие лексические ошибки.

1. Неправильное использование слов-терминов. Например: «*Частично доставленные заготовки зубчатых колес не имеют маркировки и свидетелей. Прошу принять меры к обеспечению*». Под словом

*свидетели* адресат понимал макеты деталей, прилагаемых к партии. Этот термин *образцы-свидетели* используется узким кругом специалистов. Текст не был понят получателем документа.

2. Неуместное или неоправданное употребление иностранных слов, например, «*Срок выполнения задания может быть пролонгирован (продлен)*». Нет смысла использовать иностранное слово, если есть русский термин, обозначающий данное понятие. Употребление иностранной лексики должно быть обусловлено требованием необходимости, уместности и точности словоупотребления.

3. Употребление архаизмов. К числу слов и оборотов, исторически свойственных деловой письменной речи, но в настоящее время ощущаемых как архаичные, следует отнести: *при сем (при этом); на предмет (для); каковой (который); отношение (письмо); уведомлять (сообщать); в настоящем... (в этом...); вышепоименованный (указанный выше)* и т. п.

4. Плеоназм и тавтология. Например: «*150 рублей денежных средств*» или «*Следует учитывать следующие факторы*».

5. Неразличение паронимов: «*Командировочный прибыл в указанное время*». *Командировочный* образовано от слова *командировка* и обозначает предметы и обстоятельства, связанные с этим понятием (*командировочное удостоверение, получить командировочные*). *Командированный* – человек, направленный в командировку (*командированный специалист*).

6. Ошибки в употреблении синонимов: «*Высылаем ответ на Ваше требование от 12.05.95*». В официально-деловом стиле преимущественно употребляется синонимичное слово *запрос*, а не *требование*.

В деловых бумагах и документах являются типичными следующие **грамматические ошибки**.

1. Неправильное употребление падежей. Наиболее частотным является неправильное употребление существительного в родительном падеже вместо дательного. Например, нельзя писать *согласно* (чего ?); *благодаря* (чего ?); *вопреки* (чего ?). Следует писать – *согласно, благодаря, вопреки (чему?) соответствующему положению*.

Следует также помнить: *руководитель, начальник (чего?) отдела, кафедры, центра; заведующий (чем?) отделом, кафедрой; руководство (чем?) практикой, институтом*.

2. Ошибки при склонении фамилии. Следует помнить:

- 1) не склоняются фамилии славянского происхождения на *-а, -о*. Часто в звуковом составе они совпадают с неодушевленными предметами. Например: *Крыса, Сало, Шило* и т. п.;
- 2) не склоняются фамилии на *-аго, -яго, -ых, -их, -ово, -ко(-енко)*. Например: *Шамбинаго, Дубяго, Седых, Долгих, Дурново, Франко, Шевченко*;

- 3) как правило, склоняются нерусские фамилии на безударные *-а, -я*. Например: *творчество Пабло Неруды, песни Булата Окуджавы, фильмы Акиры Куросавы*;
- 4) склоняются русские и иноязычные фамилии на согласный звук, если относятся к мужчинам. Не склоняются, если относятся к женщинам или к супружеской паре. Например: *заявление Николая Ремчука; письмо Натальи Ремчук; просьба супругов Ремчук*.

3. Ошибки при употреблении полной и краткой форм прилагательных. Например: *«Изменение графика отпусков работников отдела нежелательное (нежелательно)»*. В качестве сказуемых краткие формы имен прилагательных более употребительны в официально-деловой речи, чем полные. Полные формы в подобных фразах ощущаются как разговорные и даже просторечные.

4. Ошибки при употреблении количественных имен числительных. Например: *«Депутат встретился с шестьюстами шестьюдесят (шестьюдесятью) шестью рабочими завода»*. Несклонение или неполное склонение сложных и составных числительных является нарушением общелитературной нормы.

5. Нарушение правил употребления деепричастных оборотов:

- 1) деепричастным оборотом следует начинать фразу в документах. Например: *Учитывая...; Считая...; Принимая во внимание...; Руководствуясь...* и т. п.;
- 2) составители деловых бумаг допускают ошибки, не учитывая, что оба действия в предложении с деепричастным оборотом должны осуществляться одним и тем же лицом, и соответственно это лицо и его основное действие должны в предложении отражаться в позициях подлежащего и сказуемого. Например: *«Проработав всего два месяца, у него возникли осложнения с начальником цеха»*. Правильный вариант: *«Проработав всего два месяца, он испортил отношения с начальником цеха»*.

6. Неправильное использование предлогов. В деловой речи получили большое распространение словосочетания с предлогом *о* (*вопрос о доверии; решение о кадрах* и т. п.). Однако часты случаи злоупотребления предлогом *о*. Например: *«Директор завода отметил о важности поставленной проблемы (отметил важность)»*.

7. Ошибки, связанные с неправильным порядком слов в предложении. Например: *«Для определения фонда оплаты в конце года уточняются расценки на продукцию»*.

В письменной речи информационная роль порядка слов возрастает к концу предложения, потому в заданной фразе непонятно – «расценки уточняются в конце года или расценки уточняются для определения

фонда оплаты» По-видимому, это предложение должно быть составлено так: *«Для определения фонда оплаты расценки за продукцию уточняются в конце года»*

Употребление фразеологизмов в деловой речи подчиняется исторически сложившимся правилам, закрепленным традицией и обязательным для всех. В тех случаях, когда нормы нарушаются, возникает ошибка. Ошибки могут быть в лексическом составе фразеологизма, в его грамматическом оформлении, а также в стилистическом плане.

1. Искажение состава фразеологизмов в результате лексических подмен: *«Предложения финансового отдела оказались ниже любой критики (всякой критики)»*.

2. Изменение грамматической формы слов, входящих в оборот. Например: *«Главный инженер явно покривил в душе (покривил душой)»*.

3. Смещение двух различных фразеологизмов *«Зачем сыр-бор городить (огород городить или сыр-бор разгорелся)»*.

4. Вставка лишнего компонента. Например: *«Отдать должную дань (отдать дань)»*.

5. Стилистическая несовместимость фразеологизма с деловым стилем речи. Если в художественной литературе и публицистике на первый план выдвигается образность, эмоциональность и оценочность фразеологических оборотов, то в официально-деловом стиле используются устойчивые выражения книжного характера или стилистически нейтральные фразеологизмы, лишённые экспрессивности (*оставлять желать лучшего, находиться на уровне, называть вещи своими именами* и т. п.).

Не соответствует деловой речи такая, например, фраза: *«Меньший налог – вот стимул приватизации, и не надо никого через колено ломать»*.

## **Тема 5. Правила использования сокращений в текстах документов**

В текстах документов не должно быть разнобоя в написании названий лиц, должностей, учреждений, географических названий, терминов и т. п. Нежелательны и спонтанные (авторские) сокращения.

В настоящее время стандартизированы следующие виды сокращений:

- 1) почтовые сведения (*г., обл., р-н, п.я., ст., отд.* и т. п.);
- 2) наименование должностей и званий (*проф., член-корр., канд. техн. наук, зав., зам., и.о., пом.* и т. п.);
- 3) названия документов (*ГОСТ, техплан, ТЗ, спецзаказ* и т. п.);
- 4) слово «год» (*г., гг., 1996/97 отчетном году*);

- 5) денежные единицы (2 000 руб.; 80 коп., но 2 000 р. 80 к.; 4 тыс., 6 млн).
- 6) текстовые обозначения (т. д., т. п., см., пр., напр., др., с, гл., с.г.).

Все сокращения слов наименований в документах должны быть общепринятыми и понятными. Отметим частные правила использования сокращений и сложносокращенных слов.

1. Названия географических понятий, промежутков времени, количественных определений и т. п. сокращают:

- 1) перед словом, к которому они относятся, например: оз. (озеро) Глубокое, г. (город) Орел;
- 2) после числительных, например, 5 тыс. (тысяч) станков, 10 млн (миллионов) рублей.

2. Названия ученых степеней, званий или профессий могут сокращаться в тексте непосредственно перед фамилиями. Например: *акад. (академик) Семенов, инж. (инженер) Кравцов.*

3. Сложносокращенные названия, образованные из начальных букв, пишут прописными буквами (МГУ). В названиях, образованных по смешанному принципу, буквенные сокращения пишутся прописными буквами, слоговые сокращения – строчными (НИИСтройдормаш – Научно-исследовательский институт строительного и дорожного машиностроения).

4. Следует помнить, что насыщенность текста сокращенными написаниями в целом снижает официальный тон документа.

5. Сокращенное слово должно иметь запас прочности, что бы при расшифровке оно понималось однозначно. Например, вместо слова обязательство нельзя написать *обяз.* или *об-о*, так как это может быть понято по-разному (обязанности, обстоятельство и т. п.). Правильное сокращение этого слова: *обяз-во.*

6. Сокращение должно быть понятно всем, читающим документ. Поэтому при первом употреблении сокращения в тексте оно должно быть расшифровано в скобках, а затем быть представлено в сокращенном виде. Например: *Российская академия государственной службы (РАГС), затем только РАГС.*

7. Нельзя сокращать ключевые слова. Например, если в документе идет речь о командировке – это слово не сокращается.

8. Написание сокращения должно быть унифицировано в пределах одного текста. Например, нельзя обозначать одного слово район то буквой *р.*, то слогом *рай.*, то комбинацией *р-н.*

9. Чтобы не ошибаться в выборе сокращений, нужно пользоваться «Словарем сокращений русского языка».



## Глава 5. Рекламный текст в деловой коммуникации

### Тема 1. Что такое рекламный текст?

Рекламу можно определить как оповещение людей всевозможными способами для создания широкой известности чему-либо или кому-либо. Рекламные тексты несут информацию о потребительских свойствах товаров и преимуществах различных видов услуг с целью их реализации и создания на них активного спроса, о примечательных событиях экономической, культурной, политической жизни с целью вызвать активное участие в них людей.

Критерий эффективности рекламы – её объективность, правдивость и этичность, наличие в ней необходимой информации и правильность выдвинутых в пользу объекта рекламных доводов, а также направленность на адресата.

Рекламная деятельность предполагает, с одной стороны, занятие рекламой как сферой бизнеса, направленного на создание рекламной продукции. С другой стороны, реклама – «готовый продукт», представляющий собой многоуровневый текст как некоторое лингво-аудиовизуальное целое, воплощённое (в современном обществе) в средствах массовой информации или иным способом.

Специфичность рекламы как средства массовой информации определяется тем, что это – коммуникативно-информационно-воздействующий инструмент торговли (шире – коммерции). В отличие от пропаганды, имеющей целью влияние на мировоззрение адресата, цель рекламы – утилитарно-приземленная: как можно эффективнее, действеннее, напористее и быстрее побудить получателя рекламного текста (его читателя, слушателя, зрителя) к конкретному действию – покупке рекламируемого товара или услуги.

Реклама имеет задачи формирования и воспитания вкусов населения, повышения его культуры. Можно говорить и о просветительских функциях данного вида деятельности – расширении знаний о рекламируемых объектах, его свойствах, назначении и т. д.

«Реклама – это имя вещи, – писал В.В. Маяковский. – Как хороший художник создаёт себе имя, так создает имя и вещь. Увидев на обложке журнала «знаменитое» имя, останавливаются купить. Будь та же вещь без фамилии на обложке, сотни рассеянных прошли было мимо. Реклама должна напоминать бесконечно о каждой даже чудесной вещи... Конечно, реклама не исчерпывается объявлениями. Объявления – это простейший вид. Реклама должна быть разнообразием, выдумкой» («Агитация и реклама»).

Своеобразие языка рекламы, вербального текста определяется тем, что он (язык рекламы) всегда находится в соотношении, во взаимодействии:

- со зрительным рядом (печатная реклама – в газетах, журналах; наружная реклама – рекламные щиты, «растяжки», плакаты, афиши и т. п.);
- со звуковым рядом (на радио);
- со звуковым и зрительным рядом (в составе телевизионного ролика, клипа).

Это соотношение органическое, оно имеет для рекламного текста конструктивное значение. Рекламного текста нет вне такого объединения – взаимодействия словесного ряда (вербального текста) со зрительным (графическим, фотографическим, телевизионным изображением), со звуковым рядом (музыкальное сопровождение, всевозможные шумы окружающей среды: говор толпы, природные, технические, промышленные шумы и т. п.), со зрительным и звуковым рядами (на телевидении, в кино).

При составлении рекламного текста необходимо учитывать многие моменты, в том числе неисчерпаемые возможности нашего языка, оптимальную композиционную структуру, психологию воздействия на получателя рекламы и психологию восприятия рекламного текста. Ведь рекламный текст читается по-особому.

Рекламные тексты подразделяются на информационные (или ознакомительные), напоминающие, убеждающие. Но все они должны – в разной степени – воздействовать на читателя (слушателя, зрителя).

Одна из центральных задач рекламы в целом и рекламного текста в частности – эффективность, действенность сообщаемого потребителю, широкой аудитории, результативность, находящая своё выражение, прежде всего, в росте потребительского спроса на рекламируемые товары.

В рекламном тексте важно умение формировать рекламный образ с помощью различных лексико-семантических и изобразительных средств. Рекламный образ создаёт конкретные представления о предмете и вызывает определённые чувства, которые в нужном направлении влияют на поведение читателя или слушателя. Рекламный образ формируется с учётом индивидуальных особенностей рекламируемого предмета и общих черт, присущих группе сходных предметов.

## Тема 2. Структура рекламного текста

Текст в рекламе является основным (а часто – единственным) носителем смысла. Если иллюстрация выражает ключевые моменты рекламы, являясь средством активизации в большей степени эмоциональных реакций потребителя, то вербальная знаковость позволяет активизировать его интеллектуальную активность и направлять ассоциативный поток строго в русло определённых рекламных намерений рекламодателя. Вербальный текст, в отличие от изобразительного, проявляет способность отображать весь смысловой потенциал данной рекламы, заложенный в неё автором.

Вербальный текст рекламы, как правило, складывается из следующих составляющих:

- 1) слогана,
- 2) заголовка,
- 3) основного рекламного текста,
- 4) справочных сведений (содержащих адрес, контактные средства связи, условия приобретения и иную дополнительную информацию).

Присутствие в тексте рекламы всех перечисленных структур не является обязательным, среди модификаций наиболее распространены следующие комбинации:

слоган + справочные данные;

слоган + заголовок + справочные данные;

слоган + основной рекламный текст + справочные данные;

слоган + заголовок + основной рекламный текст + справочные данные.

Их присутствие в тексте определяется видом товара или услуги, задачами, функциями рекламы, а также типом самой рекламы.

**Слоган** (от гаальского *sluagh – ghairm* – «боевой клич») – девиз или лозунг фирмы-производителя, отражающий её философию и политику в рамках корпорации. Форма слогана складывается достаточно долго, исторически и генетически он родственен девизам родов и государств. В современном значении понятие «слоган» было впервые использовано в 1880 г. Слоган, как правило, содержит название торговой марки, отличается краткостью, простотой, эффективностью, запоминаемостью и лёгкостью для произнесения, а также легко переводится на иные языки. В среднем объём слогана составляет 4-5 слов, а его максимальный объём, как правило, не превышает 7 слов:

- «ЛАМА – легко»;

- *«Tefal, ты всегда думаешь о нас»;*
- *«L`Oreal Pari`s. Ведь я этого достойна!».*

При этом философия различных товаров данной фирмы может заключаться и в различных заголовках рекламных текстов, жизненную же стратегию и сущность всей корпорации отражает именно слоган. Поэтому использование слогана в каждой рекламе не всегда бывает эффективным, если он может быть заменён заголовком.

**Заголовок** является самой важной частью рекламы, так как он содержит важнейшее рекламное обращение и аргумент. Как правило, 80 % прочитавших заголовок потенциальных потребителей не интересуются впоследствии основным рекламным текстом и не знакомятся с ним. Поэтому важнейшая функция рекламного заголовка – отразить суть рекламного сообщения. Для этого заголовок должен обладать такими характеристиками, как лаконичность и, в то же время, содержательность, эмоциональность, яркость – и рациональность, информативность. В это время отдельные функции текста зачастую принимает на себя изображение, привлекающее внимание и частично передающее необходимую информацию, облачённую в форму зрительных образов. Аргументация в заголовке может быть как эмоциональной, так и рациональной, причём выбор стратегии и тактики напрямую почти не связан с характером рекламируемого товара, где романтический, к примеру, заголовок с одинаковой степенью подходит и рекламе высоких технологий, и сигарет, и туристических агентств (так, в рекламе МТС использованы оба типа заголовков: эмоциональный – *«Просто песня!»* и рациональный – *«Мобилизуй общение!»*). Объём заголовка – значительно больше, чем слогана: реже – это простые предложения (*«Столичная судоходная компания. Круизы, прогулки, банкеты на теплоходах»*), чаще – сложные с несколькими придаточными (*«Настоящие болельщики утверждают, что футбол нужно смотреть только на стадионе. Настоящие болельщики, посмотревшие футбол по телевизору Philips Smartline, утверждают, что это не так»*).

С точки зрения содержания заголовки можно классифицировать так:

- 1) заголовок-новость (*«В информационной гонке Toshiba обогнала Формулу-1»*);
- 2) заголовок-лозунг (*«Радиослушатели всех частот, переключайтесь!» Радио «Русский хит», 104,2 FM*);
- 3) заголовок-приказ (*«See, buy, fly!» Amsterdam airport shopping center. «Посмотри, купи, улети!»*);
- 4) рациональный заголовок (*«Orlane создал B21 Oligo Vit-A-Min:*

- обогащенный комплекс активных компонентов, уникальный для чувствительной кожи»);*
- 5) эмоциональный заголовок («Соединяя золото с резиной, ювелиры Мила и Аркадий Кальницкие уверены: даже умирающая каракатица может стать источником вдохновения». Галерея «Постер», бутик «Брут»);
  - 6) заголовок-ловушка («Если Ваш девиз – "Выше, дальше, сильнее", Вы оцените подарок банка "Российский кредит" к Всемирным Юношеским Играм... бесплатное оформление карточек Visa Classic и Master Card Mass с 11 июля по 1 августа»);
  - 7) заголовок-вопрос («Не горит ли Ваше имущество, пока вы находитесь в театре?» – Госстрах; «Соединимся?» – Билайн);
  - 8) заголовок-демонстрация, часто включает указательные местоимения («Байер – гораздо больше, чем аспирин», «Вот Ваш дом» – ОАО финансовая группа «Новый мир»).

**Основной рекламный текст** представляет аргументацию, доказывающую истинность заголовка. Тексты рекламы могут быть различаемы по типу передачи информации как иконические, вербальные, смешанные. В первом типе коммуникации основным становится изобразительный ряд (знак), апеллирующий, в основном, к эмоциональному восприятию. Подобная реклама уместна там, где нет необходимости в последовательной аргументации и конкретизации положений. Однако в чистом виде иконические конструкции не применяются никогда, так как отсутствие хотя бы минимального уточнения делает рекламу бессмысленной. С другой стороны, и реклама, основанная на вербальном типе коммуникации, в чистом виде встречается редко, а её применение, как правило, связано со стремлением создать в тексте ощущение официальности и серьёзности. Иногда же рекламное сообщение, лишённое изобразительного ряда и предельно краткое, именно благодаря этим факторам привлекает особое внимание. Такова реклама фирмы Сэлдом, все составляющие которой – чёрно-белая цветовая гамма, шрифт, лаконичный текст: «*Не просто, а очень просто*» – создают оригинальный и запоминающийся образ. Наиболее распространёнными являются рекламные тексты смешанного типа, где изобразительный ряд подкрепляется вербальным текстом или, наоборот, развёрнутый текст подкрепляется иллюстрацией.

### Тема 3. Секреты создания эффективной рекламы

Эстетически параметры рекламы напрямую связаны с лексикой, морфологией и синтаксисом текста.

**Лексическая характеристика** текста учитывает:

- 1) актуальность – то есть частоту употребления слов,
- 2) соотношение родных и заимствованных слов, а также конкретных и абстрактных понятий;
- 3) объём слов.

Частота употребления слов в рекламе фиксируется в специальных исследованиях. Наиболее употребительными в рекламе являются такие существительные, как «улучшение», «экономия», «прибыль», «потребность», «поиск», «шанс», «правда», «истина», «делка», «сенсация», «революция» и т. п. Глаголы: «представить», «объявить», «известить», «предложить», «советовать», «сравнить», «спешить». Активизируют текст также наречия «сейчас», «теперь», «здесь», «сегодня», «вдруг», «впервые», «желательно», «быстро», «легко», «восхитительно», «изумительно» и т. п. Прилагательные же обуславливают большую наглядность и яркость восприятия: «загадочный», «магический», «эффективный», «натуральный», «выгодный», «первый», «последний»).

Анализ словесного ряда вербальных текстов телевизионных рекламных клипов показывает, что наиболее употребительные слова *вы, новый, весьма, ваш, лучше* – до 19 %.

На скорость восприятия текста влияет соотношение родных и заимствованных слов, так как для большинства аудитории смысл заимствованных (даже исторически закрепившихся в языке) обозначений остаётся не вполне ясным и конкретным. Однако если реклама адресована определённым группам потребителей аудитории, адекватно реагирующим на её смысл, она может быть вполне эффективной. Аналогичная зависимость связывает конкретные и абстрактные слова и выражения, где воспринимаемость первых объективно гораздо выше, чем воспринимаемость вторых. То же можно сказать и о длине слов, где оптимальными для узнавания и, соответственно, понимания являются более короткие слова. При этом параметр величины слова измеряется или в количестве букв, его составляющих, или в количестве слогов.

**Морфологическая характеристика** текста учитывает общее число глаголов, личных местоимений, предлогов и т. п., а также структуру слов и выражение грамматических значений в пределах слова. Наиболее важный показатель активности текста – количество употреблённых в нём глаголов, а также их форма – часто повелительного наклонения:

- *Откройте карту VISA в Альфа-банке! (Альфа-банк)*
- *Мобилизуй общение! (МТС)*
- *Не изменяйте мечте. Пусть вас услышат! (Ericsson)*
- *Посмотри правде в глаза (Авто кей)*
- *Используй АХЕ-эффект по максимуму! (АХЕ)*

При составлении рекламного текста нужно помнить, что факторами его дезактивации являются безличная форма глагола и страдальный залог («решено», «выпускается», «считается» и т. п.). Более предпочтительно выглядят такие личные глагольные формы, как *(наши клиенты) «предпочитают», (мы) «приглашаем», (фирма) «представляет»*. Достаточно стереотипными, а следовательно, интуитивно отторгаемыми являются в рекламе также прилагательные в превосходной степени: *«наилучший», «быстрейший», «эффективнейший»*.

Негативное значение в рекламе имеет также приём дистанцирования, создаваемый, в частности, использованием в тексте местоимений третьего лица и существительных множественного числа, соответствующих первым по смыслу. В этих вариантах более предпочтительными представляются местоимения 1-го и 2-го лица, обозначающие не абстрактного покупателя, а конкретную личность:

- *«Мы уверены, что, приобретая продукцию Benetton, Вы делаете продуманный ход»;*
- *«Мы по праву гордимся компетентностью и научным потенциалом наших сотрудников» (Фирма Bayer);*
- *«Where do you want to go today?» – «Куда ты хочешь пойти сегодня?» (Microsoft);*
- *«Если Вы любите свободу движений, это, конечно, Ваш пылесос» (Bosch);*
- *«Изобретено для Вас» (Breguet).*

**Синтаксические характеристики** текста раскрываются в зависимости от длины и структуры предложения. Длина предложения не имеет универсального значения, так как она связана, в первую очередь, с жанром, требующим лаконичного текста (например, в наружной рекламе) или более пространныго (реклама-инструкция). С целевым назначением рекламы также связана и структура предложения – преобладание в тексте простых или сложных предложений, количество придаточных предложений.

Реклама не терпит многословия и усложненно-аморфных синтаксических оборотов, так как по своей природе должна быть динамичной: только динамичный текст способен призвать к каким-то действиям.

Краткий текст лучше воспринимается читателем. Установлено, что, прочитав за несколько секунд текст из 5 слов, человек запоминает все эти слова. В тексте из 10 слов в среднем запоминается 4-5 слов, а из 25 слов – только 4-8. Например, рекламу: *«Шейте сами! А скроить вещь помогут мастера нашей фирмы»* (далее – телефон и адрес) можно признать удачной с точки зрения величины текста.

Но иногда для убеждения требуется большой рекламный текст. И тогда можно прибегнуть к динамическому, экспрессивному синтаксису. Ведь четкая синтаксическая структура позволяет быстро воспринять изложение, а также усилить его.

К динамическому синтаксису относят стилистические (риторические) фигуры. **Стилистическая фигура** – оборот речи, синтаксическое построение, используемое для усиления выразительности высказывания. В рекламе они используются также и для выделения основной мысли, рекламного мотива или образа, рекламируемого объекта и т. д.

Как уже говорилось выше, длинные предложения воспринимаются с трудом. Чтобы понять их смысл, нужно их перечитывать. Для создания небольших по объёму предложений пользуются приемом парцеллирования. **Парцелляция** – членение предложения, при котором содержание высказывания реализуется не в одной, а в двух или нескольких фразах, следующих одна за другой после разделительной паузы (на письме чаще всего обозначенной точкой). Можно писать так: *Конкуренция – дело живое, творческое.* Но можно и так: *Конкуренция – дело живое. Творческое.* Конечно, не каждое словосочетание модно парцеллировать. Например, нельзя разделить подлежащее и сказуемое, поскольку их связь очень сильна.

Пример парцелляции в рекламе:

*«Сберегательный банк – Ваш экономический советник.*

*Вы помните себя в шестнадцать? Правда, прекрасная пора? Время надежд. Стремлений. Желаний. Время, когда кажется, что самое лучшее у тебя ещё впереди, и ты готов одолеть любые вершины...*

*Мы рады помочь Вам, внимательные родители! Добрые! Заботливые! Сберегательный банк принимает целевые вклады на детей до 16 лет. Причём вкладчиком может стать любой! Независимо от родственных отношений!»*

И в первом, и во втором абзаце имеются парцеллированные конструкции. Они выделяются из общего речевого потока, имеют экспрессивную окраску, усиливают речь.

Предложение может быть подвергнуто парцелляции непосредственно, без перестройки связей. Например: *В дверь стучали властно и резко. – В дверь стучали. Властно и резко.*



В других случаях парцелляция сопровождается перестановкой конструктивных частей исходного предложения. Например: *Он вошёл в просторную и светлую комнату. – Он вошёл в комнату. Просторную и светлую.*

Парцеллироваться могут также и сложные предложения: сложносочинённые и сложноподчинённые. Например: *Я не хочу читать эту книгу, потому что она не интересует меня. – Я не хочу читать эту книгу. Потому что она не интересует меня.*

### Языковые средства привлечения внимания

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

Весьма эффективна в рекламе **антитеза** – оборот речи, в котором для усиления выразительности и лучшего запоминания текста используются противоположные понятия. Может быть не только противопоставление контрастных по своему содержанию слов, но и противопос-

тавление образов. Антитеза позволяет подчеркнуть достоинства рекламируемого товара или услуги:

- «*Минимум времени – максимум покупок*» (заголовок рекламы нового универмага самообслуживания);
- «*Минимум труда – максимум эффекта*» (заголовок рекламы стирального порошка).

**Градация** – фигура речи, состоящая в таком положении слов, при котором каждое последующее содержит усиливающееся (реже – уменьшающееся) значение, благодаря чему создается наращивание/ослабление производимого ими впечатления. Обычно градацию применяют, когда приводят различные фактические или цифровые сопоставления и располагают их по мере усиления. Отдельные слова, фразы, иногда целые абзацы рекламного текста выстраиваются в порядке нарастания.

Иногда в рекламных текстах используется **умолчание**. Это оборот речи, заключающийся в том, что автор сознательно не до конца выражает мысль. В письменном тексте обычно ставится многоточие:

*«когда соседи начинают завидовать... Материалы для строительства и ремонта: отделочные материалы, штукатурка, пиломатериалы, инструменты, сантехника... Только у нас! Телефон...»*

Для усиления психического воздействия на читателей в рекламе нередко используется обращение. Риторическое **обращение** – стилистическая фигура, состоящая в подчеркнутом обращении к кому-либо для усиления выразительности. Это важное языковое средство не только оживляет текст, но и помогает установить контакт с потребителем. Безусловно, реклама, обращенная к конкретной категории читателей, обладает наибольшей действенностью.

*«Для вас, специалисты!», «Милые женщины!», «Дорогие женщины!», «Любители охоты!», «Автолюбители!», «Мамы и папы!»*

Вполне оправдано в рекламе обращение на «Вы», поскольку каждый читатель, естественно, принимает его на свой счёт.

**Риторический вопрос** – стилистическая фигура, состоящая в том, что вопрос ставится не с целью получить на него ответ, а чтобы привлечь внимание читателя:

*«За час до вылета салат с креветками в вине, свежие огурцы, помидоры, вырезка по-внуковски, корейка по-внуковски.  
Вкусно. Не правда ли?...»*

Большой заряд экспрессии несут **восклицательные предложения**, которые играют роль своеобразных сигналов.

Действенны и **побудительные конструкции**, которые выражают предложение, призыв, приглашение, совет, разъяснение, убеждение и т. д. Они придают живость высказыванию, передают непосредственность разговорной речи, призывают, что очень важно, к действиям. Это активизирует потенциального потребителя.

*«Удивите гостей!», «Пополните свои коллекции! Изготавливаем значки, памятные медали...», «Стоп! Не выбрасывайте! Ведь из одной тонны макулатуры можно получить...»*

Иногда удачное использование **отрицаний** в предложении также может привести к положительному результату: *«Не было визга тормозов, побледневшего водителя, испуганных лиц пешеходов и милицейского протокола об автомобильной аварии. Не было потому, что в тормозной цилиндр залили тормозную жидкость...»*

Широко используются в рекламе **неполные предложения**, что связано с их динамичностью и разговорной окраской. Напомним, что неполные предложения – это предложения неполной грамматической структуры или неполного состава, вследствие того, что в них отсутствует один или несколько членов, главных или второстепенных. Чаще всего в таких предложениях опускается глагол, который легко восстанавливается из контекста или ситуации: *«Турбазы – в живописных местах на берегах рек и озёр, в лесных массивах...»*

Оптимальные конструкции:

- **безглагольные** предложения: *«Beeline – лидер сотовой связи России»; «Балтика» – лучшее пиво России*, выполненные в так называемом фирменном стиле;
- **назывные** предложения (в них представлено только подлежащее): *«Lion – ощути силу льва!»* (фирменный лозунг).

Чёткое структурирование текста позволяет выделить основную мысль, расставить акценты и создать, таким образом, воздействующую рекламу.

Для придания рекламе выразительности используются различные риторические фигуры.

**Синонимия** – замена синтаксических и грамматических конструкций иными, но тождественными или сходными по смыслу. Одной из разновидностей стилистической синонимии являются **архаизмы**, заменяющие общеупотребительные понятия устаревшими. Как правило, этот тип фигур применяется в рекламе на историческую тематику. Так, в рекламе банка «Империал» с графом Суворовым неожиданным архаизмом выступает колоритное: *«Ждём-с, матушка...»*. Гораздо более ха-

ракторной для рекламы фигурой являются **неологизмы** – необычные для языка новые слова и выражения, а также специально созданные для обозначения новых предметов и понятий или заимствованные – к примеру, такие, как «памперсы», «сникерс».

В качестве риторических фигур могут выступать даже **диалектизмы** или **жаргонизмы**, функционирующие в тексте как инородные включения, «цитаты» самой действительности. Так, в хорошо знакомом: «Чистота – чисто Tide» наречие «чисто» выступает одновременно и в своём непосредственном качестве, обозначая отсутствие грязи, и в качестве жаргонизма, семантически эквивалентного словосочетанию «говорить правду».

**Каламбур** (от франц. calembour) – игра слов, шутовское обыгрывание звукового сходства различных по значению слов: «Осип охрип, а Архип осип». В рекламе этот приём встречается достаточно редко ввиду того, что требует значительного интеллектуального напряжения и времени для восприятия. Поэтому чаще всего каламбур применяется в рекламе не товаров массового потребления, а сложных технологий, электроники и т. п. Так, в частности, организована реклама сотовых телефонов фирмы Motorola, где крупное поясное изображение как бы состоит из ячеек, сот с фотографиями лиц людей, как бы соединяемых связью.

**Эллипсис** (от греч. elleipsis – выпадение, опущение) – пропуск структурного элемента предложения, который может быть легко восстановлен и подразумевается.

В рекламной практике эллипсис является весьма эффективным риторическим приёмом, так как нарушает привычный, нормативный, обыденный, ожидаемый, закономерный порядок взаимоотношения объектов и субъектов. Таковареклама противоугонного устройства: «*Mega-forcer. Угонщики отдыхают*». На рекламном плакате вместо счастливого хозяина автомобиля, оснащённого данной противоугонной защитой, зритель видит подошвы ботинок, непринуждённо располагающихся на столе, рядом – пустую бутылку и гору окурков в пепельнице. Отсутствие ожидаемых атрибутов рекламы подобного типа услуг и создаёт тот самый смысловой сдвиг, который активизирует внимание потенциального потребителя.

К риторическим фигурам относится также **сокращение синтаксических знаков и опущение союзов**, как в знаменитом: «Пришёл, увидел, победил!». Аналогично – «*Пришел, увидел, купил!*». Эти риторические фигуры придают тексту, в том числе рекламному, лаконичность, стремительность, динамичность.

**Хиазм** основан на изменении порядка слов и иных знаков в предложении. Основной этой фигуры является зеркальная конструкция из двух предложений, члены которых во втором случае располагаются в обратном порядке. К примеру, в рекламе пива Jever бутылка, стоящая на фоне моря, имеет почти точную копию, но как бы в перевёрнутом виде – это бокал с пивом.

**Инверсия** – изменение классического порядка слов в предложении для придания ему особого смысла.

**Пермутация** – перестановка слов с образованием новых связей между ними и нового смысла: «*Le Coeur de la Mediterranee/ La Mediterranee du Coeur/ (Club Mediterranee)*» – «*Сердце Средиземного моря. Средиземное море в сердце*». Перечисленные фигуры достаточно активно используются в основном рекламой статичной, где вербальный текст представлен не в устном, а в письменном варианте. Привлекательность этих стилистических приёмов – в их игровой направленности, где игра с порядком слов уподобляется особому конструированию, где творческое начало активизируется, а вместе с ним активизируется запоминаемость текста и, соответственно, его эффективность.

Следующие риторические фигуры относятся к тропам. В их основе – замена одного семантического содержания другим, когда слово наделяется значением, не совпадающим с его первоначальным смыслом, а сам смысл переходит от прямого значения к переносному. На этих соотношениях – по сходству, по контрасту, по смежности – основываются такие виды тропов, как метафора, оксюморон, метонимия, синекдоха и автономазия.

**Метафора** (от греч. *metafora*) – один из основных видов тропов, основанных на перенесении свойств одного предмета или явления на другое на основании общего для сопоставляемых членов признака («*говор волн*», «*бронза мускулов*»). Сближение данных предметов позволяет представить один из них более ярко, ёмко, раскрыть такие его качества или свойства, которые являлись неочевидными, завуалированными, как бы скрытыми. В рекламе при помощи метафоры выражаются понятия, которые не имеют чувственно-наглядного облика: малый вес, запах, вкус, крепость напитка, качество фактуры, польза: «*Музыка, которая заводит. 106,2 FM. Evropa Plus*», «*Мобилизуй общение!!! МТС*».

Близкой метафоре риторической фигурой является **сравнение**. Этот приём позволяет сопоставить рекламируемый предмет с каким-либо другим явлением, изначально обладающим социальной или культурной ценностью: к примеру, рекламируемую услугу или предмет – с

аналогичными тем, которыми пользуется известная личность. При восприятии рекламной информации в сознании потребителя осуществляется сопоставление характера товара с его собственными представлениями о них, а также внедрение рекламируемого объекта в картину мира потребителя через демонстрацию уже пребывающих в ней объектов. Направление этому потоку ассоциаций задаётся именно метафорой, являющейся в своей основе расширенным сравнением.

При этом ценность вещи фиксируется как раз в этом дополнительном смысле, возникающем из парадоксального сочетания предметов, где автомобиль, к примеру, выступает символом процветания и благополучия. Подобным образом особенности товаров символизируют физические качества животных, олицетворяющих мощь, силу, красоту, скорость, ловкость. Например, компания Телмос вводит в визуальный ряд своей рекламы изображение льва, олицетворяющего силу и энергию и метафорически подтверждающего слоган «Телекоммуникации победителей». В рекламе эпилятора Philips слоган «так же легко» подкрепляется картиной девушки, легко сдувающей пушинки с одуванчика.

На принципе перехода смысла от прямого значения к переносному основан также такой троп, как **оксюморон** (от греч. *oxymoron* – остроумно-глупое). Эта стилистическая фигура основана на сочетании противоположных по значению слов: «*La petite grand Routiere (Renault 6 TL)*» – «*Маленькая большая машина*».

В **метонимии** (от греч. *metonymia* – переименование) замена одного слова другим осуществляется на основе связи их значений по смежности, когда свойства предмета переносятся на сам предмет, участвующий в выявлении этих свойств: «*Smart money knows where to go*» – «*Умные деньги знают куда пойти*», «*Black Label – глубина вкуса*».

Следующие виды риторических фигур связаны с отклонениями от логической нормы и сознательными её нарушениями. Наиболее употребительными в рекламе являются гипербола и литота, предполагающие резкое изменение свойств, размеров, признаков, особенностей предмета в сторону увеличения или уменьшения. **Литота** позволяет представить предметы и вещи как бы «освоенными», то есть, приобретенными человеком. Вполне доступным выглядит в рекламе недвижимости жилой дом в огромных руках, защищенных рабочими рукавицами, вилла, окружённая пальмами, или автомобиль на изящной женской ладони.

**Гипербола** (или преувеличение) позволяет исказить качества предметов с целью создания художественного образа, где наиболее

ценные из этих качеств – с точки зрения рекламодателя – представляются наиболее ярко и выпукло.

Очень часто реклама представляет услуги и товары, гиперболизируя их свойства, и это звучит достаточно убедительно, как эта реклама обуви: *«Возможно, после нескольких лет носки вам придется заменить шнурки»*. Тот же приём гиперболизации представлен в рекламном ролике Absolut, где различные персонажи изменяют свои характеристики, усиливая многократно свои отдельные качества: так, кошка, рассматриваемая через стекло бутылки с её содержимым, превращается в пантеру, а милая девушка – в роковую женщину.

С риторической фигурой гиперболы сходство, хотя и внешнее, формальное, имеет приём **сопоставления** планов и масштабов, что позволяет акцентировать внимание потребителей непосредственно на рекламируемом товаре – как это сделано в рекламе английской обуви T.J. Collection. На переднем плане плаката, занимая около трети его общей площади, выступает брутальный ботинок из этой коллекции, на заднем – молодые люди, не боящиеся гулять по глубокому снегу в обуви от T.J.

Характерным для художественного творчества является и приём **аллегории** (от греч. *allegoria* – иносказание) – изображение отвлечённого понятия или идеи посредством образа. Аллегория принципиальным образом отличается от символа, смысл которого неотделим от структуры его образа и практически неисчерпаем содержательно. Смысл же аллегории всегда отделён от образа и обладает единственным значением. Связь же между значением и образом устанавливается по аналогии.

В рекламе практика аллегории используется достаточно редко ввиду того, что на выявление смысла, заложенного в образе, требуется значительное волевое усилие и достаточное количество времени. Между тем такие имеющие внешнее сходство с аллегорией риторические фигуры, как эвфемизм и отрицание, рекламой оценены по достоинству.

Приём **отрицания** – то есть характеристика явлений «от обратного» – помогает в рекламной практике поместить товары-конкуренты в оппозиционное смысловое пространство собственному рекламируемому продукту. Так, в частности, сконструирована реклама легковых автомобилей Chrysler fifth avenu. *«If it has less legroom, a lesser warranty, and costs a thousand more, it could be a Cadillac»*. (*«Если у неё меньше места для ног, маленькая гарантия и стоит на тысячу дороже, то это должен быть Кадиллак»*). В этой рекламе собственные достоинства автомобиля Крайслер определяются как противоположные тем, которые характеризуют автомобиль-конкурент Кадиллак. Из рекламы следует, что

Крайслер, соответственно, имеет более низкую цену, просторный салон и большую гарантию.

**Эвфемизм** (от греч. *euphemia* – воздержание от неподобающих слов) – замена резкого, грубого, обидного, нарушающего нормы приличия, слова иным, аналогичным по смыслу, но более подобающим этически, социально, эстетически.

Этим приёмом при описании недостатков, нивелируемых рекомендуемым товаром или услугой, широко пользуется реклама разнообразных средств коррекции внешности, а также продуктов, поддерживающих её идеальное состояние (косметики, эпиляторов, средств для роста волос, услуг институтов красоты, спортивных тренажёров и т. д., и т. п.) В частности, из двух московских магазинов, предлагающих одежду больших размеров, один носит название «Три толстяка», другой – «Большие люди». Второй вариант представляется более привлекательным – причем не только благодаря эвфемизму, но и вследствие возникающей аллюзии, где прилагательное «большие» может означать и означает не столько физические параметры, сколько социальный статус и престиж.

В заключение отметим, что проявление и особенности функционирования риторических фигур в разных видах искусства обладают значительной спецификой, что и позволяет рассматривать не только в совокупности, но и в качестве самостоятельных, риторику текста, видеориторику, риторику рекламных ритуалов (шоу, презентаций).



## ДЛЯ ВАШЕГО ПОРТФОЛИО

- Резюме
- Заявление
- Доверенность
- Объяснительная записка
- Расписка
- Речевые клише и штампы для эффективной коммуникации
- «Магические» слова, помогающие пробудить интерес у Ваших партнеров
- Структурная схема делового письма

### РЕЗЮМЕ

#### План занятия

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

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

Существует мнение, что любая реклама – это двигатель торговли.

Не любая. Плохая реклама не двигатель, а тормоз.

Дэвид Огилви

Легче сочинить десять правильных сонетов, чем хорошее рекламное объявление.

Олдос Хаксли.

#### 1. Резюме как особый вид документа

**Резюме** – краткое письменное описание занимаемых в течение жизни должностей, мест работы и образования.

**Цель** составления резюме – представить свою рабочую биографию наиболее выигрышно (и в то же время объективно), для того чтобы получить желаемую работу.

Резюме напоминает анкету, но предполагает большую свободу.

Работодатель может уделить вашему резюме не более 20-30 секунд. Поэтому ваша информация должна быть представлена в наиболее сжатой и удобной форме.

### Задание 1

*Прочитайте образец резюме. Найдите основные структурные элементы данного документа.*

**Резюме составляется по следующей форме:**

- фамилия, имя, отчество;
- дата и место рождения;
- семейное положение; если есть дети, указать дату их рождения;
- гражданство;
- адрес и телефон (домашний и служебный);
- должность, которую хочет получить соискатель;
- образование (перечень начинается с указания последнего учебного заведения, которое окончил соискатель, далее перечисление идет в обратном порядке);
- опыт работы (где и кем работал, перечисление идет в обратном хронологическом порядке);
- профессиональные навыки (знание языка, владение компьютером и пр.)
- возможные командировки;
- личные качества (ответствен/ ответственна, коммуникабелен/ коммуникабельна, доброжелателен/ доброжелательна)
- увлечения
- дата составления

### Образец резюме

<b>Ткачев Андрей Петрович</b>	
Дата рождения	18 января 1959 г.
Адрес, телефон	603126, г. Нижний Новгород, ул. Осенняя, д. 46, кв. 1. Тел.(8312)44-55-66
Семейное положение	Женат, трое детей
<b>Цель</b>	
Получение должности регионального менеджера по продажам в крупной торговой компании	
<b>Образование</b>	
1997-2001 гг.	Институт экономики и права Аксенова, экономический факультет. Специальность: маркетолог
1997 г.	Тренинг продаж. Нижегородский институт тренинга
1983-1984 гг.	Курсы английского языка при ГГУ
1975-1980 гг.	Горьковский государственный университет, экономический факультет. Специальность: экономист
<b>Опыт работы</b>	
07.1998г. - настоящее время	«WEST PRODUCT» (оптово-розничная продажа чипсов), г. Нижний Новгород. Специалист по обеспечению сбыта. Функции: -работа с точками розничной торговли; -налаживание связей между розницей и оптовиками; -продвижение и расширение ассортимента продукции «WEST PRODUCT» на рынке;

	-подписание контрактов на установку торгового оборудования в точках розничной продажи; -организация и контроль за проведением рекламных кампаний. Результаты работы и достижения: увеличил присутствие продукта компании в Нижегородском и Заречном районах Нижнего Новгорода в точках розничной торговли; расширил сеть торговых точек с 20 до 44; увеличил объемы продаж на 133% в месяц.
05.1996 г. – 06.1998г.	Компания «Нижегородский хозяин» (многопрофильная компания, одно из направлений – продажа ТНП), г. Нижний Новгород. Коммерческий директор. Функции: -контакты и переписка с иностранными фирмами и городской администрацией; -маркетинговые исследования. Результаты работы и достижения: установил контакты и получил реальные предложения о сотрудничестве от восьми зарубежных компаний.
11.1993 г. – 04.1996 г.	ООО «ФОРТУНА», г. Нижний Новгород. Коммерческий представитель
09.1981г. – 10.1993г.	НПО «Электрон», г. Нижний Новгород (разработка и внедрение электронных приборов). Главный экономист
<b>Дополнительная информация</b>	
Технические навыки	MS Windows 2000, Word, Excel, DOS. Офисное оборудование (факс, модем, сервер, копировальные аппараты), работа в Интернете.
Знание иностранных языков	Английский язык - свободно. Немецкий язык - читаю, перевожу со словарем
Водительские права	Водительские права категории «В», стаж вождения 15 лет. Личный автомобиль ВАЗ 2111 (год выпуска 2001-й)
Возможные командировки	Загранпаспорт, возможны командировки
Физическая подготовка	Занимаюсь спортом (футбол, хоккей, плавание). Не курю
Личные качества	Энергичен, пунктуален, хороший организатор
Дата составления	10 июня 2001 г.

## **Задание 2**

**Прочитайте образцы объявлений центра занятости. Составьте резюме, соответствующие данным вакансиям.**

1. Торговый представитель (торговая компания, продажа продуктов питания, бакалейная группа); работа с розничной сетью по сбыту продуктов питания, поиск клиентов, заключение договоров, контроль за исполнением, до 30 лет, желательно опыт продаж любых продуктов питания, з/п от 15 000 руб.

2. Руководитель отдела (жилой сектор) в агентство недвижимости; участие в формировании отдела (15-18 чел.), организация работы, повышение квалификации сотрудников, муж./ жен., высшее образование (желательно экономическое или юридическое), опыт аналогичной работы от 2 лет; з/п на испытательный срок - 15000 руб.

### Задание 3

*Напишите резюме, предполагая, что вы являетесь соискателем на должность:*

- начальника конструкторского бюро завода;
- инженера механического цеха завода;
- менеджера по продажам коммерческой фирмы;
- программиста крупной фирмы;
- экономиста торгового предприятия;
- секретаря-референта.

### Задание 4

*Прочитайте CURRICULUM VITAE (аналог резюме, используемый за рубежом и во многих совместных предприятиях).*

CURRICULUM VITAE	АНКЕТНЫЕ ДАННЫЕ (перевод на русский язык)
<p>Name: Date and place of birth: Marital status: married, 2 children Education: ... Business school Graduated in 19... 19...–19... University of... degree in law. Professional experience: 19...–19... First post: Employed in the personnel department of... (chain stores) 19...–19... In charge of personnel training at the Head Office/ 19...–19... Assistant Head of personnel of... 19...–19... Stationed in Atlanta (Georgia). Supervised the personnel management aspects of setting up a new subsidiary. I was primarily responsible for helping French executives and technicians to relocate and settle in and for the integration of French and U.S. personnel. 19...–19... On returning to France, I took charge of distribution in The South-west: reorganization of the network, hir-</p>	<p>Ф. И.О. Дата и место рождения: Семейное положение: женат, двое детей. Образование: Школа бизнеса Закончил в 19... 19...–19... университет, диплом юриста. Опыт работы: 19...–19... первая должность: отдел кадров (сеть магазинов) 19...–19... ответственный за обучение персонала в головном офисе. 19...–19... помощник начальника отдела кадров в... 19...–19... работа в г. Атланте, штат Джорджия. Отвечал за вопросы подбора персонала при создании нового филиала компании. Главным образом, я отвечал за помощь французским руководителям и техникам при переезде и обосновании на новом месте, а также по сотрудничеству французского и американского персонала. 19...–19... по возвращении во Францию я стал отвечать за продажи на Юго-Западе: реорганизация сети, набор и переобучение предста-</p>

CURRICULUM VITAE	АНКЕТНЫЕ ДАННЫЕ (перевод на русский язык)
ing and retraining of representatives, motivation of the sales force creation of a demonstration center. Languages: French: mother tongue. English: written, read and spoken flu- ently. Spanish: spoken Hobbies: Photography, cinema. Sports: Tennis (ranked amateur player), swim- ming. For references, please, contact...	вителей, стимулирование продавцов, созда- ние демонстрационного центра.  Владение иностранными языками: Французский – родной. Английский – пишу, читаю и свободно гово- рю. Испанский – разговорный Увлечения: фотография, кино Занятия спортом: теннис (имею разряд), плавание Для справок прошу обращаться ...

*Напишите свои варианты CURRICULUM VITAE на русском и англий-  
ском языках.*

## ЗАЯВЛЕНИЕ

**Заявление** – документ, содержащий просьбу, предложение или жалобу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.

### Структура заявления

- Наименование адресата – должность, фамилия, инициалы (в дательном падеже).
- Фамилия, инициалы подавшего заявление (в родительном падеже). Если заявление пишется на имя работника той же организации, к которой относится автор заявления, то последний должен указать свою должность после фамилии и инициалов, а если заявление адресовано в какую – либо иную организацию, то подающий заявление указывает свой адрес.
- Заголовочная часть (наименование документа пишется в середине листа с заглавной буквы).
- Описание прилагаемых документов.
- Подпись заявителя.
- Дата подачи заявления (ниже подписи и слева листа, число и год пишутся цифрами, а месяц словами).

### Задание 1

Прочитайте список типичных языковых конструкций, используемых при написании заявлений. Составьте и запишите предложения с каждой из предложенных конструкций.

#### Типичные языковые конструкции заявления

Конструкция	Пример употребления
Ввиду (чего)	Ввиду срочного отъезда из города
В силу (чего)	В силу отсутствия средств
Вследствие (чего)	Вследствие изменения расписания
За неимением (чего)	За неимением средств на покупку аппаратуры
По причине (чего)	По причине болезни
Согласно (чему)	Согласно утвержденному плану
В связи с (чем)	В связи с отсутствием
Благодаря (чему)	Благодаря помощи коллег
За недостатком (чего)	За недостатком средств

### Задание 2

Отредактируйте фрагменты заявлений, используя языковые конструкции из таблицы.

**Образец.** В связи с тем, что я должен срочно уехать в Москву... – В связи со срочным отъездом в Москву...

Из-за того, что я должен срочно уехать на родину...

В силу того, что у меня нет достаточного количества денег...

Вследствие того, что изменилось расписание движения поездов...

Из-за того, что я не имею денег на покупку билетов на самолет...

Так как я болел в течение целого семестра...

Вследствие того, что я опоздал на вокзал...

Поскольку расписание движения поездов было изменено...

### Задание 3

Найдите 6 ошибок в данном заявлении. Отредактируйте текст.

Декану экономического факультета Технологического университета проф. С. С. Инину от Иванцова Н. Ю.
Заявление.
В связи с тем, что я устроился на работу в филиал фирмы «Стронг», прошу перевести меня на вечернее отделение, так как я не могу учиться в дневное время.
С уважением
_____ Н.Ю. Иванов
11 сентября 2003 г.

## ДОВЕРЕННОСТЬ

- Наименование документа.
- Фамилия, имя, отчество (иногда должность, адрес, паспортные данные – в зависимости от цели написания доверенности) доверителя.
- Фамилия, имя, отчество (иногда должность), адрес, паспортные данные доверенного лица.
- Содержание доверенности (КТО – ДОВЕРЯЮ – КОМУ – ЧТО СДЕЛАТЬ) (сумма пишется цифрами и в скобках прописью).
- Подпись доверителя.
- Дата выдачи доверенности.
- Наименование должности и подпись лица, удостоверяющего подпись доверителя.
- Дата удостоверения и подпись.

### Задание 1

*Прочитайте образец доверенности. Определите, из каких элементов (реквизитов) состоит текст доверенности. Напишите названия реквизитов.*

Доверенность	
Я, Гошин Павел Михайлович, студент механического факультета Технического института, доверяю Ивановой Анне Сергеевне, проживающей по адресу: г. Санкт-Петербург, ул. Озорная, д.6, кв. 9. паспорт: серия 4009 № 145676, выдан 34-м отделением милиции г. Санкт-Петербурга 10 марта 2000 г., получить мою стипендию за июнь 2000 г. в сумме 150 (сто пятьдесят) рублей.	
_____ П.М. Гошин	
25.05.2000г.	
Подпись П.М.Гошина удостоверяю, Декан механического факультета Г.Г.Сонин 26.05.2000 г. Печать	

### Обратите внимание на расположение частей доверенности:

- наименование документа – в центре;
- текст – с красной строки;
- дата – слева, подпись – справа;
- под датой и подписью – место, чтобы заверить документ.

### **Задание 2**

*Сравните реквизиты доверенности с реквизитами заявления. Отметьте в перечнях «Структура заявления» и «Структура доверенности» реквизиты, которые совпадают в этих документах.*

### **Задание 3**

*Найдите 5 ошибок в приведенной ниже доверенности. Исправьте их. Отредактированный вариант запишите.*

<p>Я, Васильева Ольга Владимировна, доверяю получить мою стипендию студентке инженерно-строительного факультета Симоновой Алле, паспорт 40 02 173511, выдан 70 отделом милиции, получить мою стипендию за январь в связи с моей поездкой в Финляндию.</p> <p style="text-align: right;">Васильева</p>
---

### **Задание 4**

*Напишите доверенность: а) на получение 10 000 рублей с вашего вклада в банке каким-либо лицом, б) на покупку автомобиля на ваше имя, в) на получение посылки на почте, г) на получение заработной платы в кассе организации.*

## **ОБЪЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**Объяснительная записка** – документ, содержащий объяснение причин какого-либо нарушения в производственном процессе.

### **Структура объяснительной записки**

- Наименование адресата (руководитель организации, подразделения).
- Фамилия, инициалы, должность работника, пишущего объяснительную записку.
- Заголовочная часть (наименование документа пишется в середине листа с заглавной буквы).
- Текст объяснительной записки.
- Опись прилагаемых документов.
- Подпись (внизу справа).
- Дата написания объяснительной записки (ниже подписи и слева листа, число и год пишутся цифрами, а месяц словами).

### **Задание 1**

*Прочитайте образец объяснительной записки. Определите, из каких элементов (реквизитов) состоит ее текст. Напишите названия реквизитов.*



Заведующему кафедрой  
русского языка  
Н. В. Петрову  
Смирновой А. Н.,  
студентки группы № 1125  
гуманитарного факультета

#### Объяснительная записка

Я, Смирнова Анна Николаевна, отсутствовала на занятиях по русскому языку и культуре речи с 14.03.03 по 18.04 .03 в связи с вынужденным отъездом к заболевшей матери в город Новгород. Справку о болезни матери из районной поликлиники №4 Новгорода прилагаю.

\_\_\_\_\_ А.Н. Смирнова

15 апреля 2003 г.

### РАСПИСКА

**Расписка** – официальный документ, удостоверяющий получение чего-либо (денег, документов, ценных вещей и т. п.), заверенный подписью получателя.

#### Структура расписки

- Наименование документа (в центре, с заглавной буквы).
- Фамилия, имя, отчество, должность лица, дающего расписку.
- Наименование учреждения, предприятия или лица, от которого получено что-либо.
- Точное наименование полученного с указанием количества или суммы (количество и сумма пишутся сначала цифрами, затем в скобках прописью).
- Подпись получателя (справа).
- Дата составления расписки (слева).

Если расписка имеет особо важное значение, то подпись лица, давшего расписку, заверяется в учреждении или у нотариуса.

#### Задание 1

*Напишите расписку в получении: а) мультимедийного проектора для проведения студенческой научной конференции, б) экспонатов музея (экспозиции) для представления доклада, в) спортивного инвентаря.*

### Задание 2

Заполните таблицу, обозначая обязательное наличие реквизита в документе знаком «+»; возможное, но необязательное наличие реквизита – знаком «+/-»; отсутствие реквизита – знаком «-».

	Заявление	Доверенность	Расписка	Объяснительная записка
Наименование адресата				
Должность, фамилия, имя, отчество адресата				
Фамилия, имя, отчество составителя документа				
Фамилия, имя, отчество, паспортные данные доверенного лица				
Заголовочная часть (наименование документа)				
Основной текст документа, в т.ч.:	просьба в адрес руководства			
	указание на действия, которые разрешается выполнять доверенному лицу			
	наименование учреждения, предприятия или лица, от которого получено что-либо			
	точное наименование полученного с указанием количества или суммы			
	объяснение причин нарушения в производственном процессе			
Опись прилагаемых документов				
Подпись составителя документа				
Дата составления документа				
Наименование должности и подпись лица, удостоверяющего подпись составителя документа, дата удостоверения документа				

### Задание 3

Укажите, какие документы необходимо написать в следующих ситуациях.

Вы нарушили распоряжение декана факультета.

\_\_\_\_\_

Вы получили во временное пользование дорогостоящую технику.

\_\_\_\_\_

Вам необходимо досрочно сдать экзамены.

\_\_\_\_\_

Вы хотите перевестись с одной специальности факультета на другую.

---

Вам необходимо, чтобы вашу заработную плату получил ваш коллега.

---

Вы не успели вовремя подготовить необходимую вашему руководству документацию.

---

Вы не можете получить премию, так как уезжаете на каникулы.

---

На время летней практики вы берете на кафедре персональный компьютер.

---

**Задание 4**

***Составьте текст заявления, доверенности, расписки и объяснительной записки для ситуаций, указанных в задании 3.***

## РЕЧЕВЫЕ КЛИШЕ И ШТАМПЫ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ

### Речевые клише

**Цель:** Лучше понимать и выяснять ситуацию переговоров.

**Речевые обороты:**

- *что вы делаете, когда вы думаете о...?*
- *какие моменты являются для вас существенными?*
- *как вы сформулировали темы для сегодняшних переговоров?*
- *каковы важнейшие критерии для...?*
- *что случилось бы, если бы возникла необходимость прекратить переговоры?*
- *в чем состоит проблема, с вашей точки зрения?*
- *по каким причинам, по вашему мнению, мы не продвигаемся дальше?*
- *в чем вы чувствуете себя непонятым?*
- *если бы это касалось вас непосредственно, что бы вы сделали?*
- *что для вас особенно важно в этом вопросе?*

**Цель:** Разрабатывать направление

**Речевые обороты:**

- *какое место вы отводите аспекту...?*
- *какую возможность вы считаете лучшей?*
- *если бы вы смогли определить ход переговоров, чтобы вы сделали?*
- *это единственная возможность, которая вами продумана?*
- *что мы можем и должны сейчас еще сделать?*
- *что было бы, если бы...?*
- *что необходимо сделать для того, чтобы продвинуться вперед?*
- *что произошло бы, если бы мы сейчас пришли к согласию?*

**Цель:** Лучше понимать высказывания партнера

**Речевые обороты:**

- *на каком примере вы можете это пояснить?*
- *какую подоплеку имеет то, что вы говорите?*
- *вы говорите: «...» Как вы до этого додумались?*
- *что для вас является самым плохим результатом?*
- *как вы воспринимаете, когда слышите, что...?*
- *как вы оцениваете эту ситуацию?*
- *что вы понимаете под...?*

- что вы подразумеваете под...?
- кто кроме вас видит эту новую проблему?
- какого мнения ваш руководитель об этом аспекте решения?
- что скажет ваш партнер, если мы не придем к единому мнению?
- чего конкретно это касается?

**Цель: Подготавливать результаты.**

**Речевые обороты:**

- что бы вы могли предложить, чтобы я согласился с вашим мнением?
- если у вас есть намерение купить машину, кто в вашей фирме проявил бы к этому интерес?
- предположим, вы хотите купить дом (компьютер, квартиру...), как бы вы финансировали покупку?
- как этот подход поможет решить проблему?
- мы обсудили с вами все пункты (темы, вопросы, проблемы)?
- каким же образом мы придем теперь к соглашению?
- это было бы решением для вас?
- этот пункт вам ясен?
- вы также согласны с этим результатом?
- как вы хотите этого добиться?

### **Речевые штампы**

Для представления фирмы:

*Наша фирма создана (образована) в ... году. Ее учредителями являются ... Годовой оборот фирмы составляет...*

*Фирма специализируется (на, в области)...*

*Фирма оказывает услуги...*

*Фирма осуществляет посредничество...*

*Фирма производит продажу...*

*Фирма выпускает...*

Выражение цели визита:

*Мы приехали, чтобы (обсудить вопрос, предложить свои услуги, провести переговоры)...*

*Наша фирма намерена...*

*Целью нашего визита является (подписание договора, контракта, соглашения, протокола о намерениях, открытие СП и пр.)...*

*Мы хотим (хотели бы)...*

Выражение коммерческих предложений:

*Наша фирма (компания):*

- готова осуществлять поставки...

- может поставлять...
- готова продавать...
- может закупать в больших и малых партиях...
- ищет партнера (для, с целью)...
- намерена создать фирму по производству...
- планирует строительство...
- предполагает открыть магазины по продаже...
- предлагает услуги в области (консультирования, аудита...)

Указание на форму сделки:

*Фирма готова обсудить валютные сделки.*

*Фирма предлагает использовать бартерные контракты.*

*Фирма готова рассмотреть варианты бартерных и компенсационных сделок.*

*Мы предлагаем заключить взаимовыгодный контракт.*

*Мы можем согласиться на клиринговые сделки.*

Уточнение содержания сделки (контракта):

*Какой контракт вы хотели бы заключить?*

*На что вы хотите заключить контракт?*

*На какой срок этот контракт рассчитан?*

*Какой контракт вас больше устраивает: долгосрочный или краткосрочный?*

*Уточните объем контракта.*

*Нас прежде всего интересует, кто будет финансировать поставки по контракту?*

## **«МАГИЧЕСКИЕ» СЛОВА, ПОМОГАЮЩИЕ ПРОБУДИТЬ ИНТЕРЕС У ВАШИХ ПАРТНЕРОВ**

***Продумывая свои первые фразы, каждый раз сочетайте глагол, побуждающий к активным действиям, с «привлекательными» существительным и прилагательным, отражающими положительные качества.***

<i>Существительные</i>	<i>Прилагательные</i>	<i>Глаголы</i>
решение проблемы	простой	размышлять
экономия	легкий	обеспечивать
обеспечение будущего	быстрый	усовершенствовать
новшество усовершенствование	лучший	осуществлять
возможность	надежный	разрабатывать
развитие	рациональный	организовывать
достижение	экономичный	проверять
прибыль	выгодный	развивать
	разнообразный	рассчитывать

безопасность	гибкий	поддерживать
оборот	удобный	искать
облегчение	ценный	анализировать
информация	изменяемый	испытывать
опережение	интересный	улучшать
повышение квалификации	новый, важный	помогать, беречь
шансы	комфортный	планировать
ноу-хау	блестящий	повышать
превосходство	уникальный	укреплять
успех	потрясающий	достигать

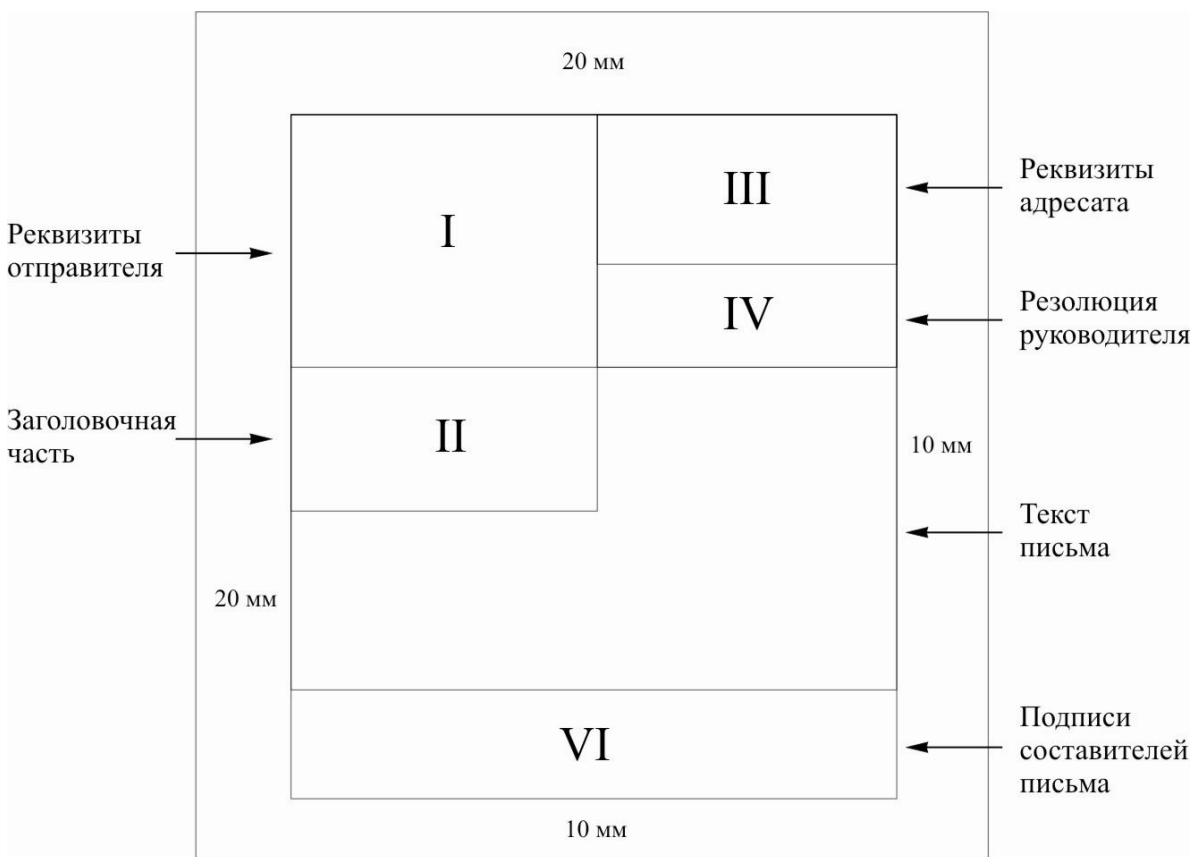
## СТРУКТУРНАЯ СХЕМА ДЕЛОВОГО ПИСЬМА

Деловое письмо – документ, который подготавливает заключение сделок, важные встречи, содержит служебную информацию, претензии, предложения и т. д. Таким образом, деловое письмо – письменный диалог юридических лиц, в котором решаются важнейшие вопросы экономико-правовой или дипломатической деятельности организации.

Письмо должно соответствовать конкретному типу письма. По содержанию и назначению письма могут быть следующих типов:

- письмо-сообщение (информационное);
- сопроводительное письмо;
- письмо-инструкция;
- гарантийное письмо;
- письмо-просьба;
- письмо-запрос;
- оферта (письмо-предложение);
- письмо-напоминание;
- письмо-приглашение;
- рекламация (письмо-претензия);
- письмо-подтверждение;
- письмо-благодарность;
- письмо-ответ

## Схема делового письма



Текст любого письма состоит из следующих частей: 1) обращение, 2) вводная часть, 3) основная часть, 4) заключение.

### Структурная схема делового письма

Структура текста	Речевые конструкции	
<p><b>1. Обращение</b> Используется стандартное обращение (должность, фамилия, имя, отчество). Возможно использование прилагательных. Если не предполагается конкретное лицо, обращение можно опустить.</p>	<p><i>Уважаемый</i> <i>(многоуважаемый, высокоуважаемый (к высокопоставленным чиновникам))</i> <i>Дорогой (к хорошо знакомому адресату)</i> <i>Уважаемые</i></p>	<p><i>господин Иванов!</i> <i>господин директор!</i>  <i>Фридрих!</i>  <i>господа!</i> <i>дамы и господа!</i> <i>коллеги!</i></p>
<p><b>2. Вводная часть</b> Излагается повод для письма</p>	<p><i>В связи с ...</i> <i>Согласно контракту от 21.01.02 № 15/10...</i> <i>Нами рассмотрены Ваши предложения</i></p>	



Структура текста	Речевые конструкции
<p><b>3. Основная часть.</b>  Формулируется главная цель письма:  сообщение  предложение  отказ  ответ  запрос  просьба  гарантия  напоминание  приглашение  благодарность  рекламация  Суть дела излагается от первого лица в ед.ч. или мн.ч., или от третьего лица.  Необходимо четкое деление на абзацы (абзац – замкнутая смысловая единица)</p>	<p><i>Рады сообщить Вам...</i>  <i>Информируем Вас о том, что...</i>  <i>Извещаю, что...</i>  <i>Ставлю Вас в известность, что...</i>  <i>Сообщаю Вам, что...</i>  <i>Имеем честь предложить Вам...</i>  <i>К сожалению, мы не можем принять...</i>  <i>Компания не может принять Ваши условия...</i>  <i>Со своей стороны хотели бы попросить Вас...</i>  <i>Просим рассмотреть вопрос/ подтвердить заказ/ сообщить о решении...</i>  <i>Прошу ответить...</i>  <i>Просим выслать...</i>  <i>Направляем Вам...</i>  <i>Высылаем Вам...</i>  <i>Напоминаем Вам...</i>  <i>Подтверждаю, что...</i></p>
<p><b>4. Заключение</b>  Выражается надежда на ответ, на положительное решение вопроса, выражается признательность, пожелание, чтобы переписка была продолжена и т. п.</p>	<p><i>Надеемся получить ответ в ближайшее время...</i>  <i>Просим ответить в двухнедельный срок...</i>  <i>Ожидаем Вашего согласия...</i>  <i>Выражаем надежду (надеемся) на дальнейшее сотрудничество (продолжение нашего сотрудничества)...</i>  <i>Заранее благодарны...</i>  <i>Искренне Ваш...</i>  <i>С уважением...</i></p>

# ПРАКТИКУМ

## Задание 1

*Заполните вторую часть таблицы, объясняющую пользу клиента.*

<b>Объяснение пользы товара (услуги)</b>	<b>Польза для клиента</b>
Для вас это означает	
Это повышает ваш(и)	
Это дает вам	
Это обеспечивает	
За счет этого вы экономите	
Это позволяет вам	
Это снижает ваш(и)	
Это повышает ваш(и)	
Это уменьшает ваш(и)	
Это создает благоприятные условия для	
Благодаря этому вы испытываете	
За счет этого вы совершенствуете	
Благодаря этому вы станете	
Благодаря этому вы получите	
Это сокращает	
За счет этого вы избавляете себя	
Это укрепляет	
Это ведет к	
и т. д.	

## Задание 2

*Какие официальные документы соответствуют следующим фразам (заявление, доверенность, объявление, договор о купле-продаже, объяснительная записка). Попробуйте составить эти документы на основе данных предложений.*

1. Пользуйся моей машиной. 2. Можно я на пару недель съезжу отдохнуть? 3. У Вас найдется для меня какая-нибудь работа? 4. Получи за меня зарплату. 5. Простите, что опоздал: в центре ужасные пробки. 6. Ты не знаешь, никому не нужен дом за городом: лес, речка рядом и от Москвы недалеко? 7. Я решил: покупаю у тебя гараж. 8. Хочу продать свой компьютер. 9. Я бы мог преподавать русский язык иностранцам.

## Задание 3

*Подберите к следующим словам синонимичные словосочетания официально-делового стиля. Например: помочь – оказать помощь.*

поддержать	–
записать	–
ошибиться	–
расследовать	–
мочь	–
ударить	–
затрудняться	–

исследовать	–
намереваться	–
агитировать	–

#### **Задание 4**

**Какое из слов, заключенных в скобки, следует употребить в приведенном отрывке из официального документа?**

а) Перед установкой и (эксплуатацией, использованием) холодильника внимательно прочитайте инструкцию со всеми (находящимися, содержащимися) в ней (указаниями, советами) – это (позволит, даст) Вам пользоваться холодильником (наилучшим, лучшим) возможным образом.

б) (Запрещается, нельзя) перекачивать насосом воду с грязью, песком, мелкими камнями и мусором, оставлять его без присмотра.

Насос (не требует смазки, не нужно смазывать), включается в работу (непосредственно, сразу) после (погружения, опускания) в воду. Он не боится сырости и влаги, может быть (погружен, опущен) в воду (на длительное время, надолго) и (извлекаться, доставаться) только для профилактического (осмотра, проверки). Работа насоса без воды (невозможна, не допускается).

#### **Задание 5**

Для официально-делового стиля характерны производные предлоги. В разговорной речи им будут соответствовать простые предлоги или беспредложные формы. Например, в *связи с болезнью – из-за болезни, путем отселения – отселением*. Замена предлога, как правило, ведет за собой изменение всего высказывания. Например: *В связи с эпидемией гриппа 5 апреля отменяются занятия – Из-за гриппа занятий завтра не будет*. Не всегда такая замена возможна, так как каждый функциональный стиль имеет свой круг тем. Поэтому фраза: «В целях приобретения мяса мама пошла в магазин» выглядит комичной.

**Составьте предложения, показывающие стилистические различия между синонимичными предлогами. Обратите внимание на изменение в некоторых случаях формы надежды:**

ввиду ремонта – из-за ремонта,

в области маркетинга – в маркетинге,

в соответствии с постановлением – по постановлению,

вследствие засухи – из-за засухи,

в целях улучшения успеваемости – для улучшения успеваемости,

с момента начала работ – с начала работ,

в течение двух месяцев – за два месяца,

по причине отсутствия – из-за отсутствия,

согласно правилам – по правилам,

сообразно с обстоятельствами – по обстоятельствам,

при условии уплаты – при уплате,

в результате наводнения – из-за наводнения,

наряду с лучшими спортсменами – с лучшими спортсменами,

в размере ста рублей – сто рублей,

указанный – этот,

материальный ущерб – убытки,

ходатайство – просьба,

хищение – кража,  
стоимость – цена,  
приобретение – покупка,  
преждевременно – раньше времени,  
производить – делать.  
удовлетворить просьбу – сделать,  
командировать – послать,  
устранить недостатки – исправить,  
в дальнейшем – в будущем,  
интервал – перерыв,  
обязаться – обещать,  
подтверждать – соглашаться,  
посетить – сходить,  
указать – назвать,  
гарантировать – обещать,  
целесообразность – необходимость,  
предъявить – показать,  
располагаться – быть, находиться,  
аннулировать – уничтожить,  
расходы – затраты,  
предварительно – заранее,  
дата – число,  
иностранное государство – другая страна,  
вступить в силу – начинать действовать.

### Задание 6

В русском языке существуют межстилевые синонимы, то есть слова, которые близки или одинаковы по значению, но употребляются в разных функциональных стилях. Общеупотребительной лексике часто соответствуют слова из сферы делового общения, которые, в свою очередь, имеют совсем другое значение за пределами официально-делового текста. Например, словам *квартира* и *жить* в официально-деловом тексте будут соответствовать слова *площадь* и *проживать*. Сравните: «Количество членов семей, *проживающих* на данной *площади* – 5 человек» - «В нашей *квартире* *живет* 5 человек». Слова *площадь* и *проживать* в обычном употреблении имеют другие значения.

*Площадь* – незастроенное большое и ровное место (в городе, селе), от которого обычно расходятся в разные стороны улицы.

*Проживать* – быть живым какое-то время. «Собака проживает пятнадцать лет».

**Составьте предложения со следующими словами, покажите их стилистическое различие. Определите по словарю общеупотребительное значение слов с официально-деловой окраской.**

Официальное	Общеупотребительное
Проживать (по адресу)	Жить
Изолированная (комната)	Отдельная
Поступать (о сообщении, распоряжении)	Быть
Принадлежать (кому-нибудь)	Быть (чьим-нибудь)
Удовлетворить просьбу	Сделать, выполнить

Дата (в документе)	Число
Выйти из строя	Испортиться
Срок	Время
Распространяться (о законе, постановлении)	Относиться
Поставить (товары)	Привезти

### Задание 7

**Прочитайте текст рекламного объявления. Выделите в нем основные структурные элементы (слоган, зачин, информационный блок, справочные сведения).**

«Бастион» покоряется только хозяину!

«Бастион» – замок повышенной секретности!

- 20 тысяч неповторяющихся комбинаций.
- Мощная сталь, противостоящая любому натиску.
- Предохранитель для рассеянных хозяев.
- Возможность установки в любую дверь.

Замки «Бастион» можно купить в магазинах «Дом и быт» по адресам:...

Часы работы магазинов:...

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

- объяснение механизма действия, состава продукта. *«Не бойтесь, что читатель не поймет. Даже если не поймет, то уважает. Еще недавно у нас в стране никто не знал слов: "кислотно-щелочной баланс", "ксилит", "карбонит", "триклозан", "керамиты" и т. д.»*, – советуют рекламисты;
- учет социально-психологических особенностей целевой группы рекламного воздействия при выборе средств выражения. Например, для рекламы, адресованной подросткам, характерно наличие сленговых единиц;
- создание положительных ассоциаций, формирование имиджа товара, эмоционального ореола благополучия, успеха, счастья вокруг данного товара/услуги.

### Задание 8

**Прочитайте рекламные слоганы и определите, какой аудитории адресована данная реклама (подросткам/взрослым людям, мужчинам/женщинам). Подчеркните языковые средства, которые указывают на это.**

- Не тормози – сникерсни!
- Туалетная вода «...» воплощает эмоции в чистом виде. Запах дышит свежестью Средиземного моря. Аккорд мускусного дерева, растворяясь на коже, распространяет мягкую чувственность...

<sup>1</sup> Пример заимствован из книги: Якимович Ю. Мир печати. Популярный иллюстрированный словарь-справочник. – М., 2001. – С. 206.

- Туалетная вода «...» – история перемен. Гармония силы и необузданности, свободы и свежести. Властные морские ноты в сочетании с древесными аккордами...
- Супербатончик «Финт» – только для тех, кто вправду крут!

### **Задание 9**

**Прочитайте слоганы. Подчеркните языковые средства, способствующие формированию положительных ассоциаций.**

- «NAF-NAF – история вашего успеха» (реклама магазина молодежной одежды).
- «Хрустящее счастье в шоколаде "Кэдбери"».

### **Задание 10**

**Составьте объявление, рекламирующее:**

- агентство недвижимости «Град Петров»;
- кафе-кондитерскую «Пеликан»;
- мебельный магазин «Обломов»;
- салон красоты «Нарцисс»;
- туристическую фирму «Атлантида».

Используйте известные вам языковые средства выразительности.

### **Задание 11**

**Прочитайте рассуждения о рекламе поэта Владимира Маяковского, написанные им еще в 1923 г. Определите важнейшее свойство рекламы.**

Официально мы уже за рекламу взялись, редкое учреждение не помещает объявлений, не выпускает листовок и т. д., но до чего это неумело... Надо звать, надо рекламировать, чтоб калеки немедленно исцелялись и бежали покупать, торговать, смотреть!

Вспоминается европейская реклама. Например, какая-то фирма рекламирует замечательные резины для подтяжек: в Ганновере человек торопится на берлинский поезд и не заметил, как в вокзальной уборной зацепился за гвоздь подтяжками. Доехал до Берлина, вылез, – бац, и он опять в Ганновере, его притянули обратно подтяжки. Вот это реклама! Таковую не забудешь. Обычно думают, что надо рекламировать только дрянь – хорошая вещь и так пойдет. Это самое неверное мнение. Реклама – это имя вещи. Как хороший художник создает себе имя, так создает себе имя и вещь. Увидев на обложке журнала «знаменитое» имя, останавливаются купить. Будь та же вещь без фамилии на обложке, сотни рассеянных просто прошли бы мимо. Реклама должна напоминать бесконечно о каждой, даже чудесной вещи.

### **Задание 12**

**Прочитайте текст. Определите, какой важный принцип эффективности рекламного текста нарушен в описанном случае.**

Недавно в одной из западных стран был выпущен плакат, предназначенный для рекламы обезболивающего средства, который состоял из трех рисунков. На первом – женщина с перекошенным от боли лицом. На втором – та же женщина, принимающая лекарство. На третьем – она же, счастливая и довольная. Кажется – убедительно. Но... в Саудовской Аравии эта рекламная кампания потерпела полный провал. Там и читают справа налево, и картинки рассматривают в таком же порядке.

Представьте себе потребителя, видящего жизнерадостную женщину, которая после приема рекламируемого лекарства корчится от боли.

*(Феофанов О. Реклама: новые технологии в России. СПб., 2000).*

### **Задание 13**

**Найдите в прессе примеры наиболее удачных, на ваш взгляд, рекламных объявлений и слоганов. Объясните, почему вы их выбрали.**

### **Задание 14**

**Образуйте глагольные словосочетания с данными ниже словами (в их терминологическом значении), составьте предложения.**

**Образец:** акт – составить, предъявить. Члены комиссии составили акт о списании оборудования.

Претензия, благодарность, виза, выговор, договор, документ, заявка, иск, приглашение, приказ, отчет, письмо, повестка, подпись, порицание, постановление, предложение, предписание, предупреждение, содействие, учет, проект, протокол, расписка, распоряжение, резолюция, резюме, рекомендация, решение, справка, счет, требование, характеристика, санкции.

### **Задание 15**

**Составьте заголовки к распорядительным документам, используя данные существительные в нужной форме.**

Назначение, ликвидация, утверждение, реорганизация, создание, поощрение, увольнение.

### **Задание 16**

**Исправьте текст приказа, отделив констатирующую часть от распорядительной. Оформите и допишите документ в соответствии с правилами оформления распорядительных документов. Обратите внимание на использование соответствующих данному виду документа стандартных языковых моделей.**

#### **Приказ**

В целях расширения спектра образовательной деятельности вуза, в соответствии с реально складывающейся конъюнктурой на рынке интеллектуальных услуг и во исполнение Постановления Ученого совета университета от 28.04.98 г., протокол № 8 приказываю:

организовать Институт современных технологий управления...

утвердить временное положение об...

назначить директором...

Контроль за исполнением настоящего приказа...

### **Задание 17**

**Составьте приказ о поощрении, дав оценку выполненной работы и указав меру поощрения.**

### **Задание 18**

**Составьте текст внутренней докладной записки от лица начальника отдела комплектации на имя директора предприятия. Поводом для докладной**

*записки является систематическое нарушение графика поставки необходимых для производства деталей. Содержание докладной записки должно включать констатацию сложившейся ситуации и предложения по ее разрешению.*

#### **Задание 19**

*Определите коммуникативные функции данных языковых моделей. Закончите фразы деловых писем.*

1. На основании договора о намерениях...
2. В ответ на Вашу просьбу...
3. Считаю необходимым еще раз напомнить Вам...
4. Ставим Вас в известность о...
5. Ваше предложение отклонено...
6. Мы можем предложить Вам...
7. Мы будем весьма признательны Вам за участие в...
8. Убедительно просим Вас...

#### **Задание 20**

*Определите тип приведенных ниже деловых писем (извещение, подтверждение, напоминание, просьба, ответ, сопроводительное письмо). Ответ обоснуйте.*

1. На Ваш запрос сообщаем, что все компоненты автобусных воздушных кондиционеров и транспортных морозильных устройств имеют подтверждение стандарту ISO 9001.

2. Просим Вас сообщить, когда и на каких условиях Вы можете поставить нам 200 комбайнов марки В-45.

3. С сожалением сообщаем, что кадровая ситуация в нашем университете не позволяет положительно откликнуться на Ваше предложение о работе у нас.

4. В ответ на Ваш запрос сообщаем, что ООО «Кольмекс» осуществляет поставки в Россию концентрата циркониевого порошкообразного (КЦП), производства Вольногорского ГГМК. Поставки осуществляются в г. Ростове н/Д партиями по 10–15 т автомобильным транспортом.

5. Подтверждаем получение Ваших предложений, изложенных в письме № 01-05.326 от 15.03.2000.

6. Напоминаем Вам, что в соответствии с договором 24-16 от 16.03.99 Вы должны завершить разработку проекта до 16.11.99. Просим Вас сообщить состояние работы.

7. Высылаем запрошенные Вами сертификаты качества поставленных ранее кондиционеров.

Получение просим подтвердить.

#### **Задание 21**

*Составьте сопроводительные письма для отправки следующих документов: 1) приложение к договору; 2) каталог выставки-ярмарки. В тексте используйте языковые модели, соответствующие данному типу писем.*

#### **Задание 22**

*Познакомьтесь с приведенными примерами писем-приглашений. Охарактеризуйте их композицию, стиль, форму изложения (трафаретный текст, ав-*



*торский текст). Какова роль этикетных моделей в деловых посланиях этого типа?*

**I.**

Многоуважаемый Александр Васильевич!

Будем искренне рады видеть Вас в качестве почетного гостя на банкете по случаю юбилея нашей компании. Помощь и поддержка, оказанные Вами на этапе становления, позволили нам не только успешно конкурировать с фирмами-производителями аналогичной продукции в регионе, но и войти в десятку крупнейших производителей России. Уверены, что Вы не откажетесь разделить с нами радость в столь знаменательный для нас день.

Приглашаем Вас с супругой в ресторан «...» 12 мая 2000 г. в 19 ч.

С уважением

Директор ЗАО

«.....»

(подпись)

**II.**

Уважаемый

Всесоюзная торговая палата приглашает Вас на официальное открытие выставки «Современное механизированное и автоматизированное оборудование и средства транспортировки для пищевой промышленности». Открытие выставки состоится \_\_\_\_ апреля 2000 г. в \_\_\_\_ часов на территории парка «Сокольники» у центрального входа на выставку.

Всесоюзная торговая палата

**III.**

ОБЪЕДИНЕНИЕ ХИМЭКСПОРТ  
И АКЦИОНЕРНЫЕ ОБЩЕСТВА

«СОГО» (Франция)  
(Германия)

«СОКИМЕС» (Испания)  
(Австрия)

«СОБРЕН ХЕМИ ХАНДЕЛЬ»

«ИНТЕРПРОМ»

имеют честь пригласить

---

на прием по случаю Международной выставки  
«ХИМИЯ-2000»

10 марта 2000 г. в 18 часов по адресу: .....

**Задание 23**

*«Переведите» текст с языка повседневного общения на официально-деловой, используя слова и выражения:*

Закон РФ «О занятости населения» (статьи 10 и 19);

частичный контракт;

легализуется новая форма внешнеэкономической деятельности;

государственное регулирование;

трудовая миграция;

изучение конъюнктуры;

социальное страхование;

пенсионное обеспечение;  
трансферт заработанных средств;  
государственные и коммерческие структуры.

#### Информационное письмо

1. По закону можно поехать за границу работать, самому там что-то найти, заключить контракт.
2. Сейчас у нас есть такие фирмы, которые помогают в этом, «Загрантруд», например.
3. Там могут подсказать, где кто требуется, какие права у тех, кто едет за границу работать, все, в общем: про родственников, - могут ли приехать, про страховку, медицину, пенсию, как деньги переводить.
4. Большой плюс этой фирмы, что ей много других фирм помогает, и государственных тоже. Это надежно.

## ТЕСТ № 1

1. Особенностью русской школы делового письма является стиль
  - а) точный
  - б) телеграфный
  - в) функциональный
2. Особенностью западной школы делового письма является стиль
  - а) телевизионный
  - б) официальный
  - в) рекламный
3. Согласно традиции, эмоциональные слова из практики русской школы делового письма
  - а) исключаются
  - б) частично допускаются
  - в) свободно допускаются
4. Устойчивые слова и выражения называются
  - а) деловые слова
  - б) официальные слова
  - в) канцеляризм
5. Основное условие убедительности письма
  - а) краткость
  - б) точность
  - в) доказательность
6. Коммерческое письмо считается правильным, если в нем говорится о потребностях
  - а) собственных
  - б) общих
  - в) клиента
7. Без обращения может быть
  - а) письмо-приглашение
  - б) письмо-напоминание
  - в) письмо-рекламация
8. После обращения в деловом письме в США ставится
  - а) ,
  - б) :
  - в) !
9. Какое обращение в западной школе делового письма считается наиболее важным
  - а) общее
  - б) личное
  - в) без обращения
10. Формулы любезности – это
  - а) знак формального уважения
  - б) создание более тесного контакта
  - в) выгодно

## ТЕСТ № 2

1. Какие языковые средства противоречат деловому стилю?
  - а) термины
  - б) эмоционально-экспрессивная лексика
  - в) страдательный залог
  - г) просторечная лексика
2. Какая ошибка допущена в выражении: «Сто пятьдесят рублей денежных средств»?
  - а) плеоназм
  - б) контаминация
  - в) тавтология
3. Обязательные элементы оформления документа (автор документа, адресат, подпись, дата, номер документа) – это
  - а) формуляр документа
  - б) регламент документа
  - в) реквизиты документа
4. Какая фраза нарушает этические принципы составления делового письма?
  - а) «Прошу Вас ответить до 10 сентября».
  - б) «предлагаю внимательно подойти к решению данного вопроса».
  - в) «убедительно прошу Вас сообщить о своем решении».
5. Какое из требований к оформлению делового письма является лишним?
  - а) лаконизм
  - б) достоверность
  - в) оценочность
  - г) аргументированность
6. Какие языковые клише не рекомендуется использовать в официально-деловой переписке?
  - а) необходимо обсчитать данные
  - б) достигать неприемлемыми средствами
  - в) получать необходимые сведения
  - г) познакомиться с выводами комиссии
7. Какой тип документа не соответствует цели побуждения?
  - а) распоряжение
  - б) договор
  - в) указание
  - г) приказ
8. Какая ошибка допущена в предложении: *«Коллегия министерства обращает внимание директоров школ на необходимость уделять больше внимания привитию учащимся чувства ответственности за свою учебу»*?
  - а) чрезмерное употребление отглагольных существительных
  - б) чрезмерное употребление однородных членов предложения
  - в) цепочки существительных в родительном падеже
9. В каких предложениях допущены морфологические погрешности?
  - а) Фирма делает анализы экономического состояния предприятий.
  - б) Применение этой санкции будет способствовать скорейшему разрешению конфликта.
  - в) Приглашаем к сотрудничеству предприятия-изготовители.
  - г) Наше кредо – уход за волосами и их оздоровление.

10. В наших словосочетаниях нарушен языковой стандарт?

- а) установить должностной оклад
- б) написать приказ
- в) объявить порицание
- г) возложить контроль

*Правильные ответы:*

1б

2б

3в

4б

5в

6а,б,г

7б

8в

9а,в

10б,в

## Список литературы

1. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2003.
2. Браим И.Н. Культура делового общения. – Минск, 1998.
3. Введенская Л.А. Деловая риторика. – Ростов н/Д, 2000.
4. Головин Б.Н. Основы культуры речи. – М.: Высшая школа, 1988.
5. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. – М.: Высшая школа, 2001.
6. Грэй Д. Марс и Венера на работе. Как повысить качество общения и достичь успехов в работе. – Киев; М., 2003.
7. Зарецкая Е.Н. Деловое общение. – М., 2003.
8. Зарецкая Е.Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. – М., 1998.
9. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: учеб. пособие для университетов и вузов. – М., 1998.
10. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1993.
11. Колтунова М.В. Язык и деловое общение. – М., 2000.
12. Кузина Ю.И. Язык ведения переговоров: учеб.-метод. пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006.
13. Культура устной и письменной речи делового человека. Справочник. Практикум. – М., 1999.
14. Леммерман А. Риторика. – М., 1997.
15. МакКенна К. Суперменеджер: проведение эффективных переговоров. – Ростов н/Д, 2004.
16. Мальханова И.А. Деловое общение. – М., 2004.
17. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. – СПб., 2001.
18. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1992.
19. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. – Воронеж, 2001.

**Кузина Юлия Ивановна  
Малервейн Светлана Владимировна**

## **ДЕЛОВАЯ ПИСЬМЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ**

Учебно-методическое пособие

Научный редактор  
кандидат филологических наук,  
доцент *Пономарева Е.Н.*


Печатается в редакции авторов

Подписано к печати 21.12.2007. Формат 60x84/8. Бумага «Классика».  
Печать RISO. Усл.печ.л. 9,25. Уч.-изд.л. 8,36.  
Заказ 156. Тираж 100 экз.



Томский политехнический университет  
Система менеджмента качества  
Томского политехнического университета сертифицирована  
NATIONAL QUALITY ASSURANCE по стандарту ISO 9001:2000



**ИЗДАТЕЛЬСТВО**  **ТПУ**. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30.