

Е.П. Ращевская

ДЕЛОВОЙ РУССКИЙ ЯЗЫК

Учебное пособие

2012

Министерство образования и науки Российской Федерации

Костромской государственный технологический университет

Е.П. Ращевская

ДЕЛОВОЙ РУССКИЙ ЯЗЫК

*Рекомендовано редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного пособия*

Кострома

2012

УДК 808.2.855(075)
ББК 81.2Р
Р288

Рецензенты:

доктор филологических наук,
профессор КГТУ им. Некрасова А.М. Мелерович;
кафедра теории и истории культур КГУ им. Н.А. Некрасова,
зав. кафедрой доктор культурологии, профессор И.А. Едошина

Ращевская Е.П. Деловой русский язык: учебное пособие / **Е.П. Ращевская.**
– Кострома: Изд-во Костромского гос. технол. ун-та

Пособие содержит все разделы курса делового русского языка, полностью соответствуя требованиям государственного образовательного стандарта по учебной дисциплине «Русский язык и культура речи» для нефилологических специальностей.

Настоящее издание представляет собственно учебник, соединяющий основные теоретические сведения по курсу делового русского языка и практикум для семинарских занятий, включающий задания для самостоятельной работы.

Учебное пособие предназначено для студентов нефилологического профиля, а также для всех, кто интересуется современным состоянием русского языка и правилами построения грамотной деловой речи.

ISBN

© Костромской государственной
технологической университет, 2012
© Ращевская Е.П., 2012

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ	4
РАЗДЕЛ I: ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	5
Глава 1. Особенности официально-делового стиля речи	5
1.1. Экстралингвистические особенности официально-делового стиля речи.....	5
1.2. Лингвистические особенности официально-делового стиля речи.....	5
Глава 2. Нормы делового письма	9
2.1. Текстовые нормы делового письма.....	9
2.2. Языковые нормы делового письма.....	14
А. Лексические нормы.....	14
В. Грамматические нормы.....	17
С. Синтаксические нормы.....	23
Глава 3. Деловое письмо	27
3.1. Требования к оформлению реквизитов документов.....	27
3.2. Деловые письма.....	37
3.3. Структура делового письма.....	42
А. Структура коммерческих писем.....	44
В. Организационно-распорядительная документация.....	50
С. Личные документы.....	60
3.4. Школы делового письма.....	66
Глава 4. Реклама в деловой речи	70
4.1. Язык и стиль рекламной деловой корреспонденции.....	70
4.2. Международный кодекс рекламной практики.....	73
Глава 5. Речевой этикет как часть делового этикета	74
5.1. Этикет и протокол. Правила делового этикета.....	74
5.2. Формулы речевого этикета.....	80
А. Знакомство.....	82
В. Приветствие и прощание.....	83
С. Поздравление, благодарность.....	83
Д. Извинение.....	84
Е. Просьба, совет.....	86
5.3. Речевой этикет в протоколе телефонных переговоров.....	87
Глава 6 Служебно-деловое общение	90
6.1. Деловые переговоры: общая характеристика.....	90
6.2. Деловое совещание в коллективе сотрудников.....	91
6.3. Двусторонние деловые переговоры.....	95
6.4. Презентация.....	103
А. Публичная презентация.....	105
В. Камерная презентация.....	106
С. Приватная презентация.....	107
Д. Презентационная речь как разновидность публичной речи.....	108
6.5. Интервью.....	110
РАЗДЕЛ II. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	112
Практическое занятие 1. Особенности официально-делового стиля речи	112
Рекомендуемая литература.....	121
Реферативная и творческая работа.....	122

Практическое занятие 2. Нормы делового письма	122
2.1. Текстовые нормы делового стиля.....	122
2.2. Языковые нормы делового стиля.....	123
А. Лексические нормы.....	123
В. Грамматические нормы.....	125
С. Синтаксические нормы.....	128
Рекомендуемая литература.....	130
Реферативная и творческая работа.....	132
Практическое занятие 3. Деловое письмо	132
Рекомендуемая литература.....	141
Реферативная и творческая работа.....	142
Практическое занятие 4. Речевой этикет как часть делового этикета	143
4.1. Этикет и протокол. Правила делового этикета.....	143
4.2. Речевой тренинг. Формулы речевого этикета.....	143
А. Знакомство.....	143
В. Приветствие и прощание.....	146
С. Поздравление, благодарность.....	147
Д. Извинение.....	147
Е. Просьба, совет.....	148
4.3. Речевой этикет в протоколе телефонных переговоров.....	148
Рекомендуемая литература.....	149
Реферативная и творческая работа.....	151
Практическое занятие 5. Деловые переговоры	151
5.1. Деловые переговоры: общая характеристика.....	151
5.2. Деловое совещание в коллективе сотрудников.....	151
5.3. Двусторонние деловые переговоры.....	152
5.4. Презентация.....	152
5.5. Интервью.....	155
Рекомендуемая литература.....	155
Реферативная и творческая работа.....	157
ОСНОВНЫЕ ОБЩЕПРИНЯТЫЕ ГРАФИЧЕСКИЕ СОКРАЩЕНИЯ	159
КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА	172
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	180

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ

Друзья! Учебник «Деловой русский язык» написан для вас, студентов нефилологических факультетов, а также для всех, кто стремится наилучшим образом сформировать свой речевой имидж и построить деловую карьеру.

Особенность данной книги заключается в том, что она подходит для любого уровня владения русской деловой речью: и для тех, кто чувствует, что не вполне грамотно говорит и стесняется выступать публично, вести межличностные деловые переговоры; и для тех, кто любит общаться, изъясняется грамотным языком и хотел бы усовершенствовать своё речевое мастерство, научиться искусству ведения диалога в деловой беседе или полемики в деловых переговорах.

Эта книга написана для тех, кто желает овладеть навыками делового письма или развить уже сформированные умения.

Учебное пособие состоит из двух разделов: теоретического и практического. Теоретический раздел содержит основные сведения по стилистике и грамматике деловой речи, правила составления деловых писем и служебных документов, в нём рассматриваются особенности отечественной и западной школ делового письма, затрагиваются правила и этика составления рекламной деловой корреспонденции. Особое внимание в книге уделяется правилам речевого этикета в межличностных деловых переговорах, контактных и дистанционных; характеристике деловых переговоров разных видов и общепринятых тактик в них.

Практический раздел включает письменные тренинги по грамматике русской деловой речи, по составлению деловых писем и бумаг; разнообразные деловые игры, обучающие применять формулы речевого этикета в деловом общении, различные схемы и тактики деловых переговоров. Участие в групповых деловых играх очень важно для каждого из вас: кому-то речевой тренинг помогает преодолеть психологический барьер и начать самостоятельно строить публичные высказывания по плану; кому-то «речевая гимнастика» нужна для развития навыков импровизации в деловой переписке или беседе.

Автор надеется, что его книга станет для вас новым рубежом внутреннего роста, поможет достичь успеха в общественной жизни, в настоящей или будущей профессии.

РАЗДЕЛ I: ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Глава 1. Особенности официально-делового стиля речи

1.1. Экстралингвистические особенности официально-делового стиля речи

Официально-деловой стиль – один из книжных стилей, обслуживающий сферу делового общения. Хотя его специфика проявляется как в письменной, так и в устной речи, термином «официально-деловой стиль» принято обозначать особенности языка служебных, в первую очередь, организационно-распорядительных документов (акт, отчёт, служебное письмо, постановление, приказ и т.д.) и дипломатических документов. Следовательно, необходимо различать подстили: так называемый канцелярский (язык деловых бумаг) и собственно законодательный (язык законов).

Диапазон письменных жанров официально-делового стиля широк: от государственных законов, международных договоров до различных видов канцелярских документов и индивидуальных деловых бумаг. В курсе делового русского языка мы будем знакомиться с различными жанрами служебных документов и деловых переговоров.

Большинство жанров официально-делового стиля отличаются *«внеиндивидуальностью»* в том смысле, что содержат сведения, касающиеся лишь социально-типизированных, официальных сторон жизни. Нарушением стиля будут, например, оценочные суждения в автобиографии: «Мать была на редкость начитанна и музыкально одарена; отец отличался большими педагогическими задатками», – или конкретизация сведений личного характера в заявлении: «Прошу освободить от занимаемой должности в связи с моим замужеством и переездом в Москву». Официально-деловой стиль диктует, чтобы в автобиографии пишущий упоминал родных и близких только в связи с указанием на своё социальное происхождение, семейное положение: «Мать – служащая, отец – рабочий», «...женат, имею несовершеннолетнего сына»; чтобы в заявлении или в объяснительной записке сведения личного характера передавались в обобщённой формулировке: «Прошу освободить от занимаемой должности по семейным обстоятельствам», «...в связи с переездом», «...представление отчёта было задержано по причине моей болезни». Другие общие особенности официально-делового стиля в сравнении с другими стилями речи – *резкое сужение диапазона используемых речевых средств и высокая степень повторяемости отдельных языковых форм.*

1.2. Лингвистические особенности официально-делового стиля речи

1. Официальность, подчёркнутая объективность, сдержанность. Объективность связана с правовыми нормами документа, отражает его констатирующий или предписывающий характер (информация – к сведению, предписание – к исполнению).

2. Полнота информации при точности и компактности изложения. Основная задача составителя документа – предельно чётко отразить сведения, имеющие (или приобретающие) правовую силу.

3. Бесстрастность, официальность тона, противоположность эмоциональности, субъективности.

Нейтральный тон изложения является нормой делового этикета. Личный, субъективный момент должен быть сведён к минимуму. Поэтому за пределами деловой речи оказываются формы, обладающие эмоционально-экспрессивной окрашенностью. Возьмём, например, существительные «любезнейший» с суффиксом *-ейш-* субъективной оценки или «уважаемый», образованные неморфологическим путём от имени прилагательного. Как обращения они превращаются в деловой речи в «увесистые», по выражению П. Сопера, слова, то есть приобретают негативную эмоционально-экспрессивную окрашенность. Если вы хотите в деловом документе или речи выразить просьбу, благодарность или предъявить жёсткое требование (когда, казалось бы, становится таким естественным обращение к эмоционально насыщенным формам языка), то и в этом случае следует отдать предпочтение средствам логической, а не эмоциональной оценки фактов.

4. Стереотипность документов или деловых ситуаций требует ограничения и стандартизации речевых средств.

В деловых документах приняты стандартные терминологические обозначения:

– Наименование коммуникантов по их социальной роли в данной ситуации общения (получатель, соавтор, вкладчик, поставщик и т.д.);

– Общепринятые названия документов: докладная записка, доверенность, справка, акт и т.д.

– Общепринятое обозначение частей деловой бумаги. Например, в протоколе существуют 3 стандартные части: «повестка дня», «слушали», «постановили».

Стандартизация языковых средств официально-делового стиля речи не случайна. Деловое общение протекает в типовых ситуациях, где термины и речевые клише не только уместны, но и необходимы для обеспечения стопроцентного понимания между сторонами: люди, принимающие важные решения, не должны отвлекаться на поиски тех или иных формулировок.

В области *лексики и фразеологии* официально-деловой стиль отличается:

– отсутствием неологизмов, если они могут быть заменены общелитературными словами. Если же синонимы отсутствуют и неологизмы употребляются, то необходимо дать в тексте к ним пояснения (обычно пояснения в документе даются в скобках);

– использованием слов-канцеляризов: отглагольных существительных (унификация, утверждение, выполнение) и причастий, (надлежащий, нижеподписавшиеся, вышеуказанный и т.д.);

– использование так называемых *перформативов* – особой формы глаголов, обозначающих речевое действие и используемых в качестве действия; они употребляются в форме 1-го лица единственного и множественного числа, реже – в форме 3-го лица: *благодарю, сообщаем, приказываю, постановляю, прошу, обращаемся, гарантируем, напоминаем, предлагаем, приглашает, обязуется*;

– употребление возвратных глаголов страдательного залога, кратких страдательных причастий, использование в безличных предложениях в качестве сказуемых глаголов в форме 3 лица единственного числа настоящего времени, наречий, подчёркивающих объективную необходимость распоряжения, деловой просьбы, объективный ход того или иного действия: *оплата гарантируется, письмо отправлено, следует отказаться, требуется запустить, необходимо ускорить, нужно представить*;

– ограниченностью возможностей лексической сочетаемости слов: служебное письмо *составляется* (не «пишется») и *направляется* (не «посылается»), сроки или оклад – *устанавливаются* (не «назначаются»), выговор или благодарность – *объявляются*, порицание – *выносятся*, контроль – *возлагается*;

– фразеологической устойчивостью, готовыми языковыми трафаретами, штампами. Примером таких штампов являются, в частности, конструкции с производными предлогами, мотивирующими действия: *в соответствии с* решением (приказом, распоряжением), *в связи с* началом (возможностью, необходимостью), *в целях* улучшения (ограничения, экономии), *в порядке* оказания материальной (гуманитарной, спонсорской) помощи и т.д.; устойчивые конструкции деепричастных оборотов: *принимая во внимание, учитывая факты* и т.д.;

На основе законов лексико-грамматической сочетаемости слов можно говорить о **правилах употребления следующих производных предлогов**:

Вследствие – употребляется в контексте, указывающем только на прошедшее время: *вследствие выпавших осадков...*;

Ввиду – в контексте, указывающем только на будущее время: *ввиду предстоящих работ...*;

По причине, в силу – в любом контексте;

Согласно – с дательным падежом: *согласно приказу...*;

Следует заметить, что в XIX веке предлог *согласно* употреблялся с существительным в форме родительного падежа. В наше время (учитывая, что канцелярский стиль изобилует штампами) управление с родительным падежом после предлога *согласно* считается допустимым, хотя и устаревшим вариантом нормы, например: «Согласно приказа министра железнодорожного транспорта...».

Благодаря – только с дательным падежом и в позитивном значении: *благодаря спонсорской помощи...*;

В целях – с абстрактными существительными (например, с имеющими суффиксы *-ани/-яни-, -ени-, -ств-* и т.д.): *в целях обеспечения*;

С целью – с инфинитивом (суффикс *-ть-*): *с целью обеспечить*.

– официально-деловой стиль отличается, как известно, использованием унифицированных графических сокращений: «область» – «обл.», «профессор» – «проф.», «смотри» – «см.» и т.д.

В качестве **морфологических особенностей** делового стиля учёные отмечают высокую долю существительных по сравнению с глаголами (примерно на каждую 1000 словоупотреблений приходится 420 существительных при 60 глаголах), что, вероятно, связано с необходимостью в деловой переписке перечислять наименования товаров и услуг. Другая особенность – употребление относительных прилагательных (85 %), что обусловлено безэмоциональностью определений, их конкретным смыслом, например: *бумага глянцевая, плитка керамическая, краска водоэмульсионная*.

Наконец, **для синтаксиса** официально-делового стиля речи характерны:

– преимущественное использование простых предложений: повествовательных, личных (есть подлежащее), распространённых, полных (есть подлежащее и сказуемое). Из односоставных активно употребляются только безличные и в некоторых видах документов (приказах, служебных письмах) – определённо-личные: *В целях... необходимо выделить...*; в случае... *придётся сократить*; *указанный материал использовали* ввиду...; эту меру *принимают* согласно...; *довожу* до Вашего сведения...; *обращаем* Ваше внимание... и т.д.;

– использование сложных синтаксических конструкций избирательно: предпочтительны бессоюзные конструкции или сложноподчинённые предложения с придаточными изъяснительными (союз *что*), определительными (союз *который*); широкое употребление конструкций с производными предлогами (*в порядке* надзора...; *в связи* с отказом...; *по причине* отгрузки материалов) позволяет избегать употребления сложноподчинённых предложений с придаточными причины, цели, условными; придаточные предложения места и времени вообще малоупотребительны;

– конструкции с последовательным подчинением однотипных падежных форм (обычно форм родительного падежа), например: «Проект КГТУ программы устойчивого развития туризма в Костромской области на период до 2005 года»;

– обилие предложений с однородными членами при перечислении, в том числе в рубрицированных построениях типа: а) организовать...; б) обеспечить...; в) назначить... и т.д. Графическое обозначение рубрик часто используется при перечислении фактов, действий: а), б), в); 1), 2), 3);

– активное использование страдательных конструкций типа: *представляется возможность...*; *комиссией было обнаружено...*; *выявляются*

причины... и т.д. Они используются, чтобы подчеркнуть объективность отдаваемых руководством распоряжений в интересах дела, отсутствие в них личной заинтересованности.

– отсутствие эмоционально-экспрессивных синтаксических средств.

Речевые средства официально-делового стиля характеризуют стандартные деловые ситуации, обеспечивая партнёрам готовые языковые формулы и тем самым правильное, адекватное восприятие информации. Эта функция официально-делового стиля речи связана с так называемым *критерием шибболета*, который проявляет себя в нашем общении. Суть его заключается в том, что на основании соблюдения говорящим в своей речи языковых норм вплоть до деталей произношения, принятых в той или иной социальной общности, окружающие судят о нём, принимая его в свою социальную группу или отказывая ему в таком приятии. В деловом общении официальность, стандартность *ожидаются* от речи говорящего, именно стилевая окрашенность речи является немаловажной составляющей профессионального успеха современного специалиста. Ваша задача – практически овладеть деловой речью. Помните при этом, что «канцелярит», как метко и образно назвал официально-деловой стиль К. Чуковский, приемлем только в ситуациях делового общения. Не злоупотребляйте им там, где он неуместен: в публицистике, в художественной литературе, в обиходном общении.

Глава 2. Нормы делового письма

Существуют *текстовые* и *языковые нормы* делового письма. Основные различия между ними сводятся к следующему: для *текстовых норм* важны требования к построению определенных типов и частей текста, для *языковых норм* характерно ограничение возможности употребления языковых единиц в контексте документа.

2.1. Текстовые нормы делового стиля

На первом этапе составления какого-либо текстового документа мы проделываем мыслительную работу, которая лежит в экстралингвистической (внеязыковой) сфере. Представим схему внутренней работы, которую человек проделывает в плане составления той или иной бумаги:

1. Сначала пишущий ориентируется в *сложившейся официально деловой ситуации*. Она диктует ему выбор *жанра документа*: если необходимо попросить о чём-то какую-либо организацию, нужным документом оказывается заявление; если требуется, чтобы организация оплатила выполненную работу, необходимо предъявить счёт. Следовательно, на первом этапе пишущий *уясняет характер официально-деловой ситуации и выбирает соответствующий ей документ*.

2. Выбор жанра документа обуславливает знание *формы (схемы) соответствующего документа*. Что же такое форма документа?

Всякий документ может быть рассмотрен как ряд или сумма постоянных элементов содержания – так называемых реквизитов. К ним относятся следующие данные: 1) об адресате :кому адресован документ; об адресанте: кто является автором документа – заявителем, просителем и т.д.; 3) наименование жанра документа: в некоторых документах название обязательно (например, *заявление, докладная записка, доверенность*, а в некоторых оно не ставится, например, в деловых письмах); 4) опись документальных приложений (если они имеются); 5) дата; 6) подпись автора документа и др. Следовательно, под формой документа понимаются сумма его реквизитов и содержательно-композиционная схема – их взаимосвязь, последовательность, расположение. И только теперь, когда выбраны жанр документа и его форма, можно приступить к языковому наполнению документа.

Итак, схема выбора в осуществлении реализации деловой речи такова: типовая официально-деловая ситуация —> жанр документа —> форма документа —> языковое наполнение документа.

Рассмотрим организацию текста наиболее распространённых в нашей жизненной практике документов. Первый из них – заявление. Составные части этого документа повторяют приведённый ранее список реквизитов: (1) наименование адресата; (2) наименование адресанта (заявителя); (3) наименование документа. Далее следуют: (4) формулировка просьбы (жалобы, предложения) и по возможности краткой, но исчерпывающей аргументации; (5) дата и (6) подпись.

Схема расположения реквизитов заявления:

1	
2	
3	
4	
5	6

Например:

*Начальнику отдела доставки
почтового отделения 127018
Мельниковой А. Н.
Петрова Бориса Ивановича,*

*проживающего по адресу:
1-й Стрелецкий переулок,
дом 3, кв. 119, телефон*

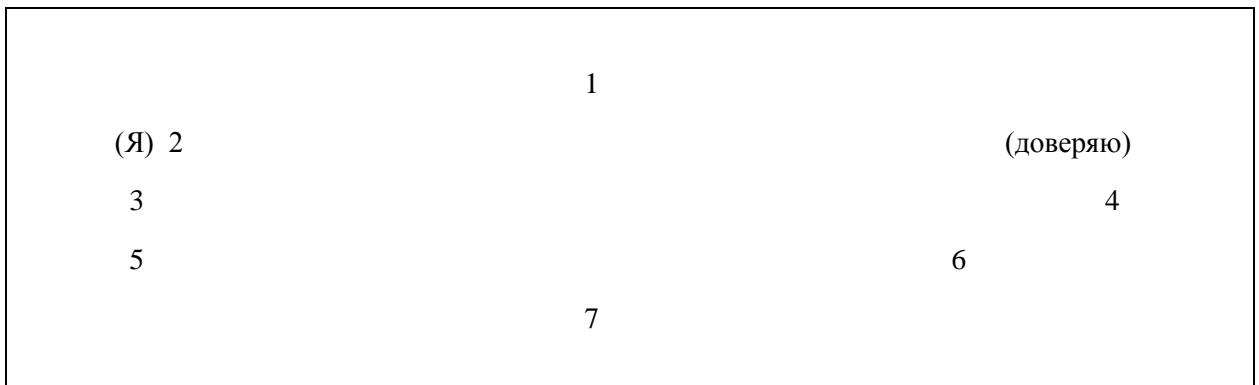
ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу сохранить за мной аренду абонентного ящика № 928 на 2-е полугодие 2012 года.

10.06.12

Петров

Другой распространенный жанр документа – доверенность: поручение кому-либо определенных действий, передача определенных прав доверителя. Реквизиты доверенности: (1) наименование документа; (2) наименование доверителя: фамилия, имя, отчество, должность или адрес; (3) точное и исчерпывающее определение круга доверяемых полномочий или прав; (4) наименование доверенного лица: фамилия, имя, отчество, должность или адрес); (5) дата; (6) подпись. При этом доверенность получает юридическую силу только тогда, когда (7) подпись доверителя заверена какой-либо организацией – подписью должностного лица и печатью организации. Схема расположения реквизитов доверенности:



Например:

ДОВЕРЕННОСТЬ

Я, Куликова Пелагея Михайловна, проживающая по адресу: ул. Чернышевского, дом 3, квартира 12, доверяю Шашковой Александре Ивановне, проживающей по адресу: ул. Чернышевского, дом 3, квартира 19, паспорт (серия, номер, выдан...) получить причитающуюся мне за ноябрь 2010 года пенсию.

Таким образом, в сфере культуры деловой речи действуют – до языковых норм – нормы текстовые, регламентирующие построение текста документа.

В процессе составления делового текста выбор его жанра играет роль пускового механизма, включающего действие конкретных текстовых норм. В речевом сознании пишущего возникает некий «образец», или эталон, включающий общую схему текста документа, его постоянные и переменные элементы, их порядок и расположение. Текстовые нормы документов различаются по степени жесткости / гибкости организации: в зависимости от того, фиксируют ли указанные нормы такие признаки, как (а) набор параметров (реквизитов), (б) их последовательность, (в) их пространственное расположение. Можно отметить по меньшей мере три степени жесткости текстовых норм.

1. Первый тип текста представляет собой *образец-матрицу*. В нём фиксируются всех три основных параметра организации текста: (а) набор содержательных элементов (реквизитов), (б) их последовательность, (в) их пространственное расположение. Здесь имеет место наиболее жесткое ограничение на все параметры, наиболее полная унификация документов, таких, как, например, справка, доверенность, анкета. Жесткость организации делает их схему построения особенно прозрачной.

Известно, что пародия является тонким инструментом передачи сущности любого пародируемого явления. Вот пародия на документ (доверенность) в «Записных книжках» И. Ильфа:

«Дано сие тому-сему (такому-сякому) в том, что ему разрешается то да сё, что подписью и приложением печати удостоверяется.

За такого-то.

За сякого-то.

Учреждение «Аз есмь».

Для образца-матрицы существенной является фиксированная организация постоянных элементов содержания в таких типах текстов, как готовые бланки справки или анкеты: в них на первый план выступает роль пробелов для обозначения переменных элементов в тексте. Иначе говоря, составление таких документов пишущим резко ограничивает его свободу: ему приходится не сочинять текст документа, а отвечать на вопросы (как в анкете) или заполнять графы (как в справке или, в менее явном виде, в доверенности). С точки зрения трудности составления документа образцы-

матрицы требуют от пишущего минимума усилий и времени, прямо указывая на то, что и где он должен писать.

Такая жесткость организации текста (и соответственно перевес постоянных элементов текста над переменными) может приводить к дифференциации подобных документов по так называемым *ключевым* словам. Так в сказке В. Шукшина «До третьих петухов» именно по ключевым словам черт пытается выяснить у Ивана, какая же справка тому нужна:

– А какую справку, Ваня? Они разные бывают... Есть *о наличии*, есть *об отсутствии*, есть «*в том, что*», есть «*так как*», есть «*в виду того, что*» – разные, понимаешь? Какую именно тебе сказали принести? <...> Есть «*в связи с тем, что*», есть «*несмотря на то, что*», есть...

2. Второй тип текста представляет собой *образец-модель*. Он демонстрирует больший (по сравнению с образцом-матрицей) уровень гибкости нормы, большую свободу – при фиксированности двух основных параметров текста: (а) набора основных содержательных элементов (реквизитов) и (б) их последовательности. Но и здесь форма документа достаточно жестка. Она смягчается единственным по существу «творческим» реквизитом: (4) формулировка просьбы (или жалобы) и ее аргументации. Приведем пример-пародию на заявление из романа В. Тублина «Доказательства»:

В Совет старейшин острова Итаки от Одиссея, царя проживающего на Козьем холме, 15
ЗАЯВЛЕНИЕ:
Прошу предоставить мне долгосрочный отпуск без сохранения содержания на предмет участия в Троянской войне с 1 июня с.г.

Сюда же, к текстам типа образца-модели, относится большая часть разновидностей деловых писем. Для них, в частности, характерно размещение текста письма на бланке; тем самым оказываются сообщенными такие реквизиты, как полное и краткое наименование организации-адресанта, ее почтовый адрес, номер телефона и телефакса, дата подписания и/или отправки документа.

Ужесточение образца-модели может приводить к превращению текста документа в образец-матрицу: например, в случае, когда заявления об отпуске размещаются на принятых во многих учреждениях готовых бланках.

3. Третий тип текста представляет собой *образец-схему*. Это наименее жесткий тип организации документа. В нём фиксируется только (а) набор основных элементов содержания (реквизитов), причем чаще всего реквизит

употребляется в качестве начального элемента, определяющего сам тип текста. Рассмотрим обычное для детективно-милицейского жанра литературы изображение того, как пишется объяснительная записка:

«— А вас, Зоя Геннадьевна, я попрошу все, о чем мы говорили, изложить письменно.

— Хорошо. Я сделаю, только как?

— Возьмите бумагу, ручку... Так... Прекрасно... В правом углу пишете: «Начальнику ОББ, подполковнику Данилову И. А.» Написали?.. Прекрасно... Далее — от кого... Так... Теперь посередине листа: «Объяснение»... Отлично... «По существу заданных мне вопросов могу сообщить следующее. С гражданкой Валиевой З. В., проживающей...» Так... Далее — все как было» (Эд. Хруцкий. Четвертый эшелон).

Иначе говоря, характер действия текстовых норм определяется характером организации текста документа. Степень свободы выбора в процессе составления (построения) пишущим текста документа обратно пропорциональна степени фиксированности параметров (реквизитов). На одном полюсе здесь предел жесткости организации текста — фиксация переменной информации как заполнение пробела; на другом — предел степени свободы организации текста — обязательность лишь «шапки» документа.

2.2. Языковые нормы делового письма

А. Лексические нормы

Нормы словоупотребления в деловом стиле те же, что и во всем литературном русском языке:

- 1) слово должно употребляться с учетом его лексического значения;
- 2) слово должно употребляться с учетом его стилистической окраски (принадлежности);
- 3) слово должно употребляться с учетом его лексической сочетаемости.

На деле в деловых текстах лексические ошибки являются одним из самых массовых видов нарушений речевых норм (по частотности они стоят на третьем месте за грамматическими и орфографическими ошибками).

Рассмотрим некоторые из них.

Особенно бросается в глаза нарушение лексических норм в устойчивых словосочетаниях и терминированных словосочетаниях. Например:

Разработать и утвердить положение о порядке передачи жилых зданий и иных элементов недвижимости.

Элемент — компонент, составная часть чего-либо. Например, *элемент периодической таблицы. Менделеева, элемент общества.*

Есть терминированное словосочетание *объект недвижимости*. Нарушение в данном случае оказывается двойным: во-первых, некорректно воспроизведен термин; во-вторых, слово «элемент» использовано без учета лексического значения и правил лексической сочетаемости.

И такие ошибки не редкость в текстах документов: *принимать новые*

подходы, в то время как принимать можно решения, резолюции, а новые подходы к решению возникающих проблем нужно находить.

Договор вступает в силу с момента его подписания и будет оставаться в силе до тех пор, пока не будет прекращен любой из сторон.

Однако договор не может быть прекращен, он может быть заключен и расторгнут, а прекращаются договорные отношения.

Для того чтобы точно определить лексическое значение того или иного слова, в случае затруднения нужно обращаться к толковым словарям.

Постоянное «общение» со словарями отличает культурного и грамотного человека. Представителю низких типов речевых культур кажется, что он все знает и без словаря. Отсюда «приблизительное» знание значения слов, вызывающее многочисленные лексические ошибки в тексте документа.

Сегодня часто менеджером называют рекламного или страхового агента или продавца. Между тем менеджер – это управленец или хозяйственный руководитель предприятия.

Точно так же размывается лексическое значение слов «презентация» и «бизнес-план». Слово «презентация» часто заменяет слово «открытие», а «бизнес-план» – план хозяйственной деятельности или план мероприятий. Между тем, презентация – это 1) представление, предъявление переводного векселя лицу, обязанному совершить платеж; 2) общественное представление чего-либо нового с целью ознакомления или рекламы, жанр рекламного текста (письмо-презентация). А бизнес-план – это план, программа осуществления бизнес-операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности и т.д.

Незнание или неточное знание лексического значения слова является причиной таких ошибок, как неразличение слов-паронимов, речевая избыточность.

***Паронимы** – это близкие по звучанию, но отличающиеся по значению слова: гарантийный – гарантированный, эффектный – эффективный, экономный – экономичный, страховщик – страхователь и т.д.*

Сравним употребление многозначных глаголов представить и предоставить:

представить – 1). предъявить, сообщить: представить список сотрудников, представить доказательства; 2) познакомить с кем-либо: представить коллективу нового работника; 3) ходатайствовать (о повышении, о награде): представить к очередному званию; 4) составить, обнаружить: представить значительную ценность; 5) мысленно вообразить: представить (себе) картину боя; 6) изобразить, показать: представить в смешном виде.

предоставить – 1) отдать в чье-то распоряжение, пользование: предоставить транспортные средства; 2) дать право, возможность сделать, осуществить что-либо: предоставить отпуск, предоставить слово; 3) разрешить действовать самостоятельно или оставить без присмотра: предоставить самому себе; предоставить дело случаю.

Плеоназм (от гр. *pleonasmus* – переизбыток) называют вид речевой избыточности. Она обусловлена частичным совпадением значений слов: *совместное сотрудничество* (сотрудничество – совместное решение проблем), *прейскурант цен* (прейскурант – справочник, список цен на продукцию), *при обоюдном взаимном согласии* (обоюдное – это и значит взаимное), *свободная вакансия* (вакансия означает «незанятая должность»; свободное место в учебном заведении).

Другой вид речевой избыточности – **тавтология** (от гр. *tautologia* от *tauto* – то же самое + *logos* – слово) – неоправданное повторение однокоренных слов или близких по значению слов в одном предложении или речевом фрагменте.

Тавтология чаще всего является следствием речевой небрежности или плохой редакторской правки: *Для наиболее быстрого оформления формальностей* (здесь еще нарушена лексическая сочетаемость – *оформляются документы*).

Разработать и утвердить Положение об утверждении порядка подготовки и выдачи членам ТСЖ правоустанавливающих документов на земельный участок (здесь соседствуют оба вида речевой избыточности). Тавтология и плеоназм легко устраняются путем редактирования: *Разработать и утвердить Положение о процедуре подготовки и выдачи членам ТСЖ документов на право владения земельным участком*.

Это облегчает восприятие фразы, позволяя новому тексту соответствовать требованию точности, конкретности и ясности, которым не отвечал неотредактированный текст. Кроме того, выражение «*правоустанавливающие документы*» вообще лишено смысла, так как документ не может не быть правоустанавливающим. Закрепление правовых отношений – основная функция документа.

Особенно часто в качестве лишнего слова выступает местоимение: *наш с Вами проект, наше с Вами сотрудничество*.

Примите мое приглашение, и я надеюсь, что Вы найдете время для участия во встрече, во время которой мы сможем определить с Вами конкретные пути развития нашего сотрудничества.

Переизбыток местоимений загромождает фразу, создавая помехи на пути ее восприятия.

В тексте документа не бывает мелочей, и иногда лексическая ошибка оборачивается миллионными убытками. Вот почему нужно обращаться к толковым словарям в случае затруднения или колебания.

Стилистическая окраска слова и лексические нормы делового стиля

В языке документов слово должно употребляться с учетом его стилистической окраски (принадлежности к тому или иному стилю). Понятие стилистической окраски обычно связывается с закрепленностью слова за той или иной сферой использования языка, за тем или иным функциональным стилем.

Образно говоря, каждое слово в языке имеет свой "паспорт", в котором указано, как и где оно используется, какова сфера его употребления. Яркую стилистическую окраску имеют канцеляризмы и процедурная лексика: *надлежащий, данный, настоящим, указанный, исполнитель, ходатайство* и т.п. Эта сугубо книжная лексика в устной речи практически не используется: мы хорошо ощущаем ее книжно-письменную окраску. А разговорная лексика проникает в тексты документов именно потому, что разговорные обороты и профессионализмы не осознаются как таковые.

Профессионализмами называются слова, выражения, ограниченные в сфере использования границами какой-то отрасли, профессии.

Специфические профессионализмы – разговорные наименования того или иного явления – нужно отличать от книжно-письменной лексики:

Профессионализмы	Книжная лексика
<i>расходник</i>	<i>расходный ордер</i>
<i>платежка</i>	<i>платежное поручение</i>
<i>безнал (по безналу)</i>	<i>безналичный расчет</i>
<i>нал</i>	<i>наличные деньги</i>
<i>оперативка</i>	<i>оперативное совещание</i>
<i>кадровик</i>	<i>работник отдела кадров</i>
<i>оптовик</i>	<i>оптовый покупатель</i>

Профессионализмы – это слова с усеченной основой, образованные чаще всего при помощи суффиксов -к/-ка, -ик.

Подобная лексика, уместная в неофициальной обстановке делового общения, абсолютно неуместна в языке документов.

В. Грамматические нормы

Деловая речь должна обеспечивать эффективность делового общения. Для этого она должна быть грамотной. В официально-деловом стиле и шире – в официальном деловом общении – используются формы кодифицированной письменной речи, так как только соблюдение их может обеспечить точность передачи информации.

Нарушения грамматических норм литературного языка относятся к грубым речевым ошибкам и, к сожалению, к самым частотным в письменной деловой речи (около 60% всех нарушений языковых норм).

Они многообразны: неправильный выбор формы слова, нарушения в структуре словосочетания, предложения. Одной из самых распространенных ошибок является использование в письменной речи разговорных ***форм мн. ч. существительных*** на -а/-я вместо нормативных на -ы/-и:

Литературная норма	Разговорная норма
--------------------	-------------------

<i>догово́р — догово́ры</i>	<i>до́говор — догово́ра</i>
<i>инструкторы</i>	<i>инструктора</i>
<i>корректоры</i>	<i>корректора</i>
<i>слесари</i>	<i>слесаря</i>
<i>токари</i>	<i>токаря</i>
<i>крейсера</i>	<i>крейсера</i>

При наличии колебаний (*инспекторы – инспектора*) форм на **-ы, -и, -а -я**, вторые сохраняют разговорный или даже просторечный характер (*торты – торта*).

Не следует смешивать со стилистически маркированными формами использование окончаний **-ы -и, -а -я** для различения смысла в словах: *корпуса́* (здания, войсковые соединения) – *ко́рпусы* (туловища, штифты); *лагеря* (исправительные) – *ла́гери* (общественно-политические); *про́пуски* (букв) — *пропуска* (на предприятии).

Нередко наблюдается колебание при выборе нужной формы **мн. ч. существительных в родительном падеже**: *килограммов / килограмм*.

Следует помнить, что форму с нулевым окончанием имеет следующая группа существительных:

- 1) названия парных предметов — *ботинок, сапог, чулок* (но носков);
- 2) названия национальностей, территориальной принадлежности: *армян, башкир, англичан, болгар, южан, киевлян*;
- 3) названия воинских групп: *солдат, кадет, партизан*;
- 4) названия единиц измерения: *ампер, вольт, ватт, аршин, микрон, рентген*, но: *граммов, килограммов*.

Достаточно часто в деловых текстах встречаются ошибки в **выборе надежных форм**. Одной из причин их допущения является неумение адекватно использовать производные предлоги и предложные сочетания:

Ошибочно	Правильно
<i>до истечения пятидневного срока</i>	<i>до истечения пятидневного срока</i>
<i>по окончанию рабочего дня</i>	<i>по окончании рабочего дня</i>

Предложные сочетания с временным значением – «после чего-нибудь» (род. п.) – пишутся на конце с **и**: *по окончании школы, по истечении срока договора, по прибыти делегации, по возвращении из командировки*, – если в их состав входит предлог «по».

Предложные сочетания с временным значением, начинающиеся с предлога «до» имеют на конце **-я** (род. п.): *до истеченияя пятидневного срока, до принятияя решения, до завершенияя срока реконструкции*.

Нередко вызывает затруднения **склонение сложных слов**, которые все

активнее проникают в деловую речь.

1. Склоняются обе части слова, если они обозначают рабочие профессии: *токарь-карусельщик, токаря-карусельщика; летчик-испытатель, летчика-испытателя.*

2. В других случаях склоняются обе части слова, если они выражены склоняемыми частями: *по счету-фактуре; из письма-запроса; от фирмы-партнера по телексу-предложению.*

Склоняется только вторая часть сложных слов, если первая часть сложного слова – неизменяемое слово: *по соло-векселю; жиро-чека.*

Склоняется только вторая часть сложных слов, если первая часть сложного слова – иностранное слово, недавно вошедшее в состав русской лексики: *из шоп-тура, по тайм-шиту, о бизнес-центре.*

Род несклоняемых существительных и сложносокращенных слов и согласование их с определяемыми словами также вызывает иногда затруднения.

При определении рода несклоняемых существительных нужно помнить, что к среднему роду относятся существительные, обозначающие неодушевленные предметы и субстантивированные несклоняемые слова (*совместное коммюнике, шелковое кашне, строгое жюри, наше завтра*);

к мужскому роду относятся существительные, обозначающие лиц мужского пола (*расторопный портье, новый атташе, строгий рефери*) и животных (*крикливый какаду, кенгуру скрылся*);

к женскому роду относятся существительные, обозначающие лиц женского пола (*леди, мадам*).

Род сложносокращенных слов, аббревиатур, образованных посредством соединения начальных букв слов, определяется по роду опорного слова: *МГУ (Московский государственный университет – муж. род) открыл курсы, крупная ТЭЦ (электростанция – жен. род), КРУ (управление – ср. род) объявило.*

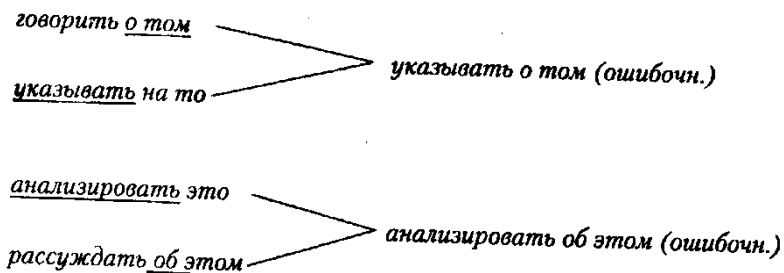
Словосочетание

Самыми распространенными грамматическими ошибками в текстах документов являются случаи нарушения структуры глагольных и именных словосочетаний со связью управления.

Особенно болезненно реагируют на нарушения грамматической структуры клишированные словосочетания, среди которых много синонимичных:

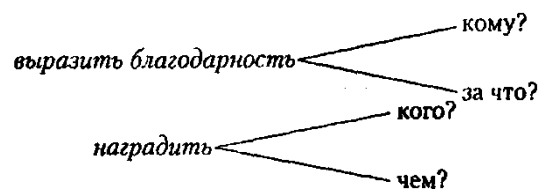
свойственный (кому?) – характерный (для кого?); отказаться (от чего?) – отвергать (что?).

Как видно из примеров, они часто используют различные падежи управления, т.е. имеют различные модели управления. Смешение этих моделей называется контаминацией. Причиной ее является механический перенос синтаксических свойств на близкие по значению или однокоренные слова:



«Поливалентность» глаголов приводит к так называемым ошибкам в управлении падежами и к неполноте выражения. Неполнота выражения особо нетерпима в официально-деловой и научной речи. Поэтому некорректно составленными будут словосочетания, в которых не реализована хотя бы одна валентность глагола, например:

Просим выразить благодарность и наградить денежной премией коллектив филиала Агробанка в связи с предстоящим 10-летним юбилеем.



Здесь мы находим «ошибку в управлении» падежом («выразить... коллектив») и неполноту выражения («выразить – за что?»). Соблюдение полноты выражения (использования словосочетаний в полном виде) устранил и ошибку в управлении падежом:

Просим выразить благодарность коллективу филиала Агробанка за успешную работу и наградить сотрудников денежной премией в связи с предстоящим 10-летним юбилеем деятельности филиала.

Особого упоминания заслуживает **расширительное употребление дательного падежа с предлогом «по»**, все чаще в письменных деловых текстах вытесняющее родительный падеж. Такая замена возможна далеко не во всех случаях. Она допускается в словосочетаниях, в которых и первое, и второе существительные обозначают целенаправленные действия или их результаты. Например, в словосочетаниях:

Расчет	<u>исходя</u>	<u>из</u>	Расчет	<u>по</u>
установленной мощности.			предварительной мощности.	

И когда первое и второе слово обозначают результаты человеческой деятельности, поэтому замена на предложное сочетание с «по» возможна. Имеются варианты:

*правила перевозки грузов и правила по перевозке грузов.
рабочая смета строительства и рабочая смета по строительству.*

Однако очень часто конструкции с предлогом «по» нарушают грамматическую структуру словосочетания при передаче отношений принадлежности.

Неправильно	Правильно
Дательный падеж	Родительный падеж
<i>департамент <u>по</u> транспорту</i>	<i>Департамент транспорта</i>
<i>Налоговая инспекция <u>по</u> Ленинскому району</i>	<i>Налоговая инспекция Ленинского района</i>
<i>Главное управление Центрального банка РФ <u>по</u> Костромской области</i>	<i>Главное управление Центрального банка Р.Ф. Костромской области</i>

Допускать грамматическую ошибку в номенклатурном знаке (*Налоговая инспекция по Ленинскому району, Департамент по промышленности*) – значит тиражировать ее многократно и внедрять как образец в сознание людей.

Второй причиной подобных ошибок является **неразличение предложных конструкций с предложным падежом и конструкций с дательным падежом:**

Неправильно	Правильно
Дательный падеж	Предложный падеж
<i>распоряжение <u>по</u> переводу работников</i>	<i>распоряжение о переводе работников</i>
<i>распоряжение <u>по</u> пенсиям</i>	<i>распоряжение о пенсионных выплатах</i>

Третьей причиной указанных грамматических ошибок является **использование формы несогласованного определения вместо согласованного:**

Неправильно	Правильно
<i>работы <u>по</u> дизайну</i>	<i>дизайнерские работы</i>
<i>обязательства <u>по</u> договору</i>	<i>договорные обязательства</i>
<i>работы <u>по</u> кровле</i>	<i>кровельные работы</i>
<i>подрядчики <u>по</u></i>	<i>подрядчики, обслуживающие</i>

Нередки в деловой письменной речи конструкции с двойным дательным падежом, которые можно отнести и к стилистическим недочетам:

договора по предоставлению услуг по отоплению; ... обеспечение подрядчиков по обслуживанию жилищного фонда по Ленинскому району; ведение делопроизводства по личному составу Департамента по промышленности.

При составлении словосочетаний с предлогами «по» нужно помнить, что предлог «по» традиционно используется в словосочетаниях со значением:

1. Названия лица по профессии, деятельности: *менеджер по продажам, мастер по резьбе, специалист по радиотехнике;*

2. Названия разного рода бумаг, документов, учреждений, предприятий: *комиссия по ликвидации последствий землетрясения, агентство по продаже недвижимости, решение по перестройке работы, пункты по выдаче приватизационных чеков, группы по сбору подписей, Комитет по правам и обращениям граждан, расходы по транспортировке товара, план по реорганизации предприятия.*

3. Названия какого-либо вида деятельности: *действия по недопущению срыва графика работ; работа по укреплению производственной дисциплины.*

В настоящее время словосочетания с предлогом «по» замещают во всех жанрах деловой письменной речи конструкции с родительным падежом: *группы по сбору подписей, Комитет по правам и обращениям граждан, расходы по транспортировке товара, менеджер по продажам, план по реорганизации предприятия.*

Однако важно отличать допустимые варианты предложных конструкций от ошибочных, имея в виду сформулированное выше правило.

При ведении деловой корреспонденции следует избегать **скопления одинаковых падежных форм**, которые, помимо неблагозвучия, они создают дополнительные трудности в восприятии текста.

Для официально-деловой письменности характерны цепочки форм родительного падежа (превышающие по количеству компонентов оптимальную длину – 4-5 слов): *Исходя из необходимости разграничения балансовой принадлежности эксплуатационной ответственности сторон подряд...*

Однако поскольку непременной составляющей таких цепочек являются отглагольные существительные с суффиксом *-ний-*, легко заменяемые глаголом, такие предложения достаточно просто подвергаются стилистической правке:

Исходя из необходимости разграничить балансовую принадлежность эксплуатационной ответственности сторон...

Для официально-деловой письменности характерно и **расширительное использование предлога «на» с винительным падежом**:

запрос на скидки; сведения на сто сорок семь фирм; выплаты на

покрытие коммунальных услуг.

Очень часто неразличение форм винительного и родительного падежей связано с влиянием разговорных сокращений – стяжений: *расходомеры на эти диаметры – расходомеры (рассчитанные) на эти диаметры; квитанции на счета – квитанции (выписанные на получение денег по счетам).*

С другой стороны, клишированное словосочетание *отнести на счет* (предприятия) часто встречается с ошибочно употребленным предлогом «за»: *отнести за счет предприятия* (по аналогии с *выполнить за счет экономии средств*).

Некоторые **словосочетания с одним и тем же предлогом могут вступать в синонимичные отношения:**

поступить сообразно (чему) правилам, требованиям
и поступать сообразно (с чем) с правилами, с требованиями;

действовать согласно (чему) закону, приказу
и действовать согласно (с чем) с законом, с приказом

Помните: используя те или иные грамматические формы, необходимо разграничивать сферу их употребления, то есть исходить из принципа целесообразности и уместности.

С. Синтаксические нормы

Не менее важную роль, чем правильное употребление слов, в документах играет четкость синтаксической организации текстов. Нарушения синтаксических норм русского литературного языка не столь частотны, как грамматические ошибки, однако нарушение порядка слов, рассогласование подлежащего со сказуемым, определения с определяемым словом, ошибки, связанные с употреблением причастных и деепричастных оборотов, смещение структуры простого и сложного предложения и целый ряд других ошибок часто затрудняют восприятие текста. Перечисленные ошибки делают высказывание неясным, не отвечающим базовому требованию, предъявляемому к языку деловых бумаг, – требованию точности, не допускающей интолкувания.

Нарушение порядка слов часто порождает двусмысленность, неоднозначность прочтения.

Нередко следствием нарушения порядка слов в предложении является ***разрыв причастного оборота или отрыв его от определяемого слова***. Чаще всего это вызывает ошибки в согласовании причастий в форме падежа, реже – числа.

Ответственное лицо за радиационную безопасность в ОАО "МАС" назначается из числа сотрудников, имеющих высшее образование и стаж работы не менее трех лет, прошедшие подготовку по специальной программе, имеющего, соответствующий документ.

Оплата за оборудование по настоящему контракту, поставляемому в указанный срок, осуществляется простым платежом.

Причастный оборот может находиться как перед определяемым словом, так и после него: *прошедшие подготовку сотрудники; сотрудники, прошедшие подготовку; поставляемое в указанный срок оборудование; оборудование, поставляемое в указанный срок.*

При составлении текстов документов нужно помнить, что ***не рекомендуется разъединять:***

– ***составные и фразеологизированные сказуемые*** следует внести ясность, разрешается ввести в эксплуатацию, произвести реконструкцию, несет ответственность, принимает на себя обязательства.

– ***клишированные и устойчивые словосочетания*** погашать задолженность, найти возможность решения проблемы, приступить к выполнению работ, внести дополнения (уточнения) в установленном порядке, по причине срыва графика поставок и т.п. за исключением случаев расширения их терминологизированными определениями внести полную ясность, предоставить долгосрочный кредит, в установленном законом порядке, внести существенные дополнения;

– ***клишированные предложения:***

Настоящий договор вступает в силу с момента подписания сторонами.

За нарушение обязательств по настоящему договору стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Предложения и дополнения принимаются в установленном законом порядке.

Контроль за выполнением данного постановления возложить на...;

– нельзя отрывать ***определение от определяемого слова, придаточное предложение, являющееся присловным распространителем, от слова, которое оно распространяет:***

Эта книга научила меня ценить и уважать друзей, которую я прочитал ещё в детстве;

– ***причастный и деепричастный обороты*** (*лицо, ответственное за радиационную безопасность, но не ответственное лицо за радиационную безопасность; выступая с инициативой, о чем говорилось выше, от лица дирекции фирмы предлагаем..., но не выступая с инициативой от лица дирекции фирмы, о чем говорилось выше, предлагаем...)*

К употреблению деепричастных оборотов: чаще всего в деловых письменных текстах нарушается основное требование использования деепричастий. Оно заключается в том, чтобы деепричастие и глагол, к которому оно относится, обозначали действия ***одного лица*** (подлежащего). Нарушение этого правила приводит к алогизму и абсурдности высказывания. Вспомним знаменитую строчку из «Жалобной книги» А.П. Чехова: «Подъезжая к сей станции и глядя на природу в окно, у меня слетела шляпа».

К следствиям основного принципа употребления деепричастных оборотов относятся следующие:

1. Невозможно употребление деепричастного оборота в безличных предложениях (кроме инфинитивных конструкций): *Соглашаясь с Вами, у*

меня нет возражений, Решая этот вопрос, нами было установлено ...**Но:** Эти задачи можно решить, применяя следующие формулы...

2. Невозможно употребление деепричастных оборотов в пассивных конструкциях, так как объект действия пассивной конструкции не может совпадать с субъектом действия, обозначенного деепричастием. Нельзя сказать: *Объединив наши усилия, к нам вернется уверенность в успехе.*

Нужно отметить, что **норма не нарушается**, если в составе сказуемого безличного предложения есть неопределенная форма глагола или сказуемое выражено глаголом повелительного наклонения: *Говоря о просчетах в подготовке предвыборной кампании, нужно выделить ряд причин объективного характера. Анализируя просчеты в подготовке предвыборной кампании, выделяйте причины объективного характера.*

Деепричастные обороты легко заменяются в структуре предложения предложными оборотами или придаточными предложениями (как правило, условия или времени). Например:

Учитывая общий размер уставного капитала, мы оставляем за собой право корректировки взноса.

Мы оставляем за собой право корректировать взнос в зависимости от общего размера уставного капитала.

Учитывая социальную значимость предприятия «Красноглинские бани», администрация обращается к Вам с просьбой о выделении дотации в размере 200 000 (двухсот тысяч) рублей на покрытие предприятием коммунальных услуг.

Поскольку предприятие «Красноглинские бани» представляет собой социально значимый объект, администрация обращается к Вам с просьбой о выделении дотации в размере 200 000 (двухсот тысяч) рублей на покрытие коммунальных услуг.

Осмотрев город, гости из Франции проследовала в здание городской администрации для встречи за круглым столом с представителями городских властей.

Когда гости из Франции осмотрели город, они проследовали в здание городской администрации для встречи за круглым столом с представителями городских властей.

Конструкции с однородными членами: одними из самых частых ошибок в деловых текстах являются ошибки, связанные с логической несочетаемостью однородных членов предложения.

1. В качестве однородных членов предложения не должны выступать слова, обозначающие родовые и видовые понятия. Например: *Магазину требуются продавцы овощей и картофеля.*

2. Однородными членами предложения не могут быть слова, выражающие «скрещивающиеся понятия», т.е. слова, значения которых в чем-то совпадают: *Руководство отметило и премировало лучших сотрудников ценными подарками.*

Ср.: отметить – подчеркнуть значение чего-нибудь, сделанного кем-либо, обычно наградив человека; премировать – наградить премией.

3. Недопустимо употреблять в качестве однородных членов слова, обозначающие разноплановые понятия. Например: *Выдача готовой продукции производится по счету и по предъявлении квитанции.*

4. В качестве однородных членов не могут использоваться:

– причастные обороты и придаточные предложения. Неправильно:

Лица, которые прошли медкомиссию и имеющие допуск к работам, проходят специальный инструктаж по соответствующей специальности,

– причастные и деепричастные обороты:

Рассматривая Ваше предложение и решаящий эту проблему положительно, хочу обратить Ваше внимание на условия хранения продукции.

Структура сложного предложения: В деловой письменной речи преобладают простые предложения. Однако это не означает, что сложные предложения менее значимы для текстовой организации в официально-деловой письменности, чем простые. Сложное предложение передает сложную мысль, отражая сложные отношения тех или иных социально-правовых ситуаций.

Точно определить те или иные смысловые отношения помогают союзы и союзные слова. Именно поэтому использование их должно быть корректным. Особенно это относится к составным союзам и к союзам, используемым с указательными словами: *не только... но и; как ..., так и ...; если ..., то; такой же как; несмотря на то что; в силу того, что; о том, что; благодаря тому, что; ввиду того, что; перед тем, как; так же, как и др.*

Иногда в текстах происходит контаминация составного союза, нарушающая логические связи в структуре сложного предложения. Например: *Не только проблемы строительства, а также бытовые и социальные проблемы строителей были включены в повестку дня собрания.* (Нужно: не только ..., но и). Встречается неадекватное использование составного союза (или части составного союза) в простом предложении. Например:

При отказе подрядчика от составления и подписания протокола при обнаружении дефектов, то для их подтверждения заказчик вправе назначить квалифицированную экспертизу (использована часть союза «если ..., то»).

Нередко составители документов неоправданно усложняют текст, что выражается в нанизывании однотипных придаточных, перенасыщении сложных предложений различного рода «осложнителями» (причастными и деепричастными оборотами, вводными словами и конструкциями, обособленными дополнениями и обстоятельствами). Например:

Охрана освобождается от ответственности за кражу имущества, если установлено, что охрана была лишена возможности вскрыть и осматривать объект для выяснения причин срабатывания сигнализации, если посторонние лица задержаны охраной при совершении кражи, и в других случаях, если охрана докажет отсутствие своей вины.

Подобные предложения легко рубрицируются, т.е. членятся на составные части, графически отделенные одна от другой. Например:

Охрана освобождается от ответственности, если установлено:

– *что охрана была лишена возможности вскрыть и осмотреть помещение для выяснения причин срабатывания сигнализации;*

– *что посторонние лица задержаны охраной при совершении кражи;*

– *что охрана невиновна.*

Следует заметить, что рубрикация сложного предложения в тексте может осуществляться при помощи сигнального тире в начале абзаца или цифрового обозначения. Рубрикация облегчает усвоение информации, делает ее более наглядной.

Глава 3. Деловое письмо

Можно выделить следующие основные группы основных документов управления:

- ***организационные документы предприятия*** (устав, учредительный договор, структура и штатная численность, штатное расписание, должностные инструкции, правила внутреннего трудового распорядка);

- ***распорядительные документы предприятия*** (приказы по основной деятельности, распоряжения, решения);

- ***документы по личному составу предприятия*** (приказы по л/с, трудовые контракты (договоры), личные дела, личные карточки ф.Т-2, лицевые счета по зарплате, трудовые книжки);

- ***финансово-бухгалтерские документы предприятия*** (главная книга, годовые отчёты, бухгалтерские балансы, счета прибылей и убытков, акты ревизий, инвентаризаций, планы, отчёты, сметы, счета, кассовые книги и др.);

- ***информационно-справочные документы предприятия*** (акты, письма, факсы, справки, телефонограммы, докладные записки, протоколы и др.).

От государственных и муниципальных организаций на предприятие могут поступать документы, регулирующие различные вопросы его деятельности (налоги, охрана окружающей среды и т.п.). Эти документы составляют отдельную группу – нормативные документы вышестоящих органов.

В самостоятельную группу можно выделить ***коммерческие контракты (договоры)***, которые являются основными документами предпринимательской деятельности.

Все перечисленные документы относятся к управленческим или ***организационно-распорядительным документам (ОРД)***. Исключением являются финансово-бухгалтерские документы, имеющие специфические особенности составления и обработки.

3.1. Требования к оформлению реквизитов документов

В делопроизводстве существуют единые требования и правила оформления документов управления, которые установлены государственными нормативными актами.

Выполнение единых правил оформления документов обеспечивает:

- юридическую силу документов;
- оперативное и качественное составление и исполнение документов;
- организацию быстрого поиска документов;
- более активное использование ПЭВМ при составлении документов.

Любой документ состоит из ряда составляющих его элементов (даты, текста, подписи и т. д.), которые называются реквизитами.

ГОСТом 6.30-97 устанавливается максимальный набор реквизитов для документов управления – 29. В конкретном документе их будет гораздо меньше. Каждый вид документа (акт, приказ, письмо) имеет определенный набор реквизитов.

В практике работы коммерческих предприятий не используется реквизит «1 – государственный герб Российской Федерации». Он ставится только на документах государственных учреждений и предприятий, которым предоставлено такое право. Реквизит «2 – герб субъекта Российской Федерации» также не используется при разработке бланка фирмы. Реквизит 4 – код организации (автора документа) – проставляется по Общероссийскому классификатору предприятий и организаций (ОКПО). Реквизит 5 – код документа – указывается по Общероссийскому классификатору управленческой документации (ОКУД). Код для писем по ОКУД – 0200200.

К наиболее важным реквизитам документов, используемым в современной практике, относятся: 3 – эмблема организации; 7 – справочные данные организации; 8 – наименование вида документа; 9 – дата документа.

Дальнейший перечень реквизитов:

- 10 – регистрационный номер документа;
11. – ссылка на регистрационный номер и дату входящего документа;
- 12.–место составления или издания документа;
- 13 – гриф ограничения доступа к документу;
- 14 – адресат;
- 15 – гриф утверждения документа;
- 16 – резолюция;
- 17 – заголовок к тексту;
- 18 – отметка о контроле;
- 19 – текст документа;
- 20 – отметка о наличии приложения;
- 21 – подпись;
- 22 – гриф согласования документа;
- 23 – визы согласования документа;
- 24 – печать;
- 25 – отметка о заверении копии;

- 26– отметка об исполнителе;
- 27 – отметка об исполнении документа и направлении его в дело;
- 28 – отметка о поступлении документа в организацию;
- 29 – отметка для автоматического поиска документа.

Особенно важным является правильное оформление таких реквизитов, как дата, подпись, печать, гриф утверждения, которые придают документу юридическую силу.

Каждый документ можно разделить на 3 основные части:

- заголовочную часть (в нее входят реквизиты, расположенные до текста);
- основную часть (реквизиты «текст» и «приложения»);
- оформляющую часть (реквизиты, расположенные ниже текста и приложения).

Реквизит «эмблема организации»

Эмблема предприятия – условное (символическое) графическое изображение, зарегистрированное в установленном порядке. В качестве эмблемы организации может быть использован товарный знак, рисунок, аббревиатура, комбинированное буквенно-графическое изображение и т. п.

При угловом расположении реквизитов эмблема располагается в левом верхнем углу, а при продольном (центрированном) – в середине верхней части листа.

Реквизит «наименование организации»

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование (статья 54 Гражданского кодекса РФ).

Наименование организации пишется в строгом соответствии с наименованием, зарегистрированным в учредительных документах: уставе предприятия или учредительном договоре; свидетельстве Регистрационной палаты.

В наименовании используются сокращения типа ООО (общество с ограниченной ответственностью), ОАО (открытое акционерное общество) и т. п.

Реквизит «наименование организации» располагается под реквизитом «эмблема организации».

Реквизит «справочные данные об организации»

Совокупность перечисленных в реквизите данных (индекс предприятия связи, почтовый адрес, номер телефона, факса, электронной почты – *коммуникационные данные*; номер счета в банке, наименование банка; фамилия и инициалы коммерческого директора – *коммерческие данные*)

Данный реквизит располагается в левом верхнем углу под реквизитом «наименование организации» или на нижнем поле документа.

Реквизит «наименование вида документа»

Реквизит «название вида документа» располагают в заголовочной части документа после реквизита «справочные данные об организации» и юридического адреса и печатают прописными буквами от границы левого поля, например, АКТ, СПРАВКА.

Этот реквизит является одним из важнейших и проставляется на всех документах, кроме писем и факсов. Для писем указание вида документа используется только в следующем сочетании: ГАРАНТИЙНОЕ ПИСЬМО.

Название вида документа дает общее представление о назначении документа, определяет состав его реквизитов, структуру текста, степень обязательности выполнения его требований.

Реквизит «дата документа»

Дата – один из основных реквизитов документа, обеспечивающих его юридическую силу.

Датой документа является:

- дата его подписания (для приказов, писем, факсов, справок);
- дата его утверждения (для планов, отчетов, правил, инструкций);
- дата события, которое в нем зафиксировано (для протоколов, актов).

Все даты в документе: в заголовочной части, в тексте, в реквизитах «резюльция», «визы», «гриф утверждения» и т. п. – оформляются цифровым способом в следующей последовательности: число (2 знака), месяц (2 знака), год (2 знака либо 4 знака) Например, дату 6 апреля 2010 года следует оформлять 06.04.2010.

В текстах документов, содержащих сведения финансового характера, допускается применять словесно-цифровой способ оформления дат, например, 6 апреля 2010 г. Подобный способ оформления даты рекомендуется использовать также при переписке с иностранными деловыми партнерами.

Для большинства документов дата приставляется при завершении оформления документа. Дата указывается верхней заголовочной части листа ниже реквизита «название вида документа» и печатается от границы левого поля.

Реквизит «регистрационный номер документа»

Индексом (регистрационным номером) является условное обозначение документа, присваиваемое ему при регистрации (например, порядковый номер).

Индекс (№) документа проставляется на исходящих, входящих и внутренних документах фирмы рядом с реквизитом «дата».

Порядковые номера с начала года в возрастающей последовательности проставляются на таких документах, как протоколы, приказы, акты, справки, трудовые контракты и т. п., например: № 1, № 2, № 3... .

Номера коммерческих контрактов имеют двойную нумерацию, например: № 17/21, где 17 – порядковый номер документа в одной фирме, а 21 – порядковый номер этого документа в фирме-контрагенте.

Индекс (№) документа в письмах состоит из порядкового номера самого письма, индекса структурного подразделения (или индекса должностного лица), подготовившего документ, и номера дела по номенклатуре, в которое подшивается письмо, например,

№ 57/01-04: 57 – номер письма по журналу регистрации входящих или исходящих документов, 01 – структурное подразделение, 04 – номер дела в этом подразделении.

Порядковые номера присваиваются отдельно входящим и исходящим письмам.

Реквизит «ссылка на регистрационный номер и дату входящего документа»

Место для этого реквизита определяется только на бланке для писем, факсов. Заполняется он при оформлении письма-ответа на инициативное (полученное фирмой) письмо.

Дата и номер для ссылки берутся из инициативного письма и оформляются следующим образом:

На №15/01-03 от 08.06.2010.

Эта ссылка помогает фирме-контрагенту, получившей письмо-ответ, быстро найти копию инициативного письма. Реквизит «ссылка на индекс и дату входящего документа» размещается от границы левого поля под реквизитами «дата» и «индекс».

Реквизит «гриф ограничения доступа к документу»

Этот реквизит проставляют на документах, содержащих секретную или конфиденциальную информацию.

Реквизит располагается в правом верхнем углу документа выше реквизитов «адресат» и «гриф утверждения» и состоит из слова (грифа) «Конфиденциально» или «КТ» (коммерческая тайна). Под этим грифом необходимо проставить № экземпляра данного документа. Реквизит печатается без точек и кавычек после 40 печатных знаков от границы левого поля, например:

КТ Экз. № 2

или

Конфиденциально Экз. № 1

На документах государственных предприятий, содержащих секретную информацию, ставятся грифы «Секретно» и «Совершенно секретно».

Реквизит «адресат»

Этот реквизит оформляется на письмах, факсах и включает наименование и почтовый адрес получателя (адресата).

Максимальный набор этого реквизита состоит из следующих частей:

- наименование фирмы в именительном падеже;
- структурное подразделение в именительном падеже;
- должность, фамилия и инициалы в дательном падеже;
- почтовый адрес.

Например:

*ОАО «Сталкер»
Отдел рекламы
Начальнику отдела
г-ну Рогову А.В.*

113209, Москва
Полянка, 17.

Адресование может быть несколько иного вида, например:

Директору ООО «Эра»
г-ну Скорину И.В.
127408, Москва
Остоженка, 14

Слово «господину» печатается в адресе сокращенно «г.» или «г-ну».

Если документ направляется в правительственное учреждение, а также постоянным адресатам – почтовый адрес не указывается.

При адресовании частному лицу сначала указывается почтовый адрес, затем фамилия и инициалы получателя, например:

119215, Москва
Ордынка, 32, кв. 17
Лунину П.В.

При адресовании писем в несколько адресов слово «копия» перед адресатом не указывается.

Реквизит «адресат» печатается после 32 печатных знаков от границы левого поля в правой верхней части листа документа, в пределах ограничительных знаков углов.

Реквизит «гриф утверждения документа»

Утверждается руководителем, как правило, следующие виды документов: планы, отчёты, инструкции, правила, некоторые акты.

Реквизит «гриф утверждения» должен состоять из:

- Слова «УТВЕРЖДАЮ» (без кавычек);
- наименования должностного лица, утвердившего документ;
- его личной подписи с расшифровкой (инициалы, фамилия) и даты,

например:

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЗАО «Гранд»
Подпись П.Н. Климов
01.03.2010

В ряде случаев гриф утверждения заверяется печатью предприятия.

Если документ утверждается решением, приказом, протоколом, гриф утверждения должен состоять из слова «УТВЕРЖДЕНО», названия документа в именительном падеже, его даты и номера, например:

УТВЕРЖДЕНО
Приказ директора АО
25.03.2010 № 6

Реквизит «гриф утверждения» располагается в правом верхнем углу документа после 40 печатных знаков от границы левого поля.

Реквизит «резолуция»

Реквизит «резолуция» проставляется на входящих и внутренних документах, рассматриваемых руководством, в правой верхней части

документа. На письмах, факсах резолюция располагается между реквизитами «адресат» и «текст» на первом листе документа.

Резолюция содержит указания по исполнению документа или отношение руководителя к проблеме или вопросам, поставленным в документе.

Реквизит «резолюция» должен включать:

- Ф. И. О. исполнителя (кому поручается исполнение);
- содержание поручения (конкретные действия);
- срок исполнения;
- личную подпись руководителя и дату подписания.

Если в резолюции указываются несколько исполнителей, ответственным за исполнение документа является лицо, указанное первым, остальные привлекаются при решении вопроса как соисполнители.

Содержание поручения в резолюции может выглядеть так:

«Васильевой О.Р. Отправить факс о согласии до 04.03.2010»;

«Скорину А.В. Подготовить проект контракта до 01.05.2010».

Иногда резолюцию помещают не на документе, а на прикрепленном к нему листке – поручении. Это нежелательно, т. к. в этом случае возможна потеря резолюции или ее замена.

Реквизит «заголовок тексту»

Заголовок – краткое изложение основного смысла текста составляемого документа.

Заголовок должен грамматически согласовываться с названием вида документа, отвечая на вопрос «о чем?» или «чего?», например: *«Приказ... о реорганизации АО», «Журнал регистрации входящих документов»*. Заголовки таких документов, как протокол, инструкция, акт, устав, договор, сочетаются в падеже с названием вида документа, например: *«Акт инвентаризации», «Договор аренды», «Протокол заседания совета директоров»*.

Заголовок располагается после реквизитов «дата» и «индекс документа» от границы левого поля. На типографских бланках фирмы для реквизита «заголовок» устанавливаются ограничительные знаки.

Заголовок не должен превышать двух строк, например:

*О поставке груза
по контракту № 249/16*

Наличие заголовка избавляет от необходимости чтения документа полностью при его регистрации.

Допускается не указывать заголовок на документах формата А5.

Реквизит «отметка о контроле»

Отметка о контроле обозначается буквой «К» и наносится от руки красным фломастером или специальным штампом на контролируемых по поручению руководителя документах. Реквизит «отметка о контроле» располагается на левом поле документа на уровне заголовка.

Реквизит «отметка о наличии приложения»

Если к документу имеются приложения, то в документе ставится отметка о их наличии. Этот реквизит располагают после текста перед подписью от границы левого поля.

Если полное наименование приложения к документу упоминается в тексте, то отметка о наличии приложения оформляется в сокращенной форме:

Приложение: на 3 л. в 2 экз.

Если приложения к документу не указаны в тексте, необходимо в отметке о приложении указать полностью наименования документов, входящих в приложение, с указанием количества листов и экземпляров, например:

*Приложение: 1. Проект контракта с АО «Храст» на 20 л. в 2 экз;
2. Список поставщиков на 2 л. в 2 экз.*

Если приложением к документу является документ с приложением, то отметка о наличии приложения содержит название вида документа, упоминание о его приложении и общее количество листов, например:

Приложение: Договор аренды от 21.10.2010 №8 и приложение к нему, всего на 15 л.

Если приложение к документу в единственном экземпляре, то количество экземпляров можно не указывать.

Если приложения сброшюрованы, количество листов не указывают, например:

Приложение: Каталог «Well» в 1 экз.

Если приложение направляется не во все указанные в документе адреса, отметку о наличии приложения оформляют следующим образом:

Приложение: на 5 л. в 2 экз. в первый адрес.

Сами документы-приложения должны иметь все необходимые реквизиты: наименование вида документа, заголовок, дату, подпись. Кроме того, на приложениях в правом верхнем углу делается отметка, указывающая на его связь с основным документом, например:

*Приложение 1
к приказу директора ОАО «ЭРА»
от 01.04.2010 № 17*

Реквизит «подпись»

Подпись — обязательный реквизит любого документа, как служебного, так и личного.

В состав реквизита «подпись» входят:

- наименование должности лица, подписавшего документ;
- личная подпись;
- расшифровка подписи (инициалы и фамилия).

Например:

Директор *подпись* *А.В. Рогов*

Должность лица, подписавшего документ, указывается полностью, если документ оформлен не на бланке, например:

Директор ЗАО «РЕАЛ+» *подпись* *А.И. Смелов*

При оформлении документа на бланке организации должность указывается сокращенно, например:

Директор *подпись* *А.И. Смелов*

При подписании документа несколькими должностными лицами, составные части реквизита «подпись» располагают последовательно друг под другом в соответствии с занимаемой должностью, например:

Директор *подпись* *И.Г. Орлов*
Главный бухгалтер *подпись* *Н.Н. Зотова*

При подписании документа несколькими равными по должности лицами их подписи располагаются на одном уровне, например:

Директор АО «ДИЗ» *Директор ООО «ГЭЗ»*
подпись П.К. Лан *подпись И.В. Розов*

Если руководитель, подпись которого предусмотрена, отсутствует, документ может подписать его заместитель или лицо, исполняющее его обязанности. При этом следует указать фактическую должность и фамилию лица, действительно подписавшего документ. Исправления «И. о.» или «Зам.» вносятся машинописным способом или от руки.

В документах, подготовленных комиссией, указываются не должности лиц, составивших документ, а распределение обязанностей в составе комиссии (председатель, члены комиссии).

Документы коллегиального органа (Совета учредителей, Общего собрания участников АО) подписываются председателем этого органа и секретарем.

Реквизит «подпись» проставляется после реквизитов «текст», «приложение» и печатается следующим образом:

должность указывается от границы левого поля;

расшифровка подписи после 48 печатных знаков от границы левого поля.

Реквизит «визы согласования документа»

Внутреннее согласование проекта документа оформляется визой. Это необходимо для проверки целесообразности или своевременности составления документа специалистами предприятия.

Реквизит «визы» включает в себя: должность, личную подпись визирующего, инициалы и фамилию, дату визирования.

Виза располагается ниже реквизита «подпись» от границы левого поля, например:

Юрисконсульт
подпись Н.И.Власов
06.06.2010

Если у визирующего есть замечания и дополнения к проекту документа, он оформляет их на отдельном листе.

На исходящих документах виза ставится на втором экземпляре, остающемся в фирме. На внутренних документах фирмы (приказах, распоряжениях) виза может проставляться на первом экземпляре.

Реквизит «печать»

На документах, удостоверяющих права фирмы или должностных лиц, фиксирующих факт расходования денежных средств и материальных ценностей, а также предусмотренных государственными правовыми актами, подпись ответственного лица должна быть заверена печатью.

Оттиск печати проставляется таким образом, чтобы он захватывал часть наименования должности лица, подписавшего документ, часть его личной подписи и был хорошо читаемым.

Ответственного за хранение и место хранения печати определяет руководитель фирмы.

Реквизит «отметка о заверении копии»

В случае подписания руководителем только первого экземпляра документа остальные заверяются секретарем-референтом.

Реквизит «отметка о заверении копии» располагается ниже реквизита «подпись».

Отметка о заверении копии включает: заверительную надпись «верно», наименование должности лица, заверившего копию, его личную подпись с расшифровкой (инициалы и фамилия) и дату заверения, например:

Верно

Референт подпись А.Л. Силин

00.00.00

При пересылке копии документа в другую организацию или выдаче ее на руки заверительную подпись удостоверяют печатью. В этом случае копия имеет юридическую силу оригинала.

Реквизит «фамилия исполнителя и номер его телефона»

Фамилию исполнителя (составителя) и номер его служебного телефона располагают на лицевой или, при отсутствии места, на оборотной стороне последнего листа документа в левом нижнем углу после реквизитов «подпись», «визы», например:

Серова 236 01 26

Этот реквизит очень важен для оперативной связи с тем, кто составил документ, уточнения и разъяснения затронутых в документе вопросов.

Ниже фамилии исполнителя при необходимости могут указываться первые буквы имени и фамилии машинистки, количество отпечатанных экземпляров и дата печатания, например:

Петров 239 15 61

КН 2 27.09.2010

Реквизит «отметка об исполнении документа и направлении его в дело»

Если документ исполнен, т. е. решены все вопросы, поставленные в нем, на документе ставят отметку об его исполнении и направлении документа в дело.

Этот реквизит располагается в левой нижней части первого листа документа ниже реквизита «фамилия исполнителя и номер его телефона»

Отметка включает в себя:

- слова «в дело» и «номер дела», в котором будет храниться документ;
- ссылку на дату и номер документа, свидетельствующего об исполнении (в случае его составления);
- краткие сведения об исполнении, если отсутствует документ, свидетельствующий об исполнении;
- подпись исполнителя документа и дату проставления отметки.

Например:

*В дело 01-05. Отправлен факс от 01.04.2010 № 1218
Логинов 02.04.2010*

Реквизит «отметка о поступлении»

Отметка о поступлении располагается в правой нижней части первого листа документа и составляется из следующих элементов: сокращённого наименования предприятия, получившего документ; даты поступления документа и его входящего номера, например:

*АО «ЭРА»
Дата 03.01.2010
Вх. № 0001*

Отметку о поступлении проставляют автоматическим нумератором, содержащим все перечисленные компоненты реквизита.

3.2. Деловые письма

Деловое письмо является особым типом документов, менее жестко регламентированным, но имеющим юридическую значимость. Деловые письма выступают в роли инструмента, регулирующего экономико-правовые и социальные отношения между корреспондентами (контрагентами, партнерами, участниками социальных отношений).

Деловые письма делятся на две части: поступающие (входящие) в фирму письма и отправляемые (исходящие) из фирмы письма, – и различаются по разным квалификационным признакам.

Коммерческие письма выделяются в деловой корреспонденции по тематическому признаку – они оформляют, регистрируют заключение и выполнение коммерческой сделки, т.е. предваряют составление контракта (договора) и являются документами, регулирующими ход его выполнения. При рассмотрении дела в арбитражном суде они могут являться основанием для предъявления иска (письмо-рекламация, письмо-договор).

Остальные деловые письма, называемые иногда служебными, решают организационные вопросы, вопросы экономических и юридических отношений между корреспондентами.

По функциональному признаку деловые письма делятся на *требующие обязательного письма-ответа*:

- инициативные коммерческие письма (письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-рекламация)

- письмо-просьба
 - письмо-приглашение
- и не требующие обязательного ответа:*

- письмо-подтверждение
- письмо-извещение
- письмо-напоминание
- письмо-предупреждение
- письмо-декларация (заявление)
- письмо-распоряжение
- письмо-отказ
- сопроводительное письмо
- гарантийное письмо
- информационное письмо

По *содержанию и назначению* письма могут быть: инструкционные, гарантийные, информационные, рекламные, коммерческие, рекламационные, письма-запросы, письма-извещения, письма- приглашения, письма-ответы и др.

Письма **инструкционные (директивные)** исходят из государственных или муниципальных органов власти и управления и содержат, как правило, рекомендации, указания, разъяснения по вопросам отчетности, налогов, экологии и т. п.

Гарантийные письма содержат гарантии оплаты, сроки поставки или качества продукции.

К **информационным** условно относятся письма, содержащие сообщения, просьбы, напоминания, предложения.

Рекламные письма содержат рекламу, цены предлагаемых товаров, услуг.

Коммерческие письма, если говорить о них подробнее, составляются при заключении и выполнении контрактов. В число основных контрактных документов входят: запрос (представляет собой обращение покупателя к продавцу с просьбой дать подробную информацию о товарах, услугах и/или направить предложение (оферту) на поставку товара); ответ на запрос; рекламация; ответ на рекламацию.

В **рекламационных (претензионных)** письмах предприятия требуют возмещения убытков, нанесенных из-за невыполнения или нарушения условий контракта другой стороной (контрагентом). Рекламация должна иметь копии документов, подтверждающие такие факты. Оформляются подобные копии в виде приложения к основному документу (рекламации).

При заключении контрактов с иностранными партнерами используются **кредитные** письма (L/C - Letter of credit), в которых продавец просит предоставить гарантийное письмо из банка покупателя с номером валютного расчетного счета и гарантиями банка оплаты покупателем товаров или услуг.

В письмах-*запросах* предприятие просит разъяснить какой-либо факт или действие и побуждает фирму-контрагента (или государственную организацию) дать ответное письмо.

В некоторых случаях составляются *сопроводительные* письма, когда направляемый адресату основной документ требует дополнительного пояснения. В сопроводительном письме указывается, с какой целью направляется основной документ, что с ним необходимо сделать и в какие сроки. Если же сопроводительные письма не несут смысловой нагрузки, то их составлять не следует, т. к. в этом случае они становятся ненужной формальностью.

По *структурным признакам* деловые письма делятся *на регламентированные* и *нерегламентированные*. Регламентированные письма составляются по определенному образцу (это касается не только стандартных аспектов содержания, но и формата бумаги, состава реквизитов и т.д.).

Регламентированное письмо решает типичные вопросы регулярных экономико-правовых ситуаций. Оно представляет собой авторский текст, реализующийся в виде формально-логического (этикетного) текста, составленного из стандартных синтаксических конструкций. Такой текст, как правило, включает элементы повествования (историю вопроса), этикетную рамку и обязательный элемент делового письма – речевое действие, выраженное в глаголах-перформативах. Эти глаголы и определяют конструкцию стандартной ключевой фразы, нередко и письма в целом.

К таким стандартным конструкциям относятся формулировки, указывающие на:

– *причину обращения*: По причине задержки оплаты ...; В связи с неполучением счета-фактуры ...; Вследствие несоответствия Ваших действий ранее принятым договоренностям ...; Вследствие задержки получения груза...; Учитывая социальную значимость объекта ...; При данных обстоятельствах...;

– *ссылки*: Ссылаясь на Ваше письмо от ... (на Ваш запрос от...); В соответствии с достигнутой договоренностью ...; Ссылаясь на устную договоренность ... ; В соответствии с нашей договоренностью ...; На основании распоряжения о...; Согласно протоколу о взаимных поставках...; Согласно спецификации ...;

– *цель*: В целях скорейшего решения вопроса...; В целях выполнения распоряжения...; Для согласования спорных вопросов ...; Для наиболее полного освещения деятельности Вашей организации в СМИ...; В ответ на Ваш запрос ...; Во избежание конфликтных ситуаций...;

– *варианты обращения*: «Уважаемый Игорь Леонидович!»; «Господин Зорин!»; «Игорь Леонидович!»; «Уважаемый г-н Зорин!»; «Уважаемые господа!» (используется, когда неизвестны имена получателей письма);

После обращения и приветствия большинство писем продолжают далее словами: «В связи с...; Согласно контракту от ... № ...; В

соответствии с...» и т. д.

– **извещение:** Сообщаем Вам, что...; Ставим Вас в известность...; извещаем, что...; Уведомляем и т.п.;

– **подтверждение:** Подтверждаем; Концерн... подтверждает получение...; Подтверждаем, что партия ТНП получена...;

– **заявление:** Заявляем...; Объявляем...;

– **просьбу, требование:** Пожалуйста, сообщите...; Просим оплатить в течение... банковских дней...; Мы будем благодарны, если Вы...; обращаемся к Вам с просьбой...; Прошу...; Приказываю...; Постановляю...; Настаиваем...;

– **обещание:** Гарантируем...; заверяем, обязуемся...;

– **напоминание:** напоминаем Вам, что...; по истечении ... срока предложение нашей фирмы теряет силу;

– **предложение:** предлагаем Вам...; Мы рады предложить Вам...; Мы уверены, что Вы заинтересуетесь...; Мы можем рекомендовать...; Мы уверены, что Вы заинтересуетесь...;

– **гарантию:** Оплату гарантирую...; Качество продукции наша фирма гарантирует...;

– **предупреждение:** Фирма оставляет за собой право обратиться..., если Вы...; задержка поставок может привести к...; данные Вами обещания, к сожалению, не выполняются, поэтому мы вынуждены...;

– **отказ:** к сожалению, Ваша просьба не может быть удовлетворена по следующим причинам...; к сожалению, удовлетворить Вашу просьбу в ближайшее время мы не можем...; к сожалению, мы не можем принять Ваше предложение из-за...;

– **отправку груза, документа:** Отправляем Вам...; Направляем Вам...; Высылаем Вам...;

– **приглашение:** Просим принять участие в...; Приглашаем Вас...; Мы рады пригласить Вас...;

Сюда же относятся **этикетные ритуальные формулы.**

Регламентированные письма сплошь состоят из клишированных, стандартных фраз, освоив которые можно составлять тексты различных писем. Петр Васильевич Веселов пишет, что весь процесс составления стандартного письма можно свести к выбору синтаксических конструкций, которые закреплены за формализованными аспектами содержания деловых ситуаций. Однако этот процесс не исключает и творческого поиска со стороны составителя: его задача – адекватно, уместно использовать унифицированные речевые средства.

Этикет делового письма

Этикетные формулы обязательны в оформлении делового письма. Они определяются жанром послания (письма-приглашения, письма-поздравления, письма-соболезнования) и в значительной мере носят условный, ритуальный характер. Еще А.С. Пушкин заметил в «Путешествии из Москвы в

Петербург»: «Мы всякий день подписываемся покорнейшими слугами, и, кажется, никто из этого еще не заключал, чтобы мы просились в камердинеры».

Деловые письма-приглашения и поздравления включают много этикетных фраз. Вместо этикетной рамки (слов приветствия и прощания) в деловых письмах используются обращения: *Уважаемый Николай Иванович! Уважаемый г-н Бобылев!* В конце письма перед подписью помещают заключительную формулу вежливости: *Искренне Ваш!; С уважением; С искренним почтением!; С наилучшими пожеланиями!; Заранее благодарны за ответ...; Надеемся, что наша просьба не будет для Вас затруднительной...; Мы рассчитываем на успешное продолжение сотрудничества...; Мы надеемся на Вашу заинтересованность в расширении связей... и т.п.*

За этими заключительными репликами вежливости следует **самоименование** должностного лица, подписывающего документ, и его подпись. В самоименование включаются указание на занимаемую должность и название организации, если письмо направляется не на бланке учреждения, в противном случае – только должность:

Начальник Главного (Подпись) *Е.Я.Коган*
Управления образования

Если письмо направляется от имени Ученого совета какого-либо научного заведения, самоименование представляет собой указание на ту роль, которую то или иное лицо выполняет в данном органе:

Председатель Ученого (Подпись) *П.Н. Сергеев*
совета института

Секретарь Ученого совета (Подпись) *Л. Д. Сухов*

Этикетные ритуалы, выраженные глаголами-перформативами, включены, как правило, в устойчивые выражения, как и остальные формулы речевого этикета: *Я (с удовольствием) приглашаю Вас принять участие в...; Благодарю Вас за участие...; Искренне благодарю Вас за...; Сердечно благодарю Вас за ...; Прошу Вас направить в наш адрес ...; Заверяю Вас в том, что мы приложим все усилия ...; Желаем Вам успехов и надеемся на будущее взаимовыгодное сотрудничество ...; С благодарностью подтверждаю получение от Вас ...;*

К этикетным ритуалам, используемым в деловых письмах, относятся – различные виды **похвалы**: *Вы проявили сердечное внимание к детям-сиротам и детям, оставшимся без попечения родителей...* (прямая похвала); *Учитывая Ваш большой вклад в развитие технического прогресса в*

промышленности... (косвенная похвала); Поскольку Ваша фирма является ведущим поставщиком компьютерной техники... (косвенная похвала)

выражение надежды, уверенности, благодарности в конце письма:
Выражаю надежду на...; Надеюсь на дальнейшие добрые и взаимовыгодные отношения...; Надеемся на скорейшее принятие решения ... Надеемся, что результатом переговоров станет долговременное и плодотворное сотрудничество наших предприятий...; Надеемся на дальнейшее плодотворное сотрудничество...; Желаем успехов и надеемся на будущее взаимовыгодное сотрудничество...; Надеемся, что наша просьба будет рассмотрена в ближайшее время...; Надеемся на скорейший ответ (решение нашего вопроса)...; Мы были рады получить Ваше письмо...; Большое спасибо за факс от 04.06.2010...; Подтверждаем с благодарностью получение Вашего письма...; Благодарю за...;

выражение поздравления, извинения, пожелания: *Примите наши поздравления ...; Желаем успехов в ...; Приносим извинения за... по поводу... и т.п.*

Вежливая форма **именования адресата** в деловой переписке предполагает использование местоимений «Вы», «Ваш» с прописной буквы: *Согласно Вашей просьбе высылаем Вам последние каталоги нашей продукции; В конце этого месяца мы с удовольствием воспользуемся Вашими услугами.*

Нельзя не учитывать эффективность этикетных формул, арсенал которых в русском речевом этикете очень велик. От тона письма во многом зависит успех дела.

Универсальным принципом использования этикетных средств является принцип вежливости, который выражается в рекомендациях, данных читателям в одном старом русском письмовнике и не утративших актуальности по сей день: «Первая обязанность пишущего – помнить свое собственное положение, знать положение лица, которому мы пишем, и представлять себе последнего так ясно, как будто мы стоим перед ним и разговариваем»¹. Это особенно важно в наши дни, когда официальная переписка начинает носить более личный и динамичный характер. Сегодня жанр деловой письменности требует от составителя не только стандартизации языковых средств, но и проявления собственной индивидуальности.

3.3. Структура делового письма

В письмах, факсах название вида документа не указывается. В заголовочной части письма печатаются следующие реквизиты: «дата», «номер (индекс)», «ссылка на номер и дату входящего документа», если письмо является ответом; «заголовок», изложенный одной фразой («О

¹ Письмовник / сост. Е.А. Крылов. – Москва, 1894. – С. 32.

чём?»)». Если в заголовочной части письма-ответа заполнен реквизит «ссылка на номер и дату входящего документа», то не следует повторять ссылку на документ в тексте письма.

В письмах должны быть правильно указаны составные части реквизита «адресат» (получателя письма): фирма; структурное подразделение; должность; фамилия; почтовый адрес получателя.

Если письмо направляется в дополнение к ранее посланному, то в нем следует указать номер и дату ранее посланного письма.

Текст письма должен быть лаконичным, последовательным, убедительным и корректным. Факты и события должны представляться объективно, а все стороны излагаемого вопроса должны освещаться с достаточной полнотой, кратко и ясно.

Регламентированные письма имеют четкую структуру и, как правило, состоят из двух частей: в первой, **вводной части** указываются цели отправителя, излагаются причины, вызвавшие составление письма, сопровождаемые ссылками на факты, даты, документы, например:

«В связи с тем, что при получении груза на станции «Марк» 26.01.2010 по накладной № 238864 в исправном вагоне с ненарушенными пломбами грузоотправителя при вскрытии ящика и проверке содержимого с участием представителя была установлена недостача:.... штук изделий на сумму.... (коммерческий акт от 26.01.95 N2 247)...».

На основании указанных целей и причин во второй, **основной части** письма делаются заявления, осуществляются речевые действия, формулируется его основная цель (предложение, отказ, просьба, гарантия и т. п.), например:

«На основании изложенного просим в течение 10 банковских дней перечислить указанную сумму на наш расчетный счет».

Другие образцы речевых действий, выражающихся в основной части письма: *Прошу прислать образцы товаров и прайс-листы ...; Просим рассмотреть наше предложение ...; Просим подтвердить получение груза ...; Предлагаем в счет взаимных поставок на... год ...; На основании предоставленного нам договором права мы настаиваем...; Направляем вам протокол согласований получение партии ТНП ...*

Письма по финансовым вопросам подписывает руководитель и главный бухгалтер фирмы. Письма, дающие какие-либо гарантии, имеющие юридические и финансовые последствия, заверяются печатью фирмы.

Образец делового письма:

АО «ПОЛЯНКА+»

Конфиденциально
Экз. № 1

113225, Москва
Ордынка, 34
р/с 0235467 в Конверсбанке
факс (095)236-15-19

Директору АО «ХРАСТ»
г-ну Траубе А.Г.
123100, Москва

07.01.2010 № 801-03-2
На №02-03-14 от 28.12.2010

Краснопресненская, 12

О возобновлении поставок ТНП

Климову В.Р.

Согласовать ассортимент с

заказчиком, отправить

партию ТНП № 9

21.01.2010

Траубе

15.01.2010

Уважаемый Альфред Генрихович!

Сообщаем Вам, что оплата партии ТНП № 8 была произведена нашей фирмой в день поступления товара в Москву. Для подтверждения оплаты направляем Вам копию платежного поручения от 27.12.2009 № 245.

Мы рассчитываем на продолжение нашего сотрудничества в ближайшее время.

Приложение: на 1 л.

С уважением,

Исполнительный директор

подпись

И.И. Антонов

PS. Мы готовы принять представителей Вашей фирмы и забронировали 2 номера в пансионате "Рублево" с 05.02.2010 по 17.02.2010.

Серова 235 17 19

КН 2 06.01.2010

Составлен в двух экз.: экз.:

Экз. № 1 – в адрес

Экз. № 2 – в деле 01-03

В дело 02 - 03

АО "ХРАСТ"

Отправлена партия № 9 21.01.2010

Дата 14.01.2010

Подпись

В.Р. Климов

22.01.2010

Вх. № 000009

А. Структура коммерческих писем

Запрос: Это коммерческий документ, который представляет собой обращение лица (организации), желающего заключить сделку, с просьбой представить необходимую информацию о товаре (услугах) и/или направить предложение на поставку (продажу) товара или предоставление услуг.

В запросе обычно указывается, какой товар хотел бы приобрести покупатель и на каких условиях. Таковыми являются количество и качество товара, его марка, модель, цена, сроки поставки и средства транспортировки.

Письмо-запрос обычно состоит из двух частей. В первой части в повествовательной форме излагается существо вопроса; во второй части ставятся вопросы, на которые ожидается ответ адресата. Запрос должен быть кратким. В нём необходимы ссылки на нормативные документы, достигнутые договорённости, прежние письма.

Языковые конструкции письма-запроса: *В соответствии с нашей договорённостью... Вашей рекламой... нашим телефонным разговором...; Просим..., обращаемся с просьбой выслать нам предложение на поставку...; Мы заинтересованы в срочной поставке...; Мы хотели бы знать, в какой срок и по какой цене Вы можете поставить товар...; Желательно, чтобы поставка была осуществлена в течение...*

Образец письма-запроса:

*Штамп торговой фирмы
(её наименование, адрес,
Телефон, расчётный счёт,
Дата)*

*Директору обувной фабрики
г-ну Петрову В.В.
103257, Москва,
Флотская, 26*

О посылке каталогов

В целях ознакомления с ассортиментом выпускаемой Вами продукции просим направить нам каталоги женской обуви с указанием размера отпускных цен.

Директор

подпись

И.П. Васильев

Ответ на запрос составляется в том случае, если продавец не может сразу выслать покупателю предложение. В зависимости от ситуации ответ может содержать следующую информацию: о принятии запроса к рассмотрению; о выяснении возможности поставки товара, интересующего покупателя; об отказе поставить товар и объяснение причин отказа; об изменении условий запроса (сроков поставки, количества товара и т.д.); об обещании направить предложение на поставку товара, интересующего покупателя.)

Письмо-ответ может оформляться трафаретно или как обычное письмо.

Образец письма-ответа 1:

Уважаемые _____
Мы признательны за запрос от _____ на
поставку

_____ (наименование товара)

В настоящее время мы выясняем возможности поставки интересующего вас товара.

Образец письма-ответа 2:

Уважаемые господа!

Мы благодарим вас за запрос от _____ на поставку изделий нашего предприятия (наименование товара).

Однако мы вынуждены внести некоторые изменения в условия поставки. В связи с увеличением цен на бензин стоимость транспортировки возрастёт на (% , сумма)

Просим сообщить в ближайшее время, согласны ли вы с изменившимися условиями поставки товара.

Коммерческий директор

Предприятия

подпись инициалы, фамилия

Языковые конструкции отказа: *К сожалению, мы не можем ответить на Ваш запрос положительно...; Мы приняли к рассмотрению Ваш запрос и просим вернуться к нему...; В настоящее время мы не имеем возможности сделать Вам конкретное предложение на поставку...*

Предложение (оферта): Это коммерческий документ, который представляет собой заявление продавца, экспортёра о желании заключить сделку с указанием её конкретных условий.

Предложение называется **твёрдым**, если оно делается одному покупателю на конкретный товар с указанием срока действия предложения. Неполучение от покупателя ответа в указанный срок считается отказом и освобождает продавца от сделанного предложения. Предложение считается **свободным**, если оно делается не одному покупателю и без обязательств со стороны продавца (например, реклама).

Реквизиты оферты: (1) наименование вида документа; (2) указание его номера; (3) текст предложенич; (4) сведенич о транспортировке; (5) условия поставки; (6) условия платежа; (7) количество и род упаковки; (8) подпись экспортёра.

Языковые конструкции письма-предложения: *В ответ на Ваш запрос...; Ссылаясь на предварительные переговоры... мы предлагаем Вам поставить... отправить... отгрузить на указанных ниже условиях...; в счёт взаимных поставок...; в количестве (тонн, центнеров, единиц)...*; Качество

товара соответствует действующим стандартам, приложенному сертификату, образцам, высланным Вам ранее...; Цена... составляет...; Товар будет поставляться..., поставка товара будет произведена в течение...; Платёж производится через банк... ; наличными...; При предъявлении счёта и транспортных документов...; сроки платежа...; Настоящее предложение действительно до _____ с.г.

Образец письма-предложения:

(трафаретное письмо)

Благодарим Вас за запрос от _____ и сообщаем, что можем

Предложить Вам _____ в количестве _____
(наименование товара)

Качество –

Упаковка –

Цена –

Срок поставки –

Условия платежа –

Настоящее предложение действительно до _____

С уважением

Подпись

Ответ на предложение может содержать согласие на условия предложения или отказ от предложения.

Если покупатель согласен со всеми условиями предложения и подтверждает это продавцу, сделка считается заключённой. После этого заключается контракт и выполняется заказ. В таком случае следует трафаретный ответ:

Уважаемые _____!

Благодарим за Ваше предложение от _____ на _____
_____ и сообщаем, что согласны закупить у Вас

(наименование товара)

товар на следующих условиях:

Количество –

Качество –

Цена –

Маркировка –

Условия поставки –

Условия платежа –

Сроки поставки –

Арбитраж –

В ближайшее время вышлем Вам для подписания наш контракт.

Подпись

Если покупатель не согласен с какими-либо условиями предложения или не заинтересован в предлагаемом товаре, он отклоняет предложение. В таком случае между продавцом и покупателем устанавливается длительная переписка или ведутся переговоры для достижения договорённости.

Письма при этом могут оформляться следующим образом:

Образец 1:

Уважаемые _____!
С благодарностью подтверждаем получение Вашего предложения от _____ на _____
(наименование товара)
В ближайшее время сообщим наше решение о возможности закупки предлагаемого Вами товара.
С уважением _____ Подпись _____

Образец 2:

Уважаемые _____!
Подтверждаем получение Вашего предложения от _____
На _____ и сообщаем, что в настоящее время в связи с изменившимися обстоятельствами мы не имеем возможности закупить этот товар.
С уважением.....Подпись _____

Рекламация (претензия) – коммерческий документ, в котором содержится претензия к стороне, нарушившей принятые на себя по контракту обязательства, и требование возмещения убытков.

Рекламация обычно состоит из трёх частей: (1) основания для предъявления претензии; (2) доказательства (акт экспертизы, акт приёмки и т.д.); (3) конкретные требования стороны, предъявляющей претензию (например, замена некачественного товара качественным, уценка и т.д.).

Языковые конструкции для выражения рекламации: Мы официально заявляем Вам рекламацию на... Наши клиенты заявили рекламацию...; К сожалению, мы должны поставить Вас в известность, что...; К сожалению, условия нашего контракта не выполняются...; При приёмке товара были обнаружены следующие недостатки...; При вскрытии ящиков оказалось, что количество товара не соответствует заявленному в накладной...; Была обнаружена недостача...; Сумма причинённого ущерба составляет...; Это даёт нам право вернуть товар обратно, потребовать возмещения убытков, обратиться в арбитражный суд...; Надеемся, что Вы с должным вниманием отнесётесь к нашей рекламации и незамедлительно

сообщите нам о своём решении.

Образец рекламации:

Штамп фирмы
«Прогресс»

(Наименование зарубежной
фирмы)

О возмещении убытков

26.03.2010 Ваша фирма отгрузила хлорную известь по ж.-д. накладной 248 в количестве 250000 кг по счёту № 86-516, который был нами оплачен в полной сумме.

При проверке вагона на погранстанции было обнаружено 70 дефектных мест, которые были нами возвращены, о чём свидетельствует коммерческий акт № 226695/289.

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

Приложение: коммерческий акт № 226695/289.

Директор

(подпись)

инициалы, фамилия

Ответ на рекламацию может быть различным, в зависимости от решения принявшей претензию стороны: (1) претензия признаётся справедливой и удовлетворяется полностью; (2) претензия принимается к рассмотрению – решение по ней пока не принято; (3) претензия признаётся справедливой частично; (4) претензия отклоняется полностью.

Языковые конструкции, применяемые в ответе на рекламацию: *Ваша рекламация от... получена. В удовлетворение Вашей претензии переводим на Ваш счёт сумму...; Подтверждаем получение Вашего письма и сообщаем, что рекламация принята к рассмотрению...; Сообщаем, что недостающее количество товара будет отправлено Вам... Однако мы не сможем согласиться с Вашим требованием оплаты неустойки...; Ваша претензия признана необоснованной...; Вашу претензию мы удовлетворить не можем, так как...*

Ответ оформляется как обычное письмо:

Уважаемые _____!

Ваше письмо № _____ от _____ нами получено. Вы обращаете наше внимание на нарушение сроков поставки холодильного оборудования по контракту № _____.

Заверяем Вас, что мы принимаем действенные меры по ускорению отгрузки оборудования. О дате отгрузки сообщим Вам по телефону.

С уважением

Подпись

В отличие от регламентированных деловых писем **нерегламентированные** деловые письма не имеют жесткой текстовой структуры, в них реже используются стандартные фразы.

Однако было бы неверно полагать, что язык нерегламентированных писем вовсе не содержит элементов стандартизации. Стандартные словосочетания (термины, номенклатурные знаки, устойчивые обороты) используются и в нерегламентированных письмах. К ним относятся инструктивные письма, письма-объяснения, рекомендации, а также рекламные письма – письма-презентации, письма-объявления, предложения, представления).

Вообще же язык нерегламентированных писем отличается от языка регламентированных писем включением значительного пласта общелитературной лексики, большей вариативностью синтаксических конструкций высказывания, т.е. большей свободой в реализации замысла

Свободное владение деловым письмом – умение четко изложить суть вопроса, положение дел, однозначно сформулировать предложение, просьбу, требование, убедительно обосновать свои выводы – входит в число приоритетных профессиональных навыков делового человека.

В. Организационно-распорядительная документация

Организационно-распорядительные документы являются центром деловой письменности. Они ярче всего демонстрируют все особенности официально-делового стиля в жанрах приказа, докладной записки, служебной записки, заявления, распоряжения, должностной инструкции, объяснительной записки и т.п.

Особенность этих документов заключается в том, что они пишутся по строгой форме. Форма документа или формуляр представляет собой совокупность и последовательность расположения реквизитов и значимых частей текста. Она разрабатывается и утверждается в виде государственного стандарта (ГОСТ). Сборники «Система организационно-распорядительной документации. Требования к составлению и оформлению документов» регулярно переиздаются.

Опорными словами, определяющими конструкцию центральной фразы документа, как и в деловой переписке, в жанрах ОРД являются глаголы-перформативы: «Предлагаю», «Обязываю», «Приказываю», «Постановляю» и т.д. Они определяют жанр и тональность документа.

Среди перечисленных жанров распорядительных документов предприятия самым распространенным является приказ.

Приказ – правовой акт, издаваемый руководителем органа управления для решения оперативных задач по основной деятельности предприятия (организации работы предприятия, вопросы финансирования, планирования, отчетности, снабжения, реализации продукции и т.п.) и по личному составу.

Подготовка приказа включает следующие стадии: изучение существа вопроса и сбор необходимых сведений; подготовка проекта приказа; согласование проекта; подписание руководителем.

Проекты приказов готовятся специалистами предприятия по поручению руководителя.

Приказы оформляются на бланке предприятия для внутренних документов.

Текстовая организация приказа во многом сходна с текстовой организацией регламентированного письма.

Приказ, как и деловое письмо, имеет заголовок («О реорганизации предприятия», «Об изменении графика работы», «Об изменении оплаты отпусков», «О приеме на работу»). Заголовок располагается в левом верхнем углу.

Текст приказа, как и любого жанра ОРД, состоит из двух частей – констатирующей и распорядительной. Приказы по личному составу могут не иметь констатирующей части.

Как и в деловом письме, в первой части указываются основания для составления документа. Основанием для приказа могут служить:

- нормативные документы государственных органов (правительства, налоговой инспекции, органов местного самоуправления);
- решения Совета директоров, общих собраний акционеров;
- производственная необходимость.

Помимо основания в констатирующей части излагают цели и задачи предписываемых действий.

Констатирующую часть приказа опускают, если причина издания приказа очевидна и не нуждается в разъяснении.

Во второй части приказа, распорядительной, начинающейся со слова «Приказываю», указывают сначала адресата: «кому?» – конкретному исполнителю, структурному подразделению. Должностное лицо может быть указано в качестве исполнителя только в том случае, если исполнение действия предписывается конкретному лицу, в этом случае приводят полное наименование должности исполнителя.

Далее – «что сделать?» – указывается конкретное действие, выраженное инфинитивной конструкцией;

Далее «до какого числа?» – указываются сроки исполнения приказа в форме словосочетания в родительном падеже.

Если срок исполнения не указывается, поручение носит постоянный характер.

Если поручений несколько и они включают различные по характеру действия, текст приказа дробится на пункты и подпункты, которые нумеруют арабскими цифрами и пишут с красной строки.

В последнем пункте распорядительной части приказа указывается лицо или структурное подразделение, на которое возлагается обязанность контролировать ход выполнения приказа и ответственность за его исполнение.

Как и тексты договоров и деловых регламентированных писем, тексты приказов, распоряжений, постановлений сплошь состоят из клишированных фраз.

В констатирующей части:

Во исполнение постановления... № ...

В соответствии с разделом II части I ГК РФ от 21.10.94 г., на основании представленных документов...

В связи с возникшими финансовыми трудностями...

В связи с производственной необходимостью...

В связи с реорганизацией отдела инвестиций

В распорядительной части:

Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на...

Срок исполнения до...

Образец приказа:

ЗАО "АКРУС"

ПРИКАЗ

09.01.2010 №1

Об изменении графика работы

В связи с производственной необходимостью и на основании докладной записки нач. отдела Орлова В.И. от 08.01.2010

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Начальнику технического отдела Волкову М.И. организовать работу отдела в субботние дни в период с 10.01.2010 по 10.02.2010.

2. Гл. бухгалтеру Словину О.Б. подготовить предложения по оплате сверхурочных дней до 15.01.2010.

3. Гл. инженеру Зимину В.И. организовать контроль за исполнением приказа.

Генеральный директор подпись Г.К. Лан

По этой же схеме составляются тексты распоряжений, решений и постановлений, Меняется лишь реквизит «название вида документа» и в распорядительной части вместо слова «ПРИКАЗЫВАЮ» употребляются слова «ПРЕДЛАГАЮ» или «ОБЯЗЫВАЮ» для распоряжений, «РЕШИЛ» или «РЕШИЛИ» для решений, «Постановляю» для постановлений.

Распоряжение – это акт волеизъявления не администрации предприятия в целом, а его подразделения, поэтому оно издается (подписывается) не первым руководителем предприятия, а руководителями отдельных служб, цехов, отделов и только в тех случаях, когда это предусмотрено отдельными положениями.

Распоряжения издаются, как правило, по оперативным административно-хозяйственным вопросам руководителем предприятия или его заместителями.

Образец распоряжения:

ОАО «ЭРМОН» РАСПОРЯЖЕНИЕ

07.08.95 № 23

Об отпуске товаров торговому дому «Русь»

В соответствии с заключённым контрактом от 01.06.2010 № 3/128

ОБЯЗЫВАЮ:

Зав. складом Елисеева О.Б. отпустить менеджеру торгового дома «Русь» Корневу А.И. ТНП в следующем ассортименте

<i>№№ Специфи- кации</i>	<i>Наименование товара и ассортимент</i>	<i>Количество</i>			<i>Цена</i>	<i>Сумма</i>
		<i>Счётом шт.</i>	<i>Мерой м</i>	<i>Весом кг</i>	<i>руб /\$</i>	<i>руб /\$</i>
<i>17.</i>	<i>Газовые плиты «ARISNON» (Al 1248 CTX)</i>	<i>10</i>	<i>—</i>	<i>—</i>	<i>\$ 580</i>	<i>\$ 5800</i>
<i>28.</i>	<i>Кухонные комбайны</i>	<i>50</i>	<i>—</i>	<i>—</i>	<i>\$ 190</i>	<i>\$ 950</i>
<i>34.</i>	<i>Холодильники «CANDI»</i>	<i>5</i>	<i>—</i>	<i>—</i>	<i>\$ 860</i>	<i>\$ 4300</i>
<i>41</i>	<i>Стиральные машины «INDESIT»</i>	<i>10</i>	<i>—</i>	<i>—</i>	<i>\$ 860</i>	<i>\$ 8600</i>
	<i>Итого</i>	<i>75</i>				<i>\$ 19650</i>

*Директор
Главный бухгалтер*

*подпись С.И. Ильин
подпись И.В. Борисова*

Решение представляет собой документ коллегиального органа (совета директоров, общего собрания и т. п.), составляемый по производственным вопросам, и как вид документа в практике работы предприятий используется всё реже.

Образец решения:

*ЗАО "Российская пушнина" Совет
директоров*

РЕШЕНИЕ
*07.04.2010 № 5
Москва*

О подготовке к пушному аукциону в

Санкт-Петербурге

На основании координационного плана от 03.01.2010 Совет директоров ассоциации "Российская пушнина"

РЕШИЛ:

1. Назначить ответственным представителем ЗАО на аукционе Васильева А.Д.

2. Васильеву А.Д. подготовить предложения по составу делегации и представить на рассмотрение Совету до 15.04.2010.

3. Смирнову Л.В. подготовить уточненный ассортимент пушных изделий, пользующихся наибольшим спросом, и представить на рассмотрение Совету до 15.04.2010.

Председатель Совета

подпись

А.Л. Шилов

Члены Совета

подпись

М.А. Горбунов

подпись

А.С. Шумов

Постановление – это заключительная часть протокола заседания коллегиального органа. Эти постановления включаются в протокол или прилагаются к нему. Распорядительная часть начинается со слова «Постановляю», «Постановляет». В каждом пункте постановления перечисляются предписываемые действия, исполнители и сроки исполнения. Датой постановления является дата заседания коллегиального органа. *Разновидностью постановления является решение.*

Схема оформления большинства организационно-распорядительных документов достаточно типична и строится по формуляру-образцу. Оформляющая часть практически во всех документах одинакова. Отличаются только заголовочные части внутренних и внешних документов. Во внешних документах обязательно следует указывать юридический адрес предприятия, на внутренних документах он не указывается.

Протокол – документ, фиксирующий ход обсуждения вопросов и принятия решений на собраниях, совещаниях, заседаниях. Протокол ведется во время заседания секретарем, который конспектирует (стенографирует) или записывает на диктофон выступления участников заседания.

По полноте освещения хода заседания протоколы могут быть *полными* и *краткими*.

Оформление *полного протокола* имеет ряд особенностей. Он составляется на бланке для внутренних документов или на чистом листе

бумаги, на котором указывается наименование предприятия. Далее указываются следующие реквизиты: вид документа, дата, номер и заголовок. Датой протокола является день проведения заседания, а номером протокола – порядковый номер заседания коллегиального органа (с начала года).

В заголовке протокола указывается название коллегиального органа, например: ПРОТОКОЛ... заседания Совета директоров.

Текст протокола состоит из двух частей: вводной и основной.

Вводная часть оформляется в следующей последовательности:

Председатель – инициалы и фамилия;

Секретарь – инициалы и фамилия;

Присутствовали – инициалы и фамилии присутствующих сотрудников предприятия в алфавитном порядке, затем должности и фамилии приглашенных. Если присутствующих более 10, то указывается их общее количество;

Повестка дня содержит вопросы, вынесенные на обсуждение. Каждый пункт повестки дня нумеруется, записывается с новой строки и отвечает на вопрос «о чем?», например:

1. Об итогах работы предприятия за первое полугодие 2010 г.

Основная часть протокола состоит из разделов, соответствующих пунктам повестки дня. Текст каждого раздела строится по схеме:

СЛУШАЛИ:...

ВЫСТУПИЛИ:...

ПОСТАНОВИЛИ (РЕШИЛИ).

После двоеточия на следующей строке с абзаца пишутся фамилии и инициалы выступавших и через тире – краткое изложение текста выступления.

Если после выступления или в ходе обсуждения задавались вопросы, они должны быть зафиксированы в протоколе вместе с ответами. Записи делаются в краткой, лаконичной форме.

Постановление (решение) указывается в протоколе полностью, т. к. является наиболее важной его частью. Текст постановления строится по образцу распорядительной части приказа.

В кратком протоколе указываются только рассмотренные вопросы, фамилии тех, кто участвовал в обсуждении, и принятые коллективные решения. Однако, по усмотрению председателя, особые мнения или важные выступления могут быть внесены в краткий протокол полностью.

Протокол подписывается председателем и секретарем.

К нему подшиваются представленные материалы: справки, доклады, проекты и т. д.

Решения, принятые на заседании, доводятся до сотрудников предприятия в виде копии самого протокола или выписки постановляющей части из него, либо в виде других распорядительных документов: приказов, решений, составленных на основании протокола.

Форма полного протокола:

*АО "Реал-контракт
ПРОТОКОЛ
09.09.2010 №21
заседания Совета директоров*

*Председатель: А.Р. Серов
Секретарь: И.В. Розова
Присутствовали: А.В. Громов, И.С. Караев, М.И. Шувалов, М.А. Яров.*

Повестка дня:

- 1. Об организации филиала предприятия в г. Дубне. Докладчик А.В. Громов;*
- 2.*

1. СЛУШАЛИ:

Ярова М.А. – краткое изложение содержания выступления.

ВЫСТУПИЛИ:

*Караев И.С. – изложение содержания выступления или вопроса.
Громов А.В. – изложение содержания выступления или вопроса.*

ПОСТАНОВИЛИ. В. Громова до 15.09.2010 (отв. И.С. Шувалов)

2. СЛУШАЛИ:

(пункт 2 оформляется так же, как пункт 1)

Председатель _____ *подпись* _____ *А.Р. Серов*

Секретарь *подпись* *И.В. Розова*

Форма краткого протокола:

АО "Статус"

ПРОТОКОЛ

*12.07.2010 № 4
общего собрания коллектива*

*Председатель: Л.И. Соколов
Секретарь: А.Р. Саркисова*

Присутствовали 28 сотрудников.

Приглашенные: зам. директора АО "Интур" О.Б. Лан.

Рассмотренные вопросы:

1. Об организации летнего отдыха сотрудников. (Выступили Грачев И.В., Каршин А.И., Лан О.Б.).

2. О переходе на новую систему премирования (Выступили Словин Н.И., Шмелев А.Н.).

Принятые решения:

1.Подготовить документы для организации семейных туров по нашей стране и за рубежом до 21.07.2010 (Отв. Н.И. Крон).

2.Перейти на новую систему премирования с 01.07.2010 (Отв. А.В. Васильев).

Председатель подпись

Л.И. Соколов

Секретарь подпись

А.Р. Саркисова

Акт — документ, составленный несколькими лицами и подтверждающий факты, события.

Акты составляются в самых различных ситуациях и поэтому имеют много разновидностей: акт приема работ по контракту; акт приема-передачи документов; акт списания материалов, коммерческий акт и т. д.

Акты составляются комиссией, постоянно действующей или назначенной по указанию руководителей.

Акты оформляются на общем бланке, если являются внутренними документами фирмы. Если акт является внешним документом, то он должен содержать юридический адрес фирмы.

Во вводной части акта указывается основание его составления. Это может быть ссылка на документ, на устное распоряжение руководства, на какие-либо факты, события, действия.

Далее указывается состав комиссии: инициалы и фамилия председателя, инициалы и фамилии членов комиссии в алфавитном порядке. При необходимости указываются должности, инициалы и фамилии присутствующих.

Акт может иметь заголовок, например, «Акт о недостатке ТНП» или «Акт приёма-передачи документов с грифом «Конфиденциально»

В основной части акта излагаются цели, задачи и содержание проведённой работы, её результаты (выводы, заключения, предложения). В конце текста могут быть указаны сведения о количестве экземпляров и о месте их нахождения.

Акт подписывается председателем и членами комиссии.

Для ряда актов (по материальным, финансовым и др. важным вопросам) необходимо утверждение руководителем предприятия и заверение печатью, после чего они приобретают юридическую силу.

Особую группу образуют коммерческие акты, устанавливающие факты повреждения, порчи или недостачи груза, иных нарушений правил транспортировки. Коммерческий акт составляется на типографском бланке установленного образца, заполняется без помарок, подчисток или зачеркиваний. Все дополнения и исправления в коммерческом акте должны быть оговорены и заверены подписями двух сторон (грузополучателя и должностного лица, ответственного за перевозку груза).

Образец акта:

*АО «ИНФАКАП»
Отдел рекламы*

*Утверждаю
Директор
Подпись Г.К. Белозёров
22.12.09*

АКТ

*21.12.09 № 7
Приёма-передачи ПЭВМ*

Основание: докладная записка нач. отдела 12 Правова И.С. от 20.12.09.

Комиссия в составе председателя И.С. Правова и членов: О.Б. Славина и И.В. Орлова составили акт приема-передачи ПЭВМ PS\1 486 D-33 инв. № 21 из отдела рекламы в отдел 12.

ПЭВМ признана пригодной для эксплуатации и полностью укомплектованной (процессор, клавиатура, дисплей, принтер).

ПЭВМ признана пригодной для эксплуатации и полностью укомплектованной (процессор, клавиатура, дисплей, принтер).

ПЭВМ передаётся отделу маркетинга на срок выполнения работ по контракту № 22/47.

*Председатель комиссии
Члены комиссии*

*подпись И.С. Правов
подпись И.В. Орлов
подпись О.Б. Славин*

Докладная записка – документ, адресованный руководителю предприятия (реже – вышестоящему органу), содержащий изложение какого-либо вопроса с выводами и предложениями.

Докладная записка составляется в случае необходимости решения внутрикорпоративных вопросов – поставить руководителя в известность о каких-либо фактах, событиях – и может содержать предложения или просьбу составителя по излагаемому вопросу.

Докладная записка должна иметь заголовок к тексту, раскрывающий ее содержание. В первой части текста излагаются факты или события, послужившие поводом к написанию докладной записки. Вторая часть должна содержать выводы и предложения о конкретных действиях, которые по мнению составителя, необходимо предпринять в связи с изложенными фактами.

Внутренние докладные записки должны быть подписаны составителем (автором).

Докладные записки (внешние), направляемые и вышестоящие органы, должны быть подписаны руководителем предприятия. Датой докладной записки считается дата ее подписания,

В докладной и служебной записках информация часто представляется в виде придаточных предложений, вводимых союзом *что* – «Довожу до Вашего сведения, что...»; «Считаю, что...» – а просьба выражается с помощью производного предлога *причины в связи* и глагола повелительного наклонения *прошу*.

Образец докладной записки:

ООО "Ченелл и С"
Отдел рекламы
ДОКЛАДНАЯ ЗАПИСКА

Директору фирмы
Гущину А.В.

Резолюция руководителя

07.04.2010

*О дополнительном финансировании
заказа № 174/15*

В связи с ростом цен на полиграфические услуги во II квартале 2010 г. и изменением сметы затрат прошу выделить дополнительно _____ млн. руб. для завершения работ по заказу № 174/11.

Начальник отдела

подпись

И.Р.Логинов

Отметка о направлении в дело.

Справка – это документ, содержащий описание и подтверждение фактов, событий.

В делопроизводстве предприятия чаще всего составляются справки, подтверждающие работу и оплату труда сотрудников. Руководство предприятия обязано выдавать по просьбе сотрудника справку о работе в

данной организации с указанием специальности, должности, квалификации, времени работы и размера заработной платы (статья 40 КЗОТ РФ).

Для удобства оформления можно подготовить справки формализованного вида на бланках формата А5, имеющих адресные данные предприятия и трафаретный текст.

Справки начинаются с указания в именительном падеже фамилии, имени и отчества (полностью) лица, о котором даются сведения, его должности, зарплаты.

В правом верхнем углу указывается место предоставления справки в именительном падеже, например, 128 отделение милиции; школа № 21.

На справке должна обязательно стоять дата ее подписания. В тех случаях, когда ведется учет выдачи справок по журналу, ставят порядковый номер справки рядом с датой. Составляют подобные справки в одном экземпляре.

Одним из вариантов справки является справка, составляемая по запросу руководства и содержащая информацию по производственной тематике, например, справка о динамике роста себестоимости продукции за квартал. Такие справки могут быть внутренними и внешними документами. Справки, предназначенные для руководителя предприятия и не выходящие за его пределы, составляет и подписывает исполнитель (составитель).

Справки, составляемые по запросу внешних организаций, должны быть подписаны руководителем предприятия. Такая справка должна иметь заголовок к тексту, раскрывающий ее содержание и указывающий дату или период времени, к которому относятся сведения, изложенные в справке.

Если необходимо включить в справку сведения по нескольким вопросам, текст ее делится на разделы, количество которых определяется количеством освещаемых вопросов. Разделы должны иметь заголовки и нумерацию арабскими цифрами. Текст справки, имеющий цифровые показатели, может быть оформлен в виде таблицы.

Справки по производственной тематике составляются в двух экземплярах, один из которых направляется адресату, второй – подшивается в дело. При наличии в справке сведений финансового характера она подписывается руководителем, главным бухгалтером и заверяется печатью.

Образец справки:

Эмблема АО
АО "КОНТУР"
Юридический адрес

Школа № 1236

СПРАВКА
00.00.00 №

Орлов Игорь Николаевич работает дизайнером отдела рекламы АО "КОНТУР" с окладом 25000 (Двадцать пять тысяч) рублей.

Директор

подпись

И.О. Фамилия

Главный бухгалтер

подпись

И.О. Фамилия

МП

С. Личные документы

В случае необходимости персонального обращения с просьбами, жалобами, ходатайствами и т.д. к руководству предприятия или в государственные учреждения составляются документы личного характера, когда автором документа является его составитель. К таким документам относятся:

- заявление;
- резюме;
- автобиография;
- расписка
- доверенность (личная)

Текст их может быть произвольным, но такие реквизиты, как название вида документа, дата, подпись должны быть обязательно.

Заявление – документ, содержащий просьбу или предложение лица (лиц), адресованный должностному лицу или организации. Заявление должно иметь следующие реквизиты: название вида документа, дату, адрес (кому), текст, подпись.

Некоторые заявления могут быть унифицированы и представлены в виде бланков, например, заявление об увольнении.

Образец заявления об увольнении:

Структурное подразделение

Генеральному директору

А.О. «Феликс»

Орлову А.И.

ЗАЯВЛЕНИЕ

00.00.00

Прошу уволить меня _____ —

(причина увольнения)

_____ с _____ -

(дата увольнения, предлагаемая заявителем)

Должность
Фамилия

подпись

И.О.

В дело № _____

Издан приказ от ___ № ____.

Инспектор подпись И.О. Фамилия

Резюме – документ, содержащий краткие сведения биографического характера, предоставляемый лицом при трудоустройстве в коммерческое предприятие, чаще всего в иностранную фирму.

Написание резюме – творческий процесс, поэтому для резюме не существует единого стандарта или жёстких требований. Главная задача при составлении резюме – как можно более выигрышно (и в то же время предельно объективно) представить себя и свою рабочую биографию. Очень важно уметь выделить из собранной персональной информации ту, которая непосредственно относится к выбранной работе, – это касается и образования, и опыта работы, и личных качеств, и характеристики дополнительных навыков.

Говоря об информативности резюме, специалисты отмечают, что слишком долгий, однообразный перечень мест работы с сопутствующими датами и названиями организаций может произвести неблагоприятное впечатление на потенциального работодателя. У него может сложиться впечатление, что претендент не слишком гибок, а потому не надёжен в плане профессиональной пригодности. Поэтому рекомендуют не указывать каждую ступень своей карьерной лестницы, а просто подытожить общий стаж работы в сопоставимых должностях. Например:

– Работал технологом в течение десяти лет на машиностроительных предприятиях;

– В 2002 – 2009 г.г. – мл. экономист, экономист, ст. экономист костромского завода «Алюпласт».

Стандартный набор реквизитов резюме: название вида документа; дата; далее указываются фамилия, имя, отчество, должность и почтовый адрес претендента, телефон; потом следуют текст и подпись. Итак, **приблизительная структура резюме:**

Заголовок. Следует знать, что в последнее время слово резюме перестало употребляться в качестве заголовка (хотя это и не воспрещается). Вместо него указывают фамилию, имя и отчество, дату и место рождения претендента. Фамилию рекомендуют печатать заглавными буквами, чтобы она хорошо читалась. Далее, слева: домашний адрес, телефон, адрес в электронной почте (e-mail); справа – адрес организации, учебного заведения, где в данный момент работает или учится соискатель; его служебный телефон; время, удобное для связи.

Наименование вакансии должно точно совпадать с указанным в объявлении. Размещается через интервал после персональных данных.

Основной текст резюме состоит из следующих разделов:

- персональные данные;
- цель трудоустройства (какую именно работу или должность хотел бы получить претендент);
- образование (перечисление в обратной хронологической последовательности, начиная с последнего места учёбы);
- опыт работы (краткое описание характера работы с указанием занимаемых должностей и дат).

Дополнительная информация: конкретные навыки, имеющие отношение к профессии, работа в общественных организациях; сведения об опыте внештатной работы, мероприятиях по профессиональной переподготовке и т.д. Размещается интервалом ниже основного текста.

Прочая информация. Указываются конкретные сведения об имеющихся сопутствующих знаниях и навыках (иностранные языки, наличие опыта зарубежных поездок, владение компьютером, навыки вождения автомобиля и т.д.); содержание раздела следует интервалом ниже дополнительных сведений.

Иная вспомогательная информации (раздел не является обязательным). Содержание зависит от характера и некоторых специфических условий работы: здесь претендент может указать свои профессиональные и личностные качества.

Рекомендации (сведения о рекомендациях). При наличии письменных рекомендаций они прилагаются к резюме. В другом варианте можно написать: «Рекомендации имеются и при необходимости могут быть представлены». Раздел размещается на интервал ниже вспомогательной информации. Если рекомендации прилагаются к резюме, об этом необходимо указать в примечании.

Образцы резюме:

РЕЗЮМЕ

00.00.00

Орлов Игорь Сергеевич

Инженер-математик

127321, Москва

Руставели. 34

тел. 957-01-09

Орлов И.О., 1960 г. р., постоянно проживаю в г. Москве, женат, имею сына.

В 1994 г. я прошел профессиональную подготовку по курсу «Компьютерный дизайн» и получил сертификат в Международном Союзе ОРТ. В 1992 г. повышал свою квалификацию в фирме "ДЕЛЕКОМ" по курсу "Язык программирования Turbo C". В 1982 г. закончил факультет АСУ Московского экономико-статистического института по специальности инженер-системотехник.

С 1982 по 1993 гг. работал в фирме «КАСКАД», где в качестве программиста занимался разработкой прикладных программ целевого назначения.

С 1993 по 1995 гг. работал на предприятии «Элит», где занимался изготовлением компьютерной и видеорекламы, поставками вычислительной техники.

Я хотел бы предложить свои услуги в качестве ведущего специалиста по созданию компьютерной и видеорекламы, организовать работы по реализации новых идей в области компьютерной графики и монтажа. Я имею опыт в управлении разработками программ, хорошо срабатываюсь с людьми.

Свободно владею английским языком.

В 1993 г, в издательстве МГУ выпустил учебное пособие «Практикум по программированию на языке Турбо-Паскаль». В 1994 г. работал преподавателем инфотехнологии в школе «Суперреферентов».

По требованию могу представить необходимые рекомендации.

Подпись И.С. Орлов

Типовой образец резюме:

ФИЛИППОВА Ирина Николаевна

Род. в г, Калуге 3 октября

1976 г.

Домашний адрес:

Домашний телефон:

E-mail address:

Адрес учреждения:

Рабочий телефон:

Позиция: логопед в образовательном учреждении

Сведения об образовании и имеющемся опыте работы:

Московский государственный открытый педагогический университет им. М.А. Шолохова, дефектологический факультет, студентка заочного отделения – сентябрь 2000 – настоящее время.

Калужский государственный педагогический университет им. К.Э. Циолковского, факультет дошкольной педагогики и психологии 1994-1998.

Работаю воспитателем в дошкольном образовательном учреждении № 40 г. Калуги.

Стаж работы – 5 лет.

Дополнительные сведения

Имею опыт работы в логопедической группе дошкольного учреждения.

Прочие сведения

Окончила педагогический университет с отличием. Пользователь ПЭВМ (владею программами Word, Excel).

Интересы, склонности: увлекаюсь психологией.

Иная вспомогательная информация: По характеру общительна, коммуникабельна, доброжелательна. К порученному делу отношусь ответственно.

Сведения о рекомендациях: Рекомендации имеются и при необходимости могут быть представлены.

«...» июня 2003 года _____ подпись _____ Филиппова И.Н.

Автобиография – документ, в котором работник собственноручно в произвольной форме (без исправлений и помарок) даёт краткое описание в хронологической последовательности этапов своей жизни и трудовой деятельности.

Автобиография имеет следующие реквизиты: название вида документа; текст (краткие сведения о себе в хронологическом порядке); подпись; дату.

АВТОБИОГРАФИЯ

00.00.00.

Я, Разина Нина Сергеевна, родилась 4 мая 1973 г. в г. Москве, в семье научных работников.

Отец, Разин Сергей Васильевич, - преподаватель МГПУ, зав. кафедрой программирования. Мать, Разина Екатерина Борисовна, ведущий инженер НИИАП.

В 1985 г. поступила в среднюю школу № 326 Кировского района г. Москвы. В связи с переменой места жительства в 1988 г, перешла в среднюю школу № 1279 Севастопольского района г. Москвы с углубленным изучением иностранного языка.

Получила музыкальное образование по классу скрипки, занималась теннисом.

Закончила двухгодичные курсы английского языка "Интенсив".

В 1991 г поступила на факультет "Управления и делопроизводства" Российского государственного гуманитарного университета.

подпись

Н.С. Разина

Расписка – это документ, подтверждающий получение каких-либо материальных ценностей.

Расписка содержит следующие реквизиты: название вида документа; дату; текст; подпись лица, давшего расписку. Текст расписки включает:

– Должности, фамилии, имена и отчества лиц, выдавших и получивших что-либо;

– перечень полученного с указанием количества и стоимости (цифрами и в скобках прописью с большой буквы);

– подпись давшего расписку.

РАСПИСКА

00.00,00

Я, Антонова Надежда Ивановна (паспорт ХМ-МЮ, № 623398, выдан 128 о/м г. Москвы 21.02,32), получила от менеджера Рогова А.М. пишущую машинку "Оливетти-527" зав. N2 00235685 до 01.01.2010 г..

Референт

подпись

Н.И.Антонова

Личная **доверенность** – это документ, свидетельствующий о предоставлении права доверенному лицу на совершение определённых действий или получение денежных или товарно-материальных ценностей от лица доверителя (гражданина). Личная доверенность имеет следующие реквизиты: название документа; дату; фамилию, имя, отчество лица, которому выдана доверенность; содержание; подпись доверителя; подпись должностного лица, заверившего доверенность; печать.

ДОВЕРЕННОСТЬ

00.00.00

Я, Смирнова Ольга Ивановна, доверяю получить причитающуюся мне заработную плату за август 2008 г. в сумме

15000 (пятнадцать тысяч} руб.

ведущему эксперту отдела маркетинга Славину Игорю Леонидовичу.

Секретарь подпись О.И. Смирнова

Подпись Смирновой О.И. удостоверяю

Инспектор ОК.

подпись

А.Ф. Дорохов

М.П.

3.4 Школы 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. В то время как 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, стихи, народная мудрость, используемые с целью продемонстрировать красноречие и эрудицию автора.

Известный американский специалист в области маркетинга и делового письма Рон Теппер формулирует 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 таких средств встречаются, например, апелляция к человеческим инстинктам, тактика шока. Вот примеры универсальных вступительных предложений, которые использовались разными фирмами: «Забудьте все, что слышали раньше о...»; «Сейчас Вы прочтаете 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 и делающим текст письма более убедительным, Теппер относит так называемые «магические слова», например, *изумительный, вдохновляющий, драматический, очаровательный, поразительный, чарующий, незабываемый*.

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. Теппер предлагает сравнить два контекста по силе их воздействия, один из которых содержит стандартные определения, а второй – «магические слова»:

1. Это была *хорошая* речь. – Это была *выдающаяся* речь.
2. *Прекрасная* презентация. – *Незабываемая* презентация.
3. *Хорошее* представление. – *Захватывающее, увлекательное, поглощающее* 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. Из деловой переписки, основанной на отечественных традициях, исключается все личное, индивидуально значимое, не относящееся к делу. 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, в первую очередь, обеспечивается точными, бесспорными фактами. Такое понимание

убедительности официального послания является общепризнанным и обязательным для всех культур делового письма. Однако в практике западной и американской деловой переписки принято считать, что убедительность письма зависит, в первую очередь, от умения его составителей *выразить интересы того предприятия, в адрес которого оно направлено.*

Обобщив практические рекомендаций по составлению деловых писем, Р. Теппер выразил их в пяти основных правилах:

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 отличные 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 представлены 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.....» (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. Заключающие 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».

В случае, когда получатель письма имеет знание, 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

ПРАВИЛЬНО

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

уважением подпись.

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, отличающийся предельной рациональностью, жесткостью используемых языковых форм и моделей. Этим, как считают отечественные специалисты, деловые тексты отечественной традиции принципиально отличаются от так называемых «доверительных писем», в которых авторы выступают как личности.

Для делового послания западной официально-деловой переписки характерны элементы разговорного стиля, большая свобода в выборе слов и синтаксическом построении предложений, обращение к личности адресата. Личностные штрихи, как подчеркивают западные специалисты, придают корреспонденции больший вес.

Коммерсант, пишущий послание клиенту, должен обязательно использовать какой-нибудь личностный момент: футбольную игру, детей, школу, общего друга, упомянутого в беседе... Письмо не должно ничем отличаться от беседы с коллегами. Перед тем, как перейти к делу, стороны обычно ведут светский разговор об отвлеченных вещах. Эта «нерабочая» часть переговоров способствует развитию взаимопонимания сторон. То же самое относится к написанию писем. Дружеское начало вызывает у получателя искренние чувства к автору.

Элементы разговорного стиля в деловых посланиях также преследуют цель придать сообщению личностный, доверительный характер и тем самым, как считают западные специалисты, сделать его более действенным.

Довольно существенны различия русской и зарубежной школ официальной переписки и с точки зрения оформления структурных элементов делового письма. Однако эти различия здесь не затрагиваются.

Глава 4. Реклама в деловой речи

4.1. Язык и стиль рекламной деловой корреспонденции

Реклама является органичной и неотъемлемой частью коммерческих отношений, поэтому она соседствует с деловыми предложениями, освещает этапы становления и деятельности фирмы, организации, учреждения. В последнее время широкое распространение получили документы информационно-рекламного характера: товарное предложение, сообщение потенциальным потребителям о видах производимых товаров и услуг; резюме (последнее относится к жанру саморекламы).

Текст рекламного послания, как и любой текст делового стиля, должен быть информативным и убедительным. При этом информативность рекламного письма должна отличаться ориентированностью на жизненные, практические интересы и потребности потенциального заказчика, покупателя, партнера. К тому же информативность должна быть полной, то есть письмо информационно-рекламного характера должно содержать *всю* информацию, которая может заинтересовать потребителей.

Следовательно, речевая тактика рекламного делового послания – *нацеленность на интересы*. Специалисты подчёркивают: от того, насколько точно пишущий сумеет определить интересы фирмы-адресата и отразить эти интересы в тексте письма, будет зависеть, сможет ли он найти понимание по конкретной обсуждаемой проблеме и по вопросам долгосрочного перспективного сотрудничества. В случае недостаточно точной информативности письма, адресат может обратиться к услугам предприятия-конкурента, информационно-рекламное письмо которого составлено более убедительно.

Сказанное означает, что требования к языку и стилю *рекламной деловой корреспонденции* существенно отличаются от требований к составлению строго регламентированных деловых бумаг. Именно в рекламных посланиях, наряду с общими для деловых документов традициями, проявляются тенденции развития современного делового письма к большей свободе, экспрессивности языка сообщения. Язык рекламной корреспонденции сочетает особенности делового и публицистического стилей: языковой стандарт, шаблон, с одной стороны, и экспрессия – с другой.

Специфика рекламных писем заключается в таких свойствах, как *запоминаемость*, *способность вызвать коммерческий интерес*. Это обуславливает необходимость проявлять творческий подход к составлению текстов рекламных писем, *использовать языковые средства выразительности* с целью привлечь внимание к излагаемой информации. Использование языковых средств выразительности усиливает воздействующий эффект информационно-рекламных писем, придаёт им конструктивную тональность, эмоциональную привлекательность.

Фрагмент 1:

Уважаемый ...

Именно сегодня Вы имеете возможность купить товар по самым низким ценам.

Почему? Согласно прогнозу нашего коммерческого отдела, в последующие четыре месяца цены возрастут на 1 %. Не упустите случай и воспользуйтесь снижением цен. Мы приглашаем Вас на привилегированную распродажу. Уверены, что Вы останетесь довольны и товарами, и ценами на них.

Приходите, мы будем ждать Вас.

Фрагмент 2

Что подарить?!

Выбрать не только подарок, но еще и очень полезный – непросто. Каждый из нас ищет своим родным и близким нечто ценное. Если вы согласны, что здоровье – самый ценный подарок, мы искренне рекомендуем подарить аппарат «Витафон».

Мы приведем аргументы и ответим на вопрос, почему «Витафон» окажет неоценимую помощь...

Фрагмент 3

Каждый ребенок – талант!

Школа искусств «Аккорд» выявит и вырастит талант Вашего ребенка.

Для детей 4 – 9 лет: живопись, рисунок, композиция, скульптура, иностранный язык. Для детей с 10 лет: живопись, рисунок, история искусств, экономика, компьютерная грамотность.

Приведенные фрагменты рекламных посланий характеризует вопросно-ответная форма повествования, побудительные конструкции (*приходите*), восклицательные предложения (*Каждый ребенок – талант! Что подарить?!*); свободный строй предложений, оценочные конструкции с прилагательными (*самые низкие цены, привилегированная распродажа, неоценимая помощь, нечто ценное, искренне рекомендуем, безупречная работа, разумная ценовая политика, надежные (добрые) партнерские отношения, гибкая система скидок, успешное (плодотворное) сотрудничество* и т.п.).

Информационно-рекламные письма нередко строятся *по модели*: риторический вопрос или риторическое восклицание – информационный текст, являющийся ответом, подтверждением, обещанием, то есть

коммерческим предложением. Такая модель не только иллюстрирует процесс рассуждения, но и наталкивает на принятие решения. Например:

Фрагмент 4

Что отличает товары фирмы ...?

1. Качество. Товары, производимые фирмой ..., имеют гарантию качества в течение ... и отвечают требованиям самых взыскательных покупателей.

2. Ассортимент. Фирма... предлагает самый широкий выбор ...

3. Цены. Мы уверены, что реалистичность ценовой политики и скидки постоянным партнерам – ключ к взаимовыгодному сотрудничеству.

Рекламное деловое письмо должно содержать конкретное коммерческое предложение (чаще всего одно), излагаемое, как правило, в заключительной части послания. Например:

При положительном отклике на наши предложения объем реализации Вашей продукции может быть доведен до 15000—17000 единиц в год, что делало бы целесообразным установление дилерских отношений,

С уважением

Подпись

При составлении рекламного делового письма необходимо выделять и определять как можно более четко все ключевые аспекты сообщения и тщательно проверять текст с точки зрения ясности, простоты и тона изложения.

Стилистические недочеты, приводящие к двусмысленности, безусловно, недопустимы в текстах рекламных деловых посланий, поскольку снижают их воздействующий эффект.

...Гибкая система скидок на продукцию Вашего предприятия позволит нам успешно конкурировать с Вашей продукцией на рынке нашего региона.

Приведенный фрагмент информационно-рекламного письма перенасыщен личными местоимениями (*вашего, вашей, нам, нашего*). Кроме того, он отличается двусмысленностью высказывания. Из данного предложения неясно, намерен ли автор послания соперничать с адресатом (производителем продукции), либо, продавая продукцию адресата, соперничать с другими торговыми фирмами региона.

Помимо перечисленных требований, содержание рекламного текста должно отвечать основным принципам и нормам Международного кодекса рекламной практики, принятого в 1987 г.

4.2. Международный кодекс рекламной практики

Основные принципы

Любое рекламное послание обязано быть юридически безупречным, благопристойным, честным и правдивым.

Любое рекламное послание обязано создаваться с чувством ответственности перед обществом и отвечать принципам добросовестной конкуренции, обычной в коммерции.

Никакое рекламное послание не должно подрывать общественное доверие к рекламе, которая неизменно отвечает общепринятым нормам Рекламного кодекса.

Благопристойность. Рекламное послание не должно содержать утверждений или изображений, идущих вразрез с принятыми в обществе правилами благопристойности.

Честность. Рекламное послание должно быть таким, чтобы не злоупотреблять доверием покупателя и не использовать его неопытность и недостаток знаний,

Правдивость. Рекламное послание не должно содержать каких-либо утверждений или изображений, которые прямо или косвенно, путем недомолвки и двусмысленности, а также преувеличения могли бы ввести покупателя в заблуждение.

Общечеловеческие ценности: (1) рекламное послание не должно без веских оснований играть на чувстве страха; (2) рекламное послание не должно играть на суевериях; (3) рекламное послание не должно содержать ничего, что могло бы вызвать насилие или поддержать его; (4) рекламное послание не должно поддерживать дискриминацию по признаку расы, религии или пола; (5) рекламное послание не должно внушать, что обладание данным товаром или его использование способны дать физическое, умственное или социальное превосходство.

Объективность. Сравнение достоинств товаров должно быть честным и основанным на доказательных фактах. Оно должно соответствовать принципу конкуренции.

Доказательность. Рекламное послание не должно содержать доказательств и свидетельств, являющихся сомнительными или не связанными с квалификацией и опытом того лица, которое дает такие свидетельства, а также не должно содержать ссылок на такие доказательства и свидетельства.

Недопустимость очернения. Рекламное послание не должно очернять никакую промышленную или коммерческую деятельность или профессию, а также никакой товар, высказывая прямо или косвенно презрение, насмешку или что-либо подобное.

Ответственность. Рекламодатель, исполнитель рекламного послания или рекламное агентство, издатель, владелец СМИ (средств массовой информации) или иной участник рекламного процесса должны нести полную ответственность за то, что именно они предлагают обществу.

Глава 5. Речевой этикет как часть делового этикета

5.1 *Этикет и протокол. Правила делового этикета*

Приступая к изучению речевого этикета необходимо определить его место в этикете как таковом, разобраться в соотношении понятий «этикет» – «регламент» – «протокол», в специфике и краткой истории составляющих их частей.

Этикет по происхождению французское слово (*etiquette*) Первоначально оно обозначало товарную бирку, ярлык (ср. этикетка), а затем так стали называть *придворный церемониал*. Именно в этом значении, особенно после принятия французского церемониала при венском дворе, слово *этикет* получило распространение в немецком, польском, русском и других языках. В наши дни *этикет* означает *правила учтивости и вежливости*, принятые в том или ином обществе.

Наряду с этим словом для обозначения *совокупности* принятых *правил*, определяющих *порядок* какой-либо деятельности, используются слова *регламентация* и *протокол*. Разберёмся в нюансах их значений.

Согласно Большому энциклопедическому словарю, слово *регламент* (франц. *reglement* – от *regle* – правило) означает: 1) совокупность правил, определяющих порядок деятельности государственного органа, учреждения, организации. 2) Порядок ведения заседаний, конференций, съездов. 3) Название некоторых актов международных конгрессов и конференций (напр., Венский регламент 1815).

Слово *протокол* (от греч. *protókolon* – первый лист, приклеенный к свитку манускрипта; *protos* – первый *иколла* – клеить) имеет большую историю², это результат общения между людьми разных стран и народностей на протяжении многих столетий, поэтому понятие протокола является исторической категорией.

Основополагающими в истории современного протокола следует считать нормы дипломатического протокола³. Словосочетание

² Корнями слово «протокол» уходит глубоко во времена античной Греции. Основываясь на греческих традициях, древние римляне разработали строгую церемонию заключения мира, в ходе которой, в частности, жрецы зачитывали текст соглашения о мире и совершали жертвоприношения. В византийской дипломатии слово «протокол» означало первую часть составленного в торжественных тонах документа, в котором перечислялся состав участников переговоров. В период средневековья это слово означало и правила оформления различных документов и ведения архивов.

Вместе с этим с раннего средневековья на церемониал международного общения в Европе решающее влияние оказывали торжественные и пышные ритуалы Византийской империи, имевшие своей целью убеждать в могуществе своей страны, демонстрировать ее богатства, силу и превосходство. Позднее, когда вопросы первенства стали играть при дворе важнейшую роль, возникла необходимость четко определить место каждого дипломата и соответственно его страны в общем церемониале. Вскоре слово «протокол» стало иметь отношение к дипломатической службе: кроме правил оформления дипломатических документов к дипломатическому протоколу начали относить правила этикета и церемониала. – Примеч. автора.

³ Придворный этикет дал начало этикету дипломатическому, так как именно при королевских дворах происходили приемы иностранных посольств. Дипломату приходилось быть еще более пунктуальным и строгим к соблюдению всех правил этикета, чем остальным придворным, так как он представлял не столько себя, сколько свою страну. Постепенно во избежание конфликтов, которые могли вспыхнуть из-за действительных или мнимых оскорблений, формы официальных контактов между

дипломатический (государственный) протокол обозначает совокупность общепринятых правил, традиций и условностей, регулирующих *международное и правительственное* общение. Протокольной нормой подчинено общение между правительствами, ведомствами иностранных дел, дипломатическими представительствами, официальными лицами. Протокольными мероприятиями являются встречи и проводы гостей, переговоры, презентации, приемы, поздравления, траурные церемонии, вручение государственных наград и т. д.

Основа и сущность протокола – это выражение глубокого уважения по отношению к высокому гостю, стране и народу, которые он представляет. Правила дипломатического протокола основываются на так называемом принципе «международной вежливости» – совокупности общепринятых в международной практике правил этикета, почтительности и уважения, соблюдаемых в межгосударственных отношениях. Нарушение международной вежливости, особенно преднамеренное, рассматривается как нанесение ущерба престижу и авторитету государства.

Известный французский дипломат Жюль Камбон пишет: «Правила протокола в настоящее время кажутся несколько старомодными, но не соблюдать их так же глупо, как не снимать шляпу при входе в церковь или обувь при входе в мечеть... В сущности, не все так плохо в этих торжественных пустяках»⁴. Своей торжественностью протокол придает большее значение проводимым мероприятиям, церемониям и подписываемым документам и вызывает к ним большее уважение.

Протокольные нормы соблюдаются и во взаимоотношениях между бизнесменами, в том числе между партнерами разных стран. Это **деловой протокол** – правила организации различных мероприятий при осуществлении деловых контактов.

Как соотносятся между собой протокол и этикет? Они взаимосвязаны: например, одной из органических составных частей дипломатического протокола является дипломатический этикет. Если дипломатический протокол представляет «выражение хороших манер в отношениях между государствами», то дипломатический этикет – это проявление хороших манер в отношениях между должностными лицами, политическими и общественными деятелями, представляющими свое государство. Соответственно, в деловой протокол, вобравший правила организации деловых мероприятий и контактов, составной частью входит деловой этикет, который диктует правила вежливости в общении деловых людей.

Протокол и этикет требуют знания политики и географии, экономики и культуры, национальных и религиозных традиций различных государств,

представителями различных государств становятся все более и более регламентированными и остаются таковыми и в наше время. Дипломатический протокол, способствовавший предотвращению спорных моментов между представителями государств, был официально утвержден в 1815 году на Венском конгрессе, где было решено принимать послов по дате и часу их представления или по алфавиту. Это дало возможность исключить предположение о предпочтительности той или иной стороны. – Примеч. автора.

⁴ Камбон Ж. Дипломат / Ж. Камбон: пер. с франц., под ред. и предисл. А.А. Трояновского. – Москва: Государственное издание политической литературы, 1946. – С. 53.

пристального внимания к мельчайшим деталям, за которыми стоят вековые традиции и опыт народов. Всегда следует помнить, что в протоколе, как и в этикете, мелочей нет, важны все составляющие детали: поведение, манеры, жесты, голос, тон, внешний вид и др. По утверждению американского миллионера, бизнесмена и писателя Харви Маккея, «мелочи не имеют решающего значения, мелочи решают все».

Следует иметь в виду и то, что правила этикета в каждой стране имеют довольно существенные особенности, что обусловлено историческими, национальными, религиозными и другими традициями, хотя в основе своей являются общепринятыми для всех стран мира. В отличие от этикета, нормы протокола являются международными, следовательно, универсальными (хотя, естественно, и в протоколе каждой страны имеются свои нюансы). Этикет и протокол являются одними из главных составляющих формирования имиджа любого делового человека, государственного служащего, а также коммерческой или государственной организации и играют весьма важную роль в успешном ведении бизнеса, в том числе международного.

Различают несколько видов этикета: придворный⁵, воинский⁶, дипломатический⁷, светский⁸ и деловой.

Деловой этикет – это *установленные правила поведения в сфере бизнеса и деловых контактов*. Деловой этикет является разновидностью этикета светского, но основан на воинском. Главное отличие делового этикета от светского – более жёсткая *регламентированность и приоритет субординации над гендерными различиями сотрудников и их возрастом*.

Большинство правил общегражданского, делового и дипломатического этикета идентично, но в кругу официальных лиц правила дипломатического и делового этикета соблюдаются более строго, поскольку их нарушение наносит ущерб репутации государства или учреждения. Правила этикета учитывают в общении между людьми их статус и должность, пол и возраст. Иерархия принципов этикета такова:

1. Статус (должность, ранг).
2. Возраст и пол (в случае небольшой разницы в возрасте людей преимуществом пользуются представители слабого пола, однако если разница большая и речь идет об общении молодой девушки и пожилого мужчины, то тогда преимущество имеет мужчина).

⁵ **Придворный этикет** – свод правил вежливости и учтивости при проведении придворных церемоний в странах с монархическим строем, определяющий иерархию и поведение придворных и гостей королевского дома по отношению к монарху, привилегии таковых в общении с монархом согласно их родству с монархом и статусу. Следовательно, придворный этикет имеет значение для сравнительно небольшого круга лиц. – Примеч. автора.

⁶ **Воинский этикет** – свод негласных правил, определяющий поведение военнослужащего по отношению к сослуживцам, гражданским лицам, ветеранам. Одним из внешних проявлений этого вида этикета являются правила воинского приветствия военнослужащими. – Примеч. автора.

⁷ **Дипломатический этикет** – свод правил вежливости и хороших манер в отношениях между должностными лицами, политическими и общественными деятелями, представляющими своё государство.

⁸ **Светский этикет** – свод правил вежливого поведения в обществе, основанный прежде всего на гендерных и возрастных различиях. – Примеч. автора.

Деловое общение специфично и заключается в том, что столкновение, взаимодействие экономических интересов и социальное регулирование осуществляется в правовых рамках. Чаще всего люди вступают в деловые отношения, чтобы юридически оформить взаимодействие в той или иной сфере. Идеальным результатом взаимодействия и правового оформления отношений становятся *партнёрские* отношения, построенные на основах взаимного уважения и доверия.

Центральным принципом речевого поведения в деловом общении является принцип кооперации, реализующийся согласно теории Г.П. Грайса в семи максимах (принципах поведения): максима такта; максима великодушия; максима релевантности⁹ высказывания; максима полноты информации; максима симпатии; максима согласия; максима скромности. Не все эти максимы могут быть реализованы в одном речевом акте: не всегда необходимо соглашаться с собеседником, выказывать ему симпатию, но быть тактичным, корректным, уважать право собеседника на получение точной и полной информации и на выражение её со своей стороны должен руководитель любого ранга.

Ещё один принцип современного делового общения заключается в том, что изначально общение строится исходя из определения собеседника как партнёра, равноправного участника диалога, вне зависимости от его социальной позиции и от его коммуникативной позиции. Наряду с деловой просьбой: «*Принесите мне документы*», – сегодня предпочтительнее выражение: «*Будьте добры, захватите папку с документами*», – со стороны руководителя по отношению к подчинённому.

Психология делового человека запрограммирована на партнёра по общению, который вызывает доверие по тому, как он одет, причёсан, пунктуален ли он и т.д. Затем уже оценивают другие параметры – верность своим обязательствам, честность, квалификация, умение вести переговоры и т.д.

Следовательно, **первое**, что необходимо делать – проводить мероприятия по воспитанию и самовоспитанию делового человека, которому необходимо как следует усвоить кодекс поведения, принятый для хорошо воспитанных людей во всех странах. Этот кодекс включает в себя *четыре основных правила: вежливость; естественность; достоинство; такт.*

Вежливость предполагает, прежде всего, приветствие. Формы приветствий в различных странах отличаются. Но при всём многообразии приветствий международный этикет в своей основе одинаков: люди, встречаясь, желают друг другу добра и благополучия, успехов в труде, доброго утра, дня и вечера. Поэтому следует выполнять следующие правила этикета, касающиеся приветствий:

- 1) здороваться необходимо независимо от того, в каких отношениях находятся люди, симпатизируют они друг другу или нет;

⁹ **Релевантность** (англ. – уместный, относящийся к делу) – смысловое соответствие между информационным запросом и полученным сообщением. – Примеч. автора.

- 2) первый здоровается входящий;
- 3) здороваться за руку не обязательно, а если в комнате работает несколько человек, то и не нужно.

Нарушением этикета являются шумные, несдержанные приветствия. Простой жест, лёгкая улыбка выражают почтительность и уважение.

В деловом этикете привилегии в обмене приветствиями отдаются человеку более высокого статуса (должности), и только при равных статусах в права вступают привилегии пола и возраста (т.е. подчинённый первым здоровается с руководителем, а человек более низкого статуса – с носителем более высокого независимо от пола и возраста). И только личное решение и воспитание продиктуют руководителю первым поздороваться с женщиной или со старшим подчинённым. Если этого не произошло – подчинённые не вправе обижаться.

Для успешного делового общения можно порекомендовать следующие правила:

- 1) *придя на работу, необходимо поприветствовать своих коллег.* Дать им понять, что рады начать с ними новый рабочий день, что они могут рассчитывать на Вашу помощь и поддержку. Улыбка и утреннее приветствие оказывается сильным стимулом хорошего настроения;
- 2) *необходимо научиться управлять своим поведением в любых условиях.* Быть приветливыми и вежливыми, улыбаться людям. Стремиться поддерживать хорошее настроение и у себя, и у окружающих. Вежливость, приветливость, доброжелательность в равной степени нужны на всех уровнях при общении с руководителем, с подчинённым, с вышестоящими лицами;
- 3) *манера общения между коллегами зависит от состояния межличностных отношений.* Местоимение «Вы» является не только выражением культуры общения, но и способом поддержания служебной дистанции; обращение к подчинённым на «Вы» – необходимый инструмент поддержания нормальных служебных отношений и трудовой дисциплины;
- 4) *приказ и просьба.* Форма приказа в современной корпоративной культуре выходит из употребления и относится в полной мере лишь к письменным деловым документам. Все поручения выражаются в форме деловой просьбы, объективность и обязательность выполнения которой оправдана сложившейся деловой ситуацией (о различии приказа и деловой просьбы речь впереди);
- 5) *благодарить, но и взыскивать.* Надо чаще и умело пользоваться мерами поощрения. При этом необходимо помнить правила: «Поругал – проиграл, похвалил – выиграл», «Хвалить прилюдно – ругать наедине». Следует помнить, что при выборе форм выражения и меры наказания учитывается возраст, пол и темперамент работников;

- 6) *свою точку зрения отстаивать до принятия решения.* В споре необходимо делать всё приемлемое, чтобы убедить других исполнителей в своей правоте. Но, если решение принято, надо рассматривать его как своё собственное;
- 7) *создавать настрой на успех.* Заражая своей верой в успех своих компаньонов, вы создаёте ситуацию уверенности в успехе фирмы (организации) у клиентов, которые обслуживаются. Необходимо стараться создавать вокруг себя оживлённую, полную оптимизма атмосферу. Сочетание реализма и оптимизма является ключом к достижению результативности различных видов деятельности;
- 8) *необходимо делать всё вовремя, быть пунктуальным, назначенные встречи вносите в свой календарь.* Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться. Важно знать, что не рекомендуется приходить на работу раньше своего руководителя и уходить позже него. Принцип «вовремя» распространяется также на отчёты и на любые другие поручаемые вам задания. Рекомендуется, например, накидывать лишние 25% на тот срок, который требуется для выполнения данной работы, тогда наверняка уложитесь в отведённое время;
- 9) *обязательность хранения тайны и секретов учреждения.* Все секреты компании необходимо держать при себе. Не критиковать фирму, особенно при посторонних. Никогда никому не пересказывать того, что иногда приходится слышать от сослуживца, руководителя или подчинённого об их личной жизни;
- 10) *говорить и писать необходимо грамотно и доходчивым языком.* Тот, кто умеет чётко выражать свои мысли, обладает большим преимуществом. Неумение как следует писать и говорить нередко отбрасывает человека назад, и его способности могут пропасть впустую;
- 11) *выполнение обещаний, данных начальству, клиентам, сотрудникам и самому себе.* Если человек вовремя выполняет данное им обещание, то это характеризует его как дисциплинированного и обязательного человека.
- 12) *Необходимо быть очень осторожным, принимая подарки, которые нельзя называть чисто символическими;*
- 13) *Одеваться, как положено.* С одной стороны, Ваш костюм должен быть деловым, с другой – Вы не должны выглядеть «белой вороной» на фоне своих коллег и, в рамках делового стиля, придерживаться в своём выборе той формы одежды, которая принята в организации, где Вы работаете.

Правила этикета, в том числе – делового, должны прочно войти в повседневную жизнь каждого человека, стать его внутренней потребностью. Требования этикета предполагают соблюдение правил хорошего тона во всех случаях жизни, независимо от нашего настроения и психологического

состояния. Знание правил этикета, их соблюдение позволяет человеку чувствовать себя уверенно и непринужденно, не испытывать неловкости перед окружающими из-за промахов и действий, не соответствующих ситуации общения. Выполнение перечисленных правил позволит добиваться успехов в работе и в отношениях с сослуживцами.

5.2. Формулы речевого этикета

Предмет нашего внимания – *речевой этикет* – очерчивается деловым этикетом. Деловой этикет отражает опыт, нравственные представления, вкусы, нормы поведения и общения представителей определенных социальных групп. Эти группы сформированы на основе лингвоинтенсивных профессий, предполагающих постоянное общение с людьми и представленными чаще государственными служащими, политиками, педагогами, юристами, врачами, менеджерами, предпринимателями, журналистами, работниками сферы обслуживания.

Поскольку общение есть деятельность человека, процесс, в котором он участвует, то при общении в первую очередь учитываются особенности *речевого этикета*. Под речевым этикетом понимаются разработанные *правила речевого поведения, система речевых формул общения*. Степень владения речевым этикетом определяет степень *профессиональной пригодности человека*, порождает доверие и уважение к нему, а значит, повышает его авторитет.

Какие же факторы определяют составляющие речевого этикета и его использование?

Как и этикет в его широком смысле, речевой этикет строится с учетом особенностей партнеров, вступающих в деловые отношения, их социального статуса, места в служебной иерархии, профессии, национальности, вероисповедания, возраста, пола, характера и определяется ситуацией, в которой происходит общение. Известно, что в некоторых странах были изданы законы, предписывающие, как надо обращаться к представителям различных слоев общества. Такие законы, изданные русским царём-реформатором Петром I, неукоснительно действовали и в нашей стране вплоть до 1917 г. Речевой этикет в определенной мере отражает нравственное состояние общества, его моральные устои.

Итак, *речевой этикет – это «регулирующие правила речевого поведения, система национально-специфичных, стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности»¹⁰*.

¹⁰ Формановская Н.И. Русский речевой этикет и культура общения / Формановская Н.И. – . Москва, 1989. С. 3.

Для делового общения важна прежде всего регулирующая функция речевого этикета. Именно речевой этикет, основываясь на стандартности языка и официально-делового стиля речи, регулирует отношения между людьми с учётом их статуса, возраста и коммуникативного намерения. Не забывайте, что стандартные, а значит, ожидаемые (согласно критерию шибболета) адресатом формулы речевого этикета позволяют нам избегать в общении конфликтных моментов.

В этом разделе мы рассмотрим формулы речевого этикета, характерные для делового общения. Следует помнить об условном характере приводимых клише и о том, что их содержание необходимо варьировать согласно ситуации общения.

А. Знакомство

В официальной обстановке принято такое начало знакомства:

- Разрешите (позвольте) с Вами познакомиться!
- Позвольте представиться!

Далее говорящий называет свои фамилию, имя, отчество (Ф.И.О., лучше именно в такой последовательности и в именительном падеже):

- Иванов Борис Фёдорович.

Возможно использование глагола «зовут» – тогда предложение лучше разделить:

- Меня зовут Ирина Сергеевна (возможен родительный падеж – Ириной Сергеевной), моя фамилия – Иванова (именительный падеж).

Далее называется профессия, должность, место работы:

- Ф.И.О., администратор гостиницы «Русь».

Если в деловом общении Вам необходимо указать на своё образование, свою профессию, сделайте это перед обозначением своей должности:

- Ф.И.О., экономист, генеральный директор фирмы «Гермес».

Если знакомство предваряет деловые контакты, в которых говорящий уполномочен представлять определенное лицо или организацию, следует добавление:

- Я представляю фирму «Гермес»...
- Я уполномочен вести переговоры от имени ...

Как правило, деловое знакомство предполагает обмен визитными карточками:

- Позвольте вручить Вам мою визитную карточку.
- Мои «координаты» указаны в визитной карточке.

В ситуациях делового общения будущих партнеров часто представляет друг другу посредник:

- Познакомьтесь, пожалуйста...
- Разрешите вас познакомить... – называется имя, фамилия, отчество каждого из знакомящихся (в именительном падеже).

Вариант знакомства через посредника: те, кого знакомят, поочередно называют друг другу свою фамилию, имя, отчество.

В случае представления одного человека группе лиц говорят:

- Разрешите вам представить нового сотрудника.
- Позвольте познакомить вас...

Как правило, посредник определяет роль каждого из знакомящихся в предстоящем общении (разовом или более длительном, постоянном):

– Познакомьтесь, пожалуйста..., представитель фирмы «Салют», член правления акционерного общества.

В ответной реплике важно подчеркнуть удовлетворённость по поводу состоявшегося знакомства:

- Очень приятно!
- Очень рад!
- Очень рад с Вами познакомиться (возможно добавление имени-отчества нового знакомого).
- Мне очень приятно, что мы познакомились... и т.п.

Реплика расширяется в зависимости от того, насколько говорящий заинтересован в знакомстве и предстоящем общении.

В. Приветствие и прощание

Для делового общения характерны стилистически нейтральные приветствия (*здравствуйте, добрый день*) и стереотипы прощания (*до свидания*). Возможно употребление стилистически повышенных формул:

- Приветствую Вас!
- Позвольте попрощаться...

При обращении к аудитории, даже небольшой:

– Дамы и господа! (Друзья! Коллеги!) Разрешите (позвольте) приветствовать вас! Обращения выбираются в зависимости от ситуации общения и от целей говорящего, который, возможно, захочет создать в аудитории торжественную обстановку или же – атмосферу дружелюбия и доверия.

Вопросы, уточняющие и дополняющие формулы приветствия или прощания («Как дела? Надеюсь, Вы хорошо отдохнули?»), подчеркивают интерес говорящего к собеседнику и не требуют ответа.

Первым должен произносить приветствие:

- человек, вошедший в помещение (по отношению к присутствующим);
- младший по возрасту (по отношению к старшему);
- мужчина (по отношению к женщине);
- подчиненный (по отношению к начальнику).

Рукопожатие, как дополнительная невербальная форма приветствия и прощания, используется в зависимости от степени знакомства собеседников и от ситуации общения. В любом случае, оно должно быть не вялым, а тёплым, энергичным.

Предписание этикета: мужчина не может первым подать руку женщине. Воспользоваться ли этой формой приветствия – решает женщина (исключение: мужчина-начальник).

С. Поздравление, благодарность

В деловом общении употребляется как нейтральная форма речевых единиц, так и стилистически повышенная (особенно в письменной речи): *примите мою благодарность, позвольте выразить благодарность*. Выбирается тот вариант, который наиболее приятен, предпочтителен для собеседника.

Так, экспрессивность нейтральных речевых единиц может быть усилена расширением этикетной формулы:

– От всей души благодарю Вас;

– Сердечно поздравляем ... – но такой вариант возможен только в соответствующей праздничной ситуации.

А вот стилистически повышенные формулы, характерные именно для официальной обстановки общения:

– Разрешите мне поздравить (передать поздравление от имени...);

– Позвольте мне поблагодарить (выразить благодарность);

– Примите нашу благодарность (наши поздравления);

– Не могу не поблагодарить за ...

То же можно сказать и об ответных формулах благодарности:

– Я признателен (льна) за внимание... (за поздравление...; за то, что...);

Вариант усиления экспрессивности речевых единиц:

– Я Вам очень, (глубоко, чрезвычайно) признателен (благодарен) за то, что...;

– У меня не хватает слов, чтобы отблагодарить Вас...

Выражение благодарности, усиленное комплиментом:

– Спасибо. Вы очень внимательны.

– Благодарю Вас. Вы так любезны.

Однако в ситуациях повседневного делового общения поздравления достаточно редки и стилистически нейтральны:

– Вас можно поздравить с завершением работы?

– Примите поздравления: наш проект принят.

Этикет делового общения предполагает благодарность (сдержанно-корректную, а не эмоциональную) в ответ на положительную оценку вашей деятельности:

– Благодарю. Мне очень приятно (я рад) слышать такой отзыв о своей работе; слышать такие слова (о...).

Наиболее же распространенная форма благодарности – обычное и традиционное для русского этикета «спасибо», используемое в самых различных ситуациях:

– Спасибо за помощь (за совет, за предостережение).

– Спасибо за внимание.

На пресс-конференции:

Закончив выступление, говорящий благодарит за внимание аудиторию:

– Спасибо (благодарю) за внимание.

Задавая вопрос, говорящий заранее благодарит за ответ, поскольку слово ему предоставляется только один раз (поблагодарить отвечавшего после ответа он уже не сможет):

– Как вы думаете... (формулировка вопроса). Спасибо.

D. Извинение

Степень серьёзности проступка, за который следует принести извинения, может быть самой различной (от незначительного опоздания – до невыполнения обязательства). Причины могут быть также различными: объективными (болезнь, нарушения в работе транспорта и т. п.) и субъективными (просто забыл). Нужно принести извинения в той форме, которая наиболее уместна в данном случае. Своевременные корректные извинения в сфере деловых отношений – аксиома.

Языковые средства выражения извинения зависят как от степени проступка, так и от степени официальности ситуации. Наиболее употребительная формула извинения за незначительный проступок:

– Извините (пожалуйста) (*за что?*) за опоздание, за беспокойство...

– Прошу извинить меня (приношу свои извинения) – формула, более принятая для обращения к группе лиц.

Оттенок усиления официальности содержится в речевых формулах:

– Приношу свои (глубокие) извинения.

– Я должен извиниться перед Вами / принести извинения...

– Я не могу не принести извинения Вам.

– Разрешите извиниться перед Вами.

– Разрешите извиниться за ...

Наконец, наиболее серьезные проступки (невыполнение данного слова, тем более, нарушение обязательства) требуют извинения в развёрнутой форме (возможно – письменного) с уточнением причин, из-за которых обещание не было выполнено:

– Разрешите принести извинения по поводу (*чего?*)...

– Убедительно прошу извинить меня: я не смог выполнить своего обещания, поскольку должен был срочно выехать в командировку.

При указании причины используются такие предлоги, союзы, союзные слова: *так как; потому что, из-за того, что и др.*

Извинение-предупреждение: если вы не успеваете прийти на встречу или предполагаете, что можете опоздать – позвоните человеку, с которым назначена встреча:

– Прошу меня извинить: я не смогу быть у вас в 12 часов. Если можно (если это для вас удобно), перенесём время встречи на полчаса позже?

– Это возможно. Итак, встречаемся в 12.30. Благодарю Вас за звонок.

Так принято отвечать на извинение-предупреждение: повторить новые условия встречи и поблагодарить за предупредительность.

В большинстве ситуаций при личном общении ответа на извинение за небольшой проступок просто не требуется: достаточно кивнуть или одобрительно посмотреть. Наиболее часто употребляемые ответы (в том числе по телефону):

- Пожалуйста.
- Не стоит извинения.
- Не беспокойтесь, я уже забыл.

Реакция на извинение за серьёзный проступок должна прозвучать, поскольку партнёр ждёт этого, но и здесь ответ должен быть корректным и немногословным:

– Я принимаю Ваши извинения. Надеюсь, // подобное больше не повторится / Вы понимаете недопустимость в дальнейшем подобных действий / Вы понимаете, что, если такое повторится, мы вынуждены будем принять меры.

Е. Просьба, совет

Эти речевые единицы обозначают побуждение к действию и требуют ответных реплик (прежде всего согласие / несогласие).

Следует сразу оговорить разграничение: приказ и просьба.

Приказ – это официальное распоряжение того, кто облечён властью. Речевое оформление приказа принято только в сфере делового общения, и в полной мере это относится к письменным деловым распоряжениям. В устной речи, в повседневном деловом общении и языковые средства, и интонации приказа следует исключить: негативный характер воздействия такого обращения к подчиненным очевиден.

Официальное распоряжение с достаточным основанием можно назвать просьбой, выполнение которой обязательно:

- Прошу вас написать ответ на это письмо.
- Подготовьте отчёт... и т.п.

Основной формой выражения просьбы (как и совета) является повелительное наклонение глагола (*напишите об этом; поставьте вопрос и пр.*). До недавнего времени считалось, что «актуализаторы вежливости» (*пожалуйста, будьте, добры*) должны исключаться из речи вышестоящего, так как могут прозвучать иронически по отношению к подчинённому. В наши дни в связи с демократизацией стиля делового общения речевые «обороты вежливости», адресованные подчинённому, возможны при соответствующей интонации.

Они необходимы в обращении к коллеге, равному по возрасту, по служебному положению:

- Будьте любезны, передайте мне...
- Пожалуйста, позвоните ...
- Будьте добры, пригласите к телефону...

В ситуации коллективного общения устойчивы формулы официальной просьбы – сочетание глагола «прошу» или существительного «просьба» с инфинитивом:

- Прошу желающих выступить.
- Прошу предоставить мне слово.
- Просим соблюдать тишину.
- Просьба соблюдать регламент.
- Просьба не затягивать представление отчётов.

Оттенок некатегоричности, желательности придаёт просьбе использование глаголов в сослагательном наклонении (частица «бы» в сочетании с глаголом в прошедшем времени):

- Мне бы хотелось, чтобы Вы написали о ...
- Было бы хорошо, если бы Вы сделали...

Некатегоричность просьбы подчёркивается формулами-«расширителями», оговаривающими условность предлагаемого действия:

– Приходите завтра, если это удобно для Вас (если это Вас устраивает).

- Если Вы не возражаете, я попрошу Вас ...
- Разрешите попросить Вас ...

Этикетные формы некатегоричной просьбы и совета сравнительно близки по речевым средствам.

Обращаться к собеседнику с советом стоит в том случае, когда он ожидает совета, нуждается в нём. Совет должен звучать тактично, ненавязчиво и убедительно, важна аргументация: почему следует поступить так, а не иначе.

Не меньшего такта требует и ответ: выражение согласия (несогласия – в особенности), благодарности за совет.

В речевых конструкциях совета преобладают глаголы в форме условного наклонения, передающие побуждение в мягкой, подчёркнуто некатегоричной форме:

- Хотелось бы Вам посоветовать...
- Позволю себе посоветовать Вам ...
- Почему бы Вам не поехать ...

Особенно рекомендуется использование таких формул речевого этикета, которые приносят в совет (или просьбу – здесь граница между ними по существу стёрта) оттенок обсуждения с собеседником:

- Как Вы относитесь к тому, чтобы...
- Как Вы смотрите на то, чтобы...
- Не будете ли Вы против того, чтобы ...

Вежливость просьбы или совета обеспечивается и вопросительными конструкциями:

- Не хотите ли Вы принять участие (в чём?) ...?
- Не могли бы Вы ответить на этот запрос?

5.3. Речевой этикет в протоколе телефонных

деловых переговоров

Протокол и речевой этикет телефонных деловых переговоров обусловлены двумя правилами:

– Во-первых, переговоры по телефону – форма дистанционного общения собеседников, поэтому они требуют особого внимания к собственной речи, к восприятию речи партнёра. Здесь особенно важны звуковые характеристики голоса (дикция, тембр, интонация и др.);

– Во-вторых, степень информационной насыщенности сообщения, вопроса, ответа должна быть достаточной для адекватного понимания сказанного (излишняя краткость может быть не менее опасной, чем многословие). Поэтому при ведении телефонных переговоров следует соблюдать следующие правила:

1. Прежде чем поднимать телефонную трубку, тщательно обдумайте текст сообщения (если необходимо, подготовьте краткую запись основных положений);
2. Если Вы набрали неправильный номер, не спрашивайте: «Куда я попал?», – а говорите: «Это номер такой? Извините, я ошибся».
3. Узнайте, кто Ваш собеседник: лицо, на переговоры с которым Вы рассчитывали, или лицо, или лицо, которое может принять и передать информацию по назначению.

Звонящий может уточнить, правильно ли он набрал номер:

– Это фирма «Гермес»?;

– Это секретарь директора? – и затем сразу же представиться и назвать повод, по которому он хотел бы поговорить с конкретным лицом.

С другой стороны, этикет телефонных переговоров требует, чтобы человек, снявший трубку, не говорил: «Алло», – а назвал учреждение, в котором он работает (если это секретарь или один из сотрудников) и представился.

Если трубку снимает человек, не работающий в данной организации, он должен ответить:

– Вас слушают, – и сразу же передать трубку сотруднику данной организации¹¹.

Владелец персонального телефона просто называет свою фамилию:

– Иванов у телефона.

– Иванов слушает.

Если нужного лица нет в момент звонка на месте, следует сообщить об этом звонящему, обязательно спросив, не хочет ли он оставить информацию, которая будет передана по назначению:

– Его (И.О.) сейчас нет. Он будет тогда-то. Может быть, ему что-

¹¹ На собеседовании претендента на определённую должность могут попросить снять телефонную трубку, проверяя, таким образом, его знание делового этикета и речевого этикета телефонных деловых переговоров. – Примеч. автора.

нибудь передать?

Ответ может включить и просьбу перезвонить через определённое время:

– Вы не могли бы перезвонить через час?

– Вас не затруднит позвонить попозже?

Максимально эффективно используйте время разговора по телефону, будучи при этом внимательными и предупредительными к собеседнику.

Для говорящего это означает: после краткого приветствия объяснить суть проблемы делового разговора, сообщить ровно столько информации. Сколько для этого необходимо.

Для слушающего: краткими нейтральными репликами поддерживать разговор: «да», «я вас понял» и т.д., внимательно выслушивая собеседника; кратко изложить своё мнение, если проблема не требует обсуждения; выделить те моменты в сообщении собеседника, которые требуют обсуждения, предложить встречные вопросы.

Словоохотливые работники воспринимаются отрицательно, поэтому служебный разговор должен быть по возможности коротким и продуктивным.

4. Умейте вежливо отказаться от переговоров в данное время, оговорив время, более удобное для Вас.

В том случае, если Вам некогда не торопясь выслушать собеседника, лучше предупредить его об этом, нежели проявить нетерпеливость, «скомкать» разговор (Ваш партнёр неизбежно это почувствует). В этом случае уместны фразы:

– К сожалению, я очень спешу / занят... / у меня посетитель... // Не могли бы Вы перезвонить через...? / Нельзя ли перенести наш разговор...?

Следует подчеркнуть, что Вы понимаете важность предстоящего разговора и хотите согласовать возможное время переговоров, удобное как для Вас, так и для Вашего партнёра.

Ещё лучше, если этот вариант сразу будет учитывать звонящий и сразу после приветствия осведомится:

– Вы можете уделить мне несколько минут?

5. Будьте готовы записать сообщаемую информацию (рядом с телефоном всегда следует иметь авторучку и бумагу для записей: блокнот, ежедневник и т.д.).

6. Все разговоры следует вести доброжелательным тоном. Если даже ответ точен и полон, но дан в недоброжелательной форме, это наносит ущерб авторитету и работника, и организации, которую он представляет.

Существуют выражения, которых следует избегать, чтобы о фирме (организации) не сложилось превратное представление:

1. «Я не знаю». Никакой другой ответ не может подорвать доверие к фирме столь быстро и основательно. Если Вы не владеете

информацией для ответа, стоит сказать: «Хороший вопрос... Разрешите, я уточню для Вас».

2. «*Вы должны...*». Это серьёзная ошибка. Ваш клиент Вам ничего не должен. Формулировка должна быть гораздо мягче: «Для Вас имеет смысл...» или «Лучше всего было бы...».
3. «*Подождите секундочку, я скоро вернусь*». Лучше объяснить собеседнику, что Вы прерываете беседу в его интересах: «Для того чтобы найти нужную Вам информацию, может потребоваться две-три минуты. Можете подождать?».
4. «*Нет*», произнесённое в начале предложения, невольно приводит к тому, что путь к позитивному решению проблемы усложняется.

Для проверки того, как сотрудники фирмы (организации) усвоили протокол и речевой этикет телефонного разговора, достаточно позвонить в офис и представиться клиентом. После этого можно делать организационные выводы.

Глава 6. Служебно-деловое общение

В данном разделе рассматриваются правила проведения групповых деловых переговоров, презентации и интервью при приёме на работу.

6.1. Деловые переговоры: общая характеристика

Согласно четырехтомному академическому «Словарю русского языка», **переговоры** – это обсуждение с целью заключения согласия между кем-либо по какому-либо вопросу. В приведенном определении подчеркивается специфика данного вида коммуникации, его отличие от других форм, в частности от беседы.

В беседе партнеры обмениваются взглядами, точками зрения, информацией. А в процессе переговоров его участники обычно добиваются соглашения по обсуждаемой проблеме. Конечно, на практике порой бывает трудно провести четкую грань между переговорами и некоторыми видами деловых бесед. Фактически любая беседа может перерасти в переговоры. В свою очередь стороны, ведущие переговоры, не всегда готовы к совместным действиям и ограничиваются обменом взглядами, информацией. Да и само слово *переговоры* в русском литературном языке имеет еще одно значение: «обмен сведениями, мнениями; разговор».

Переговоры бывают межличностными и коллективными, последние проводятся в коллективе сотрудников или между двумя сторонами, двумя командами.

Существуют различные подходы к «классификации» двусторонних деловых переговоров.

В зависимости от сферы деятельности, в которой ведутся переговоры, они могут быть дипломатическими, политическими, экономическими, военными, производственно-техническими, торговыми, административными и др.

Переговоры различают по цели, которую ставят перед собой их участники: цель о заключении соглашения; о координации совместных действий; об изменениях в договоре, перераспределении взаимных обязательств; о нормализации отношений, снятии конфликтных моментов; для привлечения внимания общественности к обсуждаемым вопросам и т. п.

Классифицируют переговоры и по характеру взаимоотношений между сторонами. По данному признаку выделяются три вида переговоров с условными названиями: *партнерские* (участники переговоров – партнеры, работают в условиях сотрудничества); *конкурентные* (участники переговоров – конкуренты, соперники, борются за получение больших выгод, преимуществ); *конфронтационные* (участники переговоров находятся в конфликтных отношениях).

Несмотря на многообразие представленных видов, все переговоры имеют много общих признаков, которые необходимо учитывать в практической деятельности.

Важнейшая особенность переговоров заключается в том, что мнения участников частично совпадают, а частично расходятся. При полном совпадении взглядов оппонентов переговоры не нужны, необходимы совместные действия для решения поставленных задач. Если же позиции сторон диаметрально противоположны и участников общения на данный момент ничто не объединяет, за стол переговоров садиться нельзя. Нужно определенное время для сближения позиций противников и появления взаимных интересов.

Переговоры являются эффективным средством разрешения конфликтов, спорных вопросов, установления доброжелательных отношений и налаживания сотрудничества.

6.2. Деловое совещание в коллективе сотрудников

Мир управленческих отношений сотрудников одного предприятия сложен и многомерен. Ситуация принятия решения ответственным лицом – весьма распространённый и «производственно оправданный» вариант решения проблемы. Здесь многое зависит от уровня компетентности руководителя.

Однако есть вопросы, требующие коллективного обсуждения и решения. Самое общее определение такой ситуации – деловое совещание. Это общепринятая форма делового общения группы с целью обмена информацией и выработки оптимального варианта решения проблемы.

Коммуникантами в этом случае становятся коммуникативный лидер (руководитель подразделения или один из ведущих сотрудников, которому поручено подготовить и провести совещание), и участники совещания.

Советы руководителю совещания

На *этапе подготовки* руководитель обдумывает организационные вопросы, прогнозирует возможные варианты решения вынесенного на обсуждение вопроса.

Прежде всего, необходимо провести отбор участников совещания по данной конкретной проблеме и, в случае необходимости, дать задания компетентным лицам по подготовке соответствующих материалов. Далее чётко спланировать проведение совещания, определить реально необходимые затраты времени (с учётом уровня подготовленности и информированности участников).

Целесообразно продумать вопросы:

– Как точнее сформулировать проблему и определить роль партнёров по общению (дать почувствовать необходимость их активного участия в переговорах)?

– Каковы возможные направления поисков, возможные варианты решения?

– Нельзя ли проблему разбить на составные части, чтобы, в случае осложнения, решить хотя бы часть?

На *этапе проведения* совещания руководитель стремится создать и поддержать конструктивно-критическую атмосферу беседы, чувство ответственности каждого участника за принимаемое решение (руководитель подчёркивает общую заинтересованность в мнении каждого выступающего). Атмосфера должна быть деловой и доверительной одновременно. Культура делового общения предполагает «этикетное оформление» совещания (приветствие в начале, благодарность за участие, пожелание взаимных успехов – в конце).

Главное организационное условие – это поэтапное целенаправленное решение проблемы. Оно обеспечивается:

– чёткостью постановки проблемы и условий её решения;

– такой постановкой вопроса, которая будит мысль и косвенно приглашает участников к выступлению;

– умением руководителя корректно направлять ход беседы в нужное русло, фиксировать главное, делать промежуточные выводы;

– умением дать суммарный анализ высказанных предложений, выделить объективные условия успешного решения проблемы.

Главное психологическое условие и залог эффективности совещания – доверительное отношение к партнёрам по общению, конкретное представление об их возможностях, предвосхищение

возможных контраргументов, понимание их позитивной роли и, наконец, чувство удовлетворения от участия в коллективной работе.

Методы коллективного принятия решений

1. Метод выделения основных компонентов проблемы

призван суммировать общее представление участников о содержании и возможных путях решения проблемы на начальном этапе (этим методом может воспользоваться инициативная группа, готовящая совещание). Компонентами могут быть:

а) Причина (некий факт) – **следствие**. Например:

Причина: несоответствие финансовых возможностей фирмы планам её развития, необходимость увеличить её доходы.

Следствие успешного решения проблемы (то, что необходимо сделать):

- усовершенствование производственных технологий;
- расширение ассортимента фирменной продукции;
- повышение рейтинга продукции на рынке сбыта;
- обеспечение дифференцированного подхода к покупателю.

б) Условие (некая цель, перспектива) – **следствие**. Например:

Условие: повышение рейтинга фирмы на рынке труда.

Следствие:

- увеличение расходов на содержание производственных корпусов фирмы, на техническое оборудование, увеличение фонда заработной платы;
- повышение культуры труда;
- стимулирование сотрудников к раскрытию творческого потенциала: надбавки за инновации, дополнительное привлечение специалистов на условиях почасовой оплаты.

в) Факторы, способствующие решению проблемы и тормозящие его (анализ реально существующих факторов, которые будут задействованы при решении проблемы: кадры, материальная база и т.д.).

2. Метод «домино». При решении проблемы используются некие аналогии, производится опора на уже имеющиеся материалы: с одной стороны, факты и цифровые данные, с другой – существующий опыт, определённость мнений участников совещания, наличие конкретных предложений.

В этом случае роль руководителя совещания будет ведущей: необходимо разумно скомпоновать, «сложить», как в игре «домино», предложения, представляющие наибольший интерес. Творческое использование аналогий вполне может дать достаточно продуманную и эффективную цепочку решений.

3. Эвристические методы решения проблем. Их корни – в эвристических диалогах Сократа (Древняя Греция). Это наиболее современные методы коллективного поиска истины. Разные подходы, взгляды участников рассматриваются не как помеха, а как средство генерирования идей.

Эвристические методы принято противопоставлять логическим, где преобладают строгие правила классификации, анализа. Есть проблемы, где много неизвестного, не поддающегося логическим алгоритмам. Здесь нужны эвристические подходы, во многом основанные на интуиции и определяющие вероятное направление поиска. Человеческий мозг способен к прогнозу, к предвосхищению на основе прошлого опыта, причём информация может синтезироваться неосознанно и не подкрепляться развёрнутыми аргументами.

Выдвигаются различные идеи, подходы к решению проблемы, некоторые из них отвергаются сразу, другие, заслуживающие внимания, рассматриваются всесторонне. Эвристический подход не гарантирует бесспорного успеха, но именно в этом случае возможно решение оригинальное и наиболее выгодное.

Метод «мозговой атаки» (термин американского учёного Осборна) – один из наиболее действенных эвристических методов. Суть его сводится к тому, что сверхзадачей коллективных поисков путей и средств решения проблемы объявляется генерирование идей, самых разных, неожиданных, и их «проверка на прочность» через деструктирование, формулирование контраргументов.

Этапы мыслительно-речевой деятельности участников «мозговой атаки»:

1. Руководитель определяет сущность проблемы и предлагает участникам назвать максимально возможное количество способов её решения (подходов).
2. Фиксируются все предложения. После коллективного обсуждения остаются 2-3 из них, признанные наиболее перспективными. Они и подлежат развитию, обоснованию.
3. Все участники делятся на так называемые «малые группы» (3-5 человек) в соответствии с тем, обоснованием какой идеи-предложения хочет заняться каждый участник. Дополнительно создаётся группа «аналитической оценки» предлагаемых решений, фиксирующая ход работы и обобщающая её результаты.
4. В рамках каждой из «малых групп» идёт активное обсуждение и обоснование одного из выдвинутых предложений-подходов. В группе появляется коммуникативный лидер, организующий обсуждение. Все аргументы фиксируются, располагаются по степени важности.

5. На общее обсуждение каждая «малая группа» выносит суммарную аргументацию возможностей «своего» подхода: лидер группы кратко называет подобранные аргументы.
6. Группа «аналитической оценки» предлагает возможную *систематизацию* выдвинутых предложений: *по какому* признаку можно объединить принципы подхода к решению проблемы, аргументы, выдвинутые разными группами, *что* заслуживает особого внимания (идёт тщательный отбор).
7. Деструктирование отобранных наиболее перспективных предложений: их оценка с позиций реализуемости, выявление всех «минусов», предвидение возможных препятствий. Так в рабочей критике выявляются и фиксируются сильные стороны намечаемого пути решения проблемы.
8. Группа «аналитической оценки» подводит итог высказанным критическим замечаниям, обобщает те положения, (подходы, факторы, условия), которые не были отвергнуты.

На сегодняшний день эвристические методы ведения переговоров в коллективе сотрудников являются самыми демократичными формами коллективного принятия решений.

6.3. Двусторонние деловые переговоры

В коллективном деловом общении двух и более сторон возникают дополнительные сложности в поисках и принятии взаимоприемлемых решений обсуждаемой проблемы.

Почти любая из ситуаций таких переговоров чревата конфликтами, грозящими дестабилизировать обстановку. Идёт ли речь о деловом партнёрстве (доля вклада и доля прибыли, распределение рабочих функций и пр.), об условиях поставки (степень выгоды для заказчика и поставщика) – в этих и других ситуациях обязательно столкнутся разные интересы сторон.

Следует иметь в виду, что переговоры – это не театр военных действий, поэтому недопустимо начинать переговоры с настроением одержать верх над противником. Это никому ничего не даёт.

Если одна из сторон в ходе борьбы одерживает окончательную и решительную победу над другой, то победитель получает все, чего он добивался, а проигравший попадает в унижительное положение. Подобное решение проблемы, как правило, оказывается неустойчивым. Через определенное время проигравший вновь начинает «наступательные действия» для изменения ситуации.

«При правильном ведении переговоров побеждает каждый участник, выигрывают все», – утверждает Дж. Ниренберг, автор книги «Гений переговоров». Главное в успешных переговорах – это не утверждение собственной позиции, а удовлетворение взаимных интересов.

К сожалению, в переговорах нередко приходится сталкиваться с неумением, а порой и явным нежеланием считаться с интересами партнеров, с непониманием того, что только общая выгода, взаимоприемлемый компромисс является условием дальнейшего успешного сотрудничества. Примечательно в этом отношении рассуждение профессора Йоркского университета в Канале Р. Петерсона об экономической политике представителей бывшего СССР: «Когда два западных бизнесмена обсуждают деловые предложения, они рассуждают так: мы объединяемся, чтобы увеличить размеры пирога, и тогда каждый получит большой кусок. У советских – психология другая. Они полагают, что размер пирога определен заранее и задача – оттяпать себе кусок побольше».

Залогом успешного проведения переговоров является хорошая подготовка к ним.

Подготовительный этап включает в себя отработку как организационных моментов, так и содержательной стороны переговоров.

В процессе организации переговоров необходимо решить, кто будет принимать участие в переговорах, кто возглавит делегацию, как распределить обязанности между членами делегации. Нужно определить место, время встречи, составить программу переговоров, уточнить регламент работы, подготовить помещение, оборудовать рабочие места, дать поручение сотрудникам, обслуживающим переговоры, и т. д.

В каждом конкретном случае перед организаторами возникает вопрос, использовать ли в переговорах команду или одного участника. Это зависит от многих факторов: предмета переговоров, их значимости, предстоящих трудностей, условий работы, наличия времени и т. п.

При решении этого вопроса следует учитывать преимущества того и другого варианта. Если **переговоры ведутся одним участником**, к числу их достоинств относятся следующие моменты:

а) предотвращение направления вопросов от противной стороны на наиболее слабого члена команды или создание разногласий внутри членов команды; б) полная ответственность ложится на плечи одного человека; в) предотвращается ослабление заявленных позиций из-за разногласий мнений между членами команды; г) обеспечивается возможность принятия решений на месте.

В большинстве случаев **переговоры ведутся командой**, которая добивается положительных результатов благодаря тому, что:

а) в команде используются люди различных специальностей, они могут скорректировать неправильное восприятие фактов; б) появляется возможность взвешивания и согласования мнений; в) можно выставить другой стороне более широкую оппозицию; г) лидер команды может использовать различных членов команды

как исполнителей для того, чтобы добиваться уступок, или для того, чтобы не позволять делать уступки (подобный подход называется «я должен проконсультироваться по этому поводу с моими партнерами»).

Для участников переговоров далеко не безразлично, где проводятся переговоры – в собственном офисе или на территории оппонентов. При определении места встречи нельзя забывать о выигрышных моментах обеих ситуаций. Вот что по этому поводу пишет Дж. Ниренберг: «Если встреча проводится на вашей площадке, у вас будут следующие преимущества: 1) вам предоставляется возможность получить одобрение у своего руководства по вопросам, которые вы ранее не предвидели; 2) это не дает возможности противной стороне преждевременно завершить переговоры и уйти, что они могли бы сделать, находясь в своем собственном офисе; 3) вы можете заниматься и другими делами и иметь под рукой собственные средства производства; 4) это предоставляет вам психологическое преимущество из-за того, что противная сторона пришла к вам; и 5) это экономит время и деньги на поездку.

Перемещение переговоров на территорию оппонента также имеет свои выгоды: 1) можно посвятить все время именно переговорам, без отвлечений и прерываний, которые могут возникнуть в вашем офисе; 2) можно «придерживать» информацию, заявляя, что в данный момент она у вас отсутствует; 3) у вас будет возможность зайти к кому-нибудь из руководства противной стороны; 4) бремя подготовки хозяйственных дел будет лежать на оппоненте, и оппонент не будет свободен от других своих обязанностей.

Если ни одна из этих альтернатив не кажется удовлетворительной, можно встретиться с оппонентом на нейтральной территории».

На подготовительном этапе особое внимание нужно уделить содержанию предстоящей встречи, т. е. проанализировать проблему, досконально изучить состояние дел, четко сформулировать цели и задачи переговоров, выработать общую позицию команды, определить собственный взгляд на предмет обсуждения, подобрать убедительные аргументы, найти возможные варианты решения, подготовить предложения, составить необходимые документы и т. д.

На первый план выдвигается задача сбора необходимой информации по теме. Информация – это самое эффективное оружие, самое ценное достояние в любых переговорах. Поэтому начинать переговоры рекомендуется только в том случае, когда есть уверенность, что вы знаете по данному вопросу больше своего

оппонента. Для успешных переговоров также очень важно хорошо изучить и самого оппонента.

«Все переговоры имеют целью выявить человека или воздействовать на него, – утверждает английский философ Френсис Бекон в своем эссе «О переговорах». – Если хочешь воздействовать на кого-либо, надо знать его натуру и склонности, чтобы подчинить его; или его слабые места, чтобы застрашать его; или же тех, кто имеет на него влияние, чтобы руководить им через них. Когда имеешь дело с хитрецами, надо при столкновении их речей не упускать из виду их целей; с такими лучше говорить мало и говорить такое, чего они менее всего ожидают. В трудных делах нельзя ожидать немедленных результатов, следует готовить их и давать им созреть постепенно». Нежелание собрать информацию о людях, с которыми предстоит вести диалог, является наиболее распространенной ошибкой, которую многие допускают на этапе подготовки к переговорам.

Необходимо выяснить, что является существенно важным для партнера по переговорам, каковы его ценностные ориентиры, жизненные цели, какую выгоду он может и хочет извлечь из предстоящей встречи и т. п. Известно, что многие люди делают только то, что в той или иной степени соответствует их собственным интересам. Собирая информацию, целесообразно поинтересоваться прошлым оппонента, ознакомиться с результатами его настоящей деятельности, навести справки о его предыдущих успехах и неудачах, личных вкусах и слабостях, взаимоотношениях с начальством, коллегами и т. д.

Рассказывают, что когда президент Кеннеди готовился поехать в Вену для своей первой встречи с Хрущевым, он поставил для себя задачу изучить все речи и публичные выступления Хрущева. Кроме того, он изучил другие материалы, в том числе о его пристрастиях в еде и музыке. Как видим, чрезвычайная важность встречи потребовала тщательного исследования всех деталей и подробностей, касающихся партнера по переговорам.

Таким образом, собранная добротная и объективная информация, компетентность участников переговоров в данной области помогут добиться нужных результатов. Поэтому не следует жалеть времени на подготовку к переговорам, необходимо тщательно продумывать все тонкости и детали предстоящего обсуждения, подобрать возможные аргументы для обоснования своей позиции, наметить, как лучше использовать те или иные приемы воздействия на оппонента.

После подготовительного этапа наступает самая ответственная стадия – собственно переговоры, реальная встреча всех участников. О специфических особенностях непосредственного взаимодействия на переговорах, в частности

международных, интересно рассказывает в своей книге «Азбука дипломатии» А. Ковалев: «А сегодня-завтра снова заседания, снова беседы и встречи. На них надо занять позицию, высказать соответствующие соображения. Придется выступать по ходу заседания, без заранее составленного текста. Просто надо будет попросить слово у председательствующего, нажать на зеленую кнопку и высказать в микрофон мнение делегации: согласие, полусогласие, оговорки, сомнения, возражения. Разумеется, сделать это следует аргументированно, корректно. А эти высказывания синхронно переводятся на остальные рабочие языки. Их слушают другие делегации, на них отвечают. И снова надо... находить дополнительные аргументы и обоснования, парировать заявления оппонентов, вносить предложения».

Остановимся на некоторых моментах, непосредственно связанных с переговорным процессом.

Практика и опыт проведения самых разнообразных переговоров как в нашей стране, так и за рубежом позволили отработать наиболее оптимальную модель процесса переговоров. Назовем ее основные структурные элементы: 1) *Приветствие участников, представление сторон друг другу*; 2) *Изложение проблем и целей переговоров*; 3) *Диалог участников, включающий в себя уточнение, обсуждение и согласование позиций, выяснение взаимных интересов*; 4) *Подтверждение итогов и принятие решений*; 5) *Завершение переговоров*.

Остановимся на некоторых моментах, тесно связанных с переговорным процессом.

Типы совместных решений. Выделяются три типа совместных решений участников переговоров: 1) компромиссное, или «серединное решение»; 2) асимметричное решение, относительный компромисс; 3) принципиально новое решение, «снятие» основных противоречий.

Компромисс – это соглашение на основе взаимных уступок. Компромиссное решение возможно только тогда, когда стороны готовы пойти навстречу друг другу и удовлетворить хотя бы часть взаимных интересов. При этом надо иметь в виду, что требования сторон должны носить законный характер и уступки быть равноценными. Рекомендуют учитывать «поле интересов»: делая большие уступки по менее значимому для себя вопросу, но более значимому для оппонента, участник переговоров получает больше по другому вопросу, который представляется ему наиболее важным. В результате происходит «размен» уступками на переговорах. Компромиссное решение является наиболее типичным на различных переговорах.

Суть асимметричного решения заключается в том, что уступки одной стороны значительно превышают уступки другой, но оппонент

вынужден соглашаться с этим, в противном случае он потеряет ещё больше. Фактически такие решения закрепляют с помощью переговоров поражение какой-либо стороны.

Эффективное средство «снятия» существующих противоречий это нахождение принципиально нового решения, нестандартный подход к рассмотрению проблемы. Иногда кажется, что переговоры зашли в тупик. Но какими бы безнадежными они ни казались сначала, всегда можно найти выход из положения, если творчески подойти к делу.

Помочь в таких переговорах, по мнению американских специалистов Р. Фишера и У. Юри, может так называемая стратегия прорыва. Она основана на уважении к оппоненту. Важно не заставлять его принимать решение, а дать возможность самому сделать свой выбор. Для этого нужно соответствующим образом изменить обстановку, другими глазами посмотреть на ситуацию, трансформировать переговоры, превратить противника в партнера по конструктивным переговорам и т. п. Во время Гражданской войны в Америке Авраам Линкольн выступил с речью, в которой сочувственно отозвался о мятежниках-южанам. Пожилая дама, ярая юнионистка, обвинили его в том, что он с симпатией говорит о врагах, вместо того чтобы уничтожать их. Его ответ стал классическим: «Отчего же, мадам, – отвечал Линкольн, – разве я не уничтожаю врагов, делая их своими друзьями?».

Тактические приемы. В процессе ведения переговоров рекомендуется использовать разнообразные тактические приемы, которые помогают участникам в повышении продуктивности разговора. Эти приемы широко известны, активно применяются на практике, описаны в методической литературе.

Приведем принятую классификацию тактических приемов:

А. Приемы, имеющие широкое применение на всех этапах

Уход. Этот прием связан с закрытием позиции. Например, оппонент просит отложить рассмотрение вопроса, перенести его на другую встречу. *Уход* может быть *прямым* (открыто предлагается отложить данный вопрос) или *косвенным* (ответ звучит неопределенно; вопрос не замечается и т. п.).

Затяжка. Одна из сторон по различным соображениям пытается затянуть переговоры. Представляет серию различных видов «уходов».

Выжидание. Участники стараются сначала выслушать мнение оппонента, а затем уже формулировать собственную позицию.

Выражение согласия. Оппонент стремится подчеркнуть общность с уже высказанным мнением партнера.

Выражение несогласия. Оппонент дистанцируется от высказывания партнера.

Саями. Суть приема – медленное приоткрывание собственной позиции с целью затянуть переговоры, получить как можно больше

информации от другой стороны.

Б. Приемы, относящиеся ко всем этапам, но имеющие свою специфику в применении на каждом из них:

Пакетирование. Несколько вопросов предлагаются к рассмотрению в виде «пакета», т. е. обсуждаются не отдельные вопросы, а их комплекс. В «пакете» могут быть увязаны привлекательные и непривлекательные для оппонента предложения. Чаще всего такие «пакеты» используются в рамках торга. «Пакет» может представлять собой и размен уступок оппонентов друг другу при совместном решении проблемы.

Выдвижение требований в последнюю минуту. Один из участников выдвигает новые требования в самом конце переговоров, когда все вопросы уже решены. Если другая сторона стремится сохранить достигнутое, то она может согласиться и пойти на уступки.

Постепенное повышение сложности обсуждаемых вопросов. Начинать переговоры рекомендуется с более легких вопросов. Прием ориентирован на совместный с партнером анализ проблемы.

Разделение проблемы на отдельные составляющие. Прием предполагает отказ от попыток решения проблемы сразу целиком.

В. Тактические приемы, применяемые на определенных этапах переговоров

Этап уточнения позиций

Завышение требований. В формулировку позиции включаются пункты, которые потом можно безболезненно снять, делая вид, что это является уступкой, и соответственно потребовать аналогичных шагов со стороны оппонента.

Расстановка ложных акцентов в собственной позиции. Участник переговоров демонстрирует крайнюю заинтересованность в решении какого-либо вопроса, хотя на самом деле он является второстепенным. Затем вопрос снимается, решения принимаются по другому, более важному вопросу.

Отмалчивание. Закрытие позиции, создание неопределённости на первом этапе переговоров.

Блеф. Использование заведомо ложной информации, имитация наличия у себя запасных вариантов решения проблемы без помощи партнёра.

Открытие позиций. Оппонент прямо заявляет о своей позиции в выступлении, ответах на вопросы или через уточнение позиции партнера.

Этап обсуждения позиций

Возражение партнеру. Указание на слабые стороны позиции оппонента: недостаточность полномочий; нервозность, возбужденное состояние; противоречивость высказываний и требований; отсутствие альтернативных вариантов и др.

Упреждающая аргументация. Задается вопрос, ответ на который обнажит несостоятельность позиции оппонента.

Искажение позиции оппонента. Позиция оппонента формулируется с выгодными для себя искажениями.

Угрозы и давление на оппонента. Чтобы добиться необходимых уступок от оппонента, используются различные формы давления: предупреждение о неприятных последствиях; указание на возможность прерывания переговоров; указание на возможность блокирования с другими партнёрами; выдвижение экстремальных требований; предъявление ультиматума.

Поиск общей зоны решения. Попытка найти точки соприкосновения в позициях сторон.

Этап согласования позиций

Принятие предложений. Согласие с предлагаемыми решениями.

Принятие части предложений оппонента.

Отклонение предложений оппонента.

Внесение явно неприемлемых для партнера предложений. Используется, чтобы после отказа в принятии решения обвинить оппонента в срыве переговоров.

Выдвижение требований по возрастающей. Как только противник в чем-то уступил, ему предъявляются новые требования.

Вымогательство. Одна из сторон выдвигает требование, нежелательное для противоположной стороны и безразличное для себя. Цель – получить уступку в обмен на то, что это требование будет снято.

Ультиматум или последнее слово. Оппоненты требуют немедленного принятия решения, в противном случае они уходят с переговоров. Прием рискованный, но иногда оправдан.

Возвращение предложений на доработку. При этом даётся обоснование возврата: уточнения и конкретизации каких пунктов в макете договора Вам не хватает и почему.

Возвращение к дискуссии. Используется, чтобы избежать принятия соглашений или в тех случаях, когда действительно остались какие-то неясные вопросы.

Двойное толкование. В результате переговоров выработано соглашение, в формулировку которого одна из сторон «заложила» двойной смысл, оставшийся незамеченным оппонентом. Затем соглашение трактуется в своих интересах, без его нарушения.

Недостатки при ведении переговоров

Чтобы переговоры проходили успешно, надо постараться избежать ошибок, о которых пишет Отто Эрнст в своей книге «Слово предоставляется вам». Назовем основные из них:

•«Холодный запуск». Партнер вступает в переговоры, не обдумав предварительно их необходимость и цель, их сложность и возможные последствия. В этом случае за ним лишь «ответный ход», а инициатива будет исходить от оппонента.

•«Отсутствие программы». У партнера нет четкого плана действий в пределах максимальных и минимальных требований. Безусловно, переговоры легче вести, имея различные варианты действий.

•«Главное, чтобы меня это устраивало!» Партнер настолько ориентирован на собственные интересы, что представители другой стороны не видят для себя никаких преимуществ. Это отбивает у них желание вести переговоры.

•«Пускать все на самотек». Партнер не имеет четкого представления о собственных конкретных предложениях и аргументах, критериях оценки предмета переговоров, позиции, ожиданиях и реакции противной стороны. Эффективность переговоров снижается из-за недостаточной их подготовки.

•«Коммуникативные заморыши». Неправильное поведение одного из партнеров отрицательно сказывается на атмосфере переговоров, мешает достижению их цели (партнер не умеет слушать, ведет себя излишне эмоционально, несдержанно; не аргументирует, а своенравно отстаивает свою позицию; не приводит новые факты, не выдвигает новые предложения, а излагает известные, мешающие решению проблемы; не руководствуется общими интересами и т. д.).

В заключение напомним, что результатом успешно проведенных переговоров является подписание сторонами контракта или ликвидация конфликтной ситуации, урегулирование спорных вопросов.

6.4. Презентация

В практике делового общения широкое распространение получили презентации. Рассмотрение этой формы коммуникации начнем с уточнения значения самого слова *презентация*. Латинское *praesentatio* переводится как «представление», «предъявление». Вначале это слово употреблялось у нас в качестве термина в значении «*предъявление, представление к взысканию денежного документа*», например, *презентация векселя*, согласно «Толковому словарю русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова (т. 3, 1939), «Словарю русского литературного языка» в 17 томах (т. 11, 1961). «Современный словарь иностранных слов» (1993) уточняет прежнее и фиксирует новое значение слова *презентация*:

Презентация (лат. *praesentatio*) — 1) представление, предъявление переводного векселя лицу, обязанному совершить платеж (трассату); 2) *общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного, например, книги, журнала, кинофильма, телепрограммы, организации.*

А вот в «Толковом словаре русского языка конца XX в. Языковые изменения» (1998) отмечаются только его новые значения: 1) *Большой официальный прием (иногда с угощением), устраиваемый фирмой, организацией, предприятием и т. п. с целью рекламы, для ознакомления со своей деятельностью;* 2) *Торжественное публичное представление, демонстрация чего-либо (иногда сопровождаемое приёмом с угощением).*

Под презентацией мы будем принимать любое публичное представление чего-либо нового.

По мнению Л. Арредондо, специалиста по эффективной коммуникации, презентации помогают отдельным лицам или организациям приобрести необходимую известность, которая является визитной карточкой делового успеха, и таким образом достичь своих целей.

Автор формулирует цели, которых может достичь человек в результате успешной презентации:

1. Создать мнение о себе как о высококвалифицированном специалисте, знающим свою работу и относящимся к ней творчески.
2. Проявить свои лидерские качества и интеллектуальный потенциал.
3. Продемонстрировать инициативность, организованность и способность к творчеству.
4. Убедить других принять ваши идеи, рекомендации, предложения или точку зрения.

Большие возможности презентация открывает и перед организацией любого типа. Она позволяет:

1. Продвинуть продукцию, услуги; расширить интересы, обогатить программу.
2. Распространить информацию внутри организации или среди широкой публики.
3. Повысить узнаваемость имени или названия.
4. Поднять восприимчивость потребителя к новым продуктам или услугам.
5. Найти пути и новые возможности воздействовать на тех, кого организация стремится обслуживать (т.е. клиентов, избирателей, жертвователей и прочих).

Таким образом, презентация мобилизует ресурсы личности и организации, увеличивает их популярность, привлекает внимание к их деятельности деловых кругов и широкой общественности.

Главная цель деловой презентации – убедить присутствующих подействовать в нужном направлении: одобрить предлагаемый проект; поддержать новую идею предложение; купить продукт или услугу; принять бюджет, законодательный акт; использовать полученную информацию; внедрить новые методы; проголосовать за кандидата; подписаться на периодическое издание и т.д.

Существуют различные виды презентаций. Л. Арредондо выделяет два типа презентаций: *внешние* и *внутренние*. *Внешняя* презентация рассчитана на лиц, не принадлежащих к организации, которую представляет презентатор. Например, выступление торгового представителя фирмы перед покупателями. *Внутренняя* презентация проводится в рамках одной организации (например, управляющий обращается к руководящим

работникам своей фирмы, менеджер выступает перед сотрудниками отдела, референт докладывает совету по некоторой теме).

Внутренние презентации в зависимости от позиции сторон по вертикали делятся на *нисходящие* и *восходящие*. Если коммуникация идёт вниз по иерархической лестнице, т.е. руководитель выступает перед начальниками подразделений, начальники подразделений – перед подчинёнными, то презентация будет *нисходящей*. Наоборот, презентация подчинённого перед начальником отдела, начальника – перед руководителем организации называется *восходящей*.

Как внешние, так и внутренние презентации могут быть *продвигающими* (их цель – рекламировать, продвигать, внедрять новые идеи, услуги, товары, программы, поддерживать определённого кандидата, политическую платформу и т.п.) и *информационными* (основной акцент ставится на сообщение и передачу информации).

Целесообразно рассматривать презентации также с точки зрения размера аудитории, т.е. количества слушателей, к которым обращается презентатор. По этому параметру выделяют три типа презентаций: *публичные, камерные и приватные*.

А. Публичная презентация

Она рассчитана на большую аудиторию. Публичные презентации бывают *массовыми* (от 50 до 200 человек) и *групповыми* (от 15 до 50 человек).

Публичная презентация представляет собой хорошо спланированное мероприятие. Обычно она проводится в соответствии с заранее разработанным сценарием, в ней используются визуальные вспомогательные средства (плакаты, схемы, таблицы, слайды, фильмы и др.). Специальное время отводится ответам на вопросы.

Публичная презентация проходит чаще всего в течение 1,5 – 2 часов. Начинать её рекомендуется примерно в 15.00 – 16.00 часов. После презентации организаторы предлагают коктейль или фуршет (17.00 – 19.00).

Соответствующим образом готовится помещение для презентации. Зал заседания, фойе оформляются рекламными плакатами, стендами, иллюстративными материалами. Хорошее впечатление на участников презентации производит вручение им рекламных подарков, в качестве которых используются недорогие предметы: авторучки, записные книжки, календари, значки, проспекты, печатная продукция организации и др.

Принято сообщать о предстоящей презентации в средствах массовой информации, а участникам и гостям присылать пригласительные билеты. При проведении публичной презентации очень важно учитывать особенности поведения и реакции людей в большой аудитории. Вот что пишет по этому поводу Энтони Джей в книге «Эффективная презентация»: «Главный парадокс аудиторий состоит в том, что чем они больше, тем больше похожи на одного человека. Вместо того чтобы стать более

разрозненной, она становится более однородной. В связи с увеличением размера аудитории у ведущего возникает дополнительная проблема: чем больше аудитория, тем меньше она реагирует на то, что презентуется, и тем больше на человека, который всё это презентует».

Автор подчёркивает, что с людьми в большой аудитории происходят две важные вещи, которых трудно добиться при других обстоятельствах:

- они объединяются и солидаризируются;
- они единодушно принимают и одобряют чьё-то лидерство.

Следует иметь в виду, что большая аудитория не предназначена для дискуссионного обсуждения вопросов, в ней трудно использовать аргументы, уместные и понятные для всех присутствующих. Здесь очень важны ораторские способности презентатора, его умение управлять слушателями и воздействовать на них.

Контрольный список действий:

1. Определитесь с целью презентации.
2. Решите, кто и что будет делать.
3. Каждый из ведущих должен выразить в одном предложении всё, что он хочет внушить слушателям.
4. Все ведущие должны сделать наброски выступлений.
5. Заметки нужно проверить, чтобы убедиться, что они способны заинтересовать аудиторию и в то же время содержат всю необходимую информацию.
6. Ведущие надиктовывают или записывают тексты своих выступлений.
7. Изучите каждый раздел, чтобы определиться со вспомогательным материалом.
8. Проработайте каждый раздел, чтобы удалить шероховатости и пробелы.
9. Прогоните всю презентацию по порядку. Это ваш последний шанс сократить или изменить её.
10. Проведите генеральную репетицию непосредственно на месте действия (если это возможно)¹².

Подводя итог, отметим, что для публичной презентации характерны, прежде всего, строгая регламентированность процедуры её проведения (порядок выступлений, распределение ролей, согласование тематической направленности речей, ответы на вопросы и т.п.) и чёткое структурирование презентационных речей. При демонстрации предмета презентации особенно важно обратить внимание на такие параметры: актуальность решаемой задачи, новизна и оригинальность решения, перспективы развития, коммерческая эффективность, готовность общества к восприятию данного проекта. Не следует скрывать недостатки проекта, если таковые имеются, однако необходимо при этом объяснить, с чем они связаны, каковы

¹² Джей Э. Эффективная презентация / Э. Джей. – Минск, 1996. – С.55.

перспективы их преодоления, и подчеркнуть, что достоинства проекта почти полностью компенсируют его недостатки.

В. Камерная презентация

Это довольно распространённый тип презентации для небольшого количества слушателей (до 15 человек). Такие презентации проводят в помещении фирм, организаций, учреждений. Предмет камерной презентации представляет в основном продукция торговых фирм, продающих косметику, посуду, пищевые биологически активные добавки (БАДы) и другие мелкие товары. Нередко такого рода презентации проводят и в домашней обстановке.

Хозяйка дома приглашает к себе в гости подруг и знакомых на презентацию товаров. В развёрнутом выступлении, перерастающем в беседу, она рекламирует продукцию фирмы, отвечает на вопросы гостей, подаёт лёгкую закуску, чай, кофе и предлагает сделать заказ. С продажи каждого предмета она получает определённый процент.

Как считают психологи, решающим фактором здесь оказывается не качество самого продукта, а возникающая социальная связь. Люди больше доверяют тем, кто им знаком и кто им нравится, поэтому они охотнее покупают у подруг, чем у незнакомого продавца. Интересно то, что сами покупатели ощущают оказываемое на них улыбчивой «подругой» давление, но не знают, как его избежать.

Отличительной особенностью маленькой аудитории является то, что она не представляет собой единого монолита, чего-то цельного. Здесь каждый остаётся личностью, имеет возможность проявить свою индивидуальность. В маленькой аудитории от презентатора ждут не длинного монолога, а живого непосредственного диалога, умения вовлечь в разговор всех присутствующих. Количество времени, посвящённое ответам на вопросы, в определённой мере является показателем успешной презентации. Очень важно во время презентации создать неформальную, непринуждённую, доверительную обстановку.

С. Приватная презентация

Это неофициальная презентация, предназначенная для 1 – 2 человек. Чаще всего она осуществляется при продаже товара в магазине (продавец – покупатель), в учреждениях, организациях, на производстве, на улице (реализатор, распространитель – потенциальный покупатель, клиент). Чтобы добиться ожидаемого результата, презентатор должен быть хорошим психологом, уметь разбираться в людях (учитывая, что он может знакомиться с потенциальными клиентами прямо на улице), быть квалифицированным товароведом, досконально знать достоинства и недостатки распространяемого товара своей фирмы, а также аналогичного товара конкурентов.

Примерная схема частной презентации выглядит следующим образом:

1. Выбор и оценка потенциального покупателя, клиента (возраст, внешний вид, материальные возможности и т.д.).
2. Общая характеристика презентуемой фирмы, её услуги, предоставляемые клиентам.
3. Анализ качества предлагаемого товара и сопоставление его с образцами конкурирующих фирм (эффективность, удобство, безопасность, универсальность, стоимость и др.). Выделение преимуществ данного товара.
4. Нейтрализация сомнений и возражений клиента (вплоть до безвозмездного вручения ему пробных экземпляров товара для самостоятельного заключения о качестве и выгоды предлагаемой продукции).
5. Приглашение к сотрудничеству, указание на каналы связи.

Важной особенностью частной презентации является её диалогический и разговорный характер. Это позволяет достичь большей теплоты и доверительности в беседе с клиентом.

Свободная структура диалога позволяет оперативно реагировать на слова собеседника, адекватно отвечать на его реакцию, своевременно разрешать его сомнения, корректировать собственную стратегию и тактику. В результате частной презентации клиент зачастую становится помощником презентатора, пропагандируя товар среди своих друзей и знакомых.

D. Презентационная речь как разновидность публичной речи

Презентационная речь готовится заранее, но не читается перед публикой, а произносится по памяти.

Презентационная речь представляет собой разновидность публичной речи. Как всякое публичное выступление, она строится по определенным принципам. Эти принципы таковы:

1. Принцип краткости. Обычно презентационная речь длится 10-15 минут. Однако объем выступления должен быть достаточным для раскрытия основной темы выступления.

2. Принцип последовательности. Все микротемы выступления должны быть подчинены основной теме. Все части выступления должны быть взаимосвязаны и взаимообусловлены.

3. Принцип целенаправленности. Выступление должно быть подчинено ясной логике. Сам выступающий, а за ним и слушатели должны осознавать направленность выступления, соответствие его логической структуры следующей цепочке:

Проблема → тема → тезис → аргументы.

Тезис – это основное положение выступления, а аргументы – это доказательства, приводимые в поддержку тезиса.

4. Принцип усиления. Речевое воздействие должно усиливаться от начала к концу выступления.

Это может быть достигнуто расположением материала по возрастанию значимости, усилением эмоционального накала изложения при помощи словесных и интонационных средств.

5. Принцип результативности. Выступление должно содержать некоторый предлагаемый слушателям вывод, призыв к действию, рекомендации. Вывод или призыв должен быть сформулирован в емкой, запоминающейся словесной формуле.

Изложенные принципы построения публичного выступления должны быть реализованы в структуре композиции выступления, которая чаще всего представляет собой традиционные три части: вступление, основная часть, заключение.

Во вступлении, в свою очередь, выделяют:

- зачин (в презентационной речи это обращение к аудитории и объявление цели собрания) и завязку (объяснение цели сообщения);
- основную часть (в основной части излагаются основные сведения о предприятии, презентуемом товаре: статус, общая направленность, специфика деятельности предприятия, указание на потребителя, характер доступности, местонахождения и т. п.);
- заключение (заключение в презентационной речи может включать напоминание о цели собрания, обобщение сказанного и призыв к сотрудничеству).

Важнейшим условием успеха является то, что структура (логика) выступления должна быть прозрачной, понятной для слушателя. Таким образом, слушатель (в данном случае коллективный слушатель) является не пассивным, а активным участником коммуникации.

Активизация внимания слушателя достигается:

а) выделением структуры выступления с помощью когезивных¹³ средств: *начну с ...; теперь о ...; и, наконец, о ...; в заключение отмечу, что ...*

Позвольте мне начать с истории возникновения нашего предприятия ...

Если позволите, я начну с проекта создания нашей инвестиционной компании.

Теперь позвольте рассказать о реализации наших планов. В отношении сегодняшнего состояния дел ... Несколько слов о наших планах ... В заключение позвольте выразить надежду ... Позвольте в завершение выразить уверенность;

¹³ **Когезия** – формально-грамматическая и смысловая связность текста. Следовательно, когезивные языковые средства – это средства грамматической и смысловой связности текста. – Примеч. автора.

б) диалогизацией монолога, причем форма диалога может быть открытой и скрытой. Открытый диалог представляет собой вопросно-ответную систему общения с аудиторией. Он менее характерен для этого жанра публичной речи.

Наиболее характерны для публичной речи скрытые формы диалога: вопросы самому себе, скрытые и косвенные вопросы.

Как вы уже, наверное, знаете...

Что можно сказать о популярности новых видов связи? За ними будущее, они стремительно завоевывают рынок коммуникаций;

в) авансированием, которое представляет собой затягивание сообщения важной или интересной мысли, идеи, некоторых подробностей, которые наверняка интересуют слушателей. В этом случае выступающий сначала упоминает о том или ином факте, а затем говорит:

Но об этом несколько позже...

Об этом подробнее я расскажу потом...

Остановимся на этом попозже...;

г) акцентировкой существенно важной информации. Акцентировать сообщаемое можно изменением темпа, ритма речи, паузами, интонацией.

При монотонном, бесстрастном изложении показатели внимания значительно ухудшаются.

Во время публичного выступления можно использовать так называемую «вокальную спираль» – постепенное увеличение громкости и темпераментности изложения к концу речи;

д) демонстрацией образцов изделий, товаров, буклетов. Обычно на презентациях гостям вручают небольшие сувениры: буклеты, открытки, образцы товара в рекламных целях;

е) использование юмора. В торжественных речах юмор использовать не принято, однако небольшие вкрапления шутливых замечаний не повредят общему настрою и помогут привлечь внимание и симпатии аудитории к оратору.

Составляя текст речи, нужно помнить, что вторая половина речи кажется слушателям вдвое длиннее первой. Последние десять минут торжественной речи длятся в три раза дольше, чем первые десять. Поэтому вторую половину выступления нужно делать более живой, разнообразной и легко воспринимаемой, независимо от того, сколько длится выступление.

Напомним, что главная цель презентации – расширение рынка сбыта продукции, услуг благодаря привлечению внимания к фирме, торговой марке, товару. Второй, тоже, безусловно, важной задачей является расширение деловых связей, упрочение уже существующих контактов. Помимо прагматических целей презентации устраиваются для создания праздничного настроения. Последнее достигается оптимистичным, приподнятым тоном общения, комплиментами аудитории:

Для меня большая честь обратиться к такому блестящему собранию...

Поскольку здесь собрались профессионалы, я могу не останавливаться на деталях...

Можно завершить выступление пожеланием слушателям хорошо провести оставшуюся часть вечера, церемонии.

6.5. *Интервью*

Интервью относится к разряду межличностных деловых переговоров. Правила делового и речевого поведения каждого из участников интервью предопределены его социальной ролью.

Социальные роли участников: претендент на вакантную должность и руководитель предприятия.

Коммуникативное намерение руководителя:

– Удостовериться в достаточно высоком уровне квалификации претендента (в соответствии со специализацией);

– Понять, каковы мотивы действий претендента (перемена места работы), насколько глубока заинтересованность претендента в данной конкретной работе, что он знает о характере работы на данном конкретном предприятии;

– Выяснить семейно-бытовое положение претендента.

Руководитель выступает в качестве коммуникативного лидера: он обозначает цель беседы и время её окончания, задаёт претенденту необходимые вопросы и, с другой стороны, готов ответить на вопросы собеседника.

Коммуникативное намерение претендента: убедить собеседника в серьёзности своих намерений, в том, что он вполне подходящая кандидатура на данную вакантную должность.

Его подготовка к собеседованию, линия речевого поведения должны быть тщательно продуманы.

Следует подготовить и положить в удобную папку все необходимые документы, не забыв о чистом листе бумаги и ручке.

Необходимо проявить пунктуальность и корректность во всех действиях: прийти чуть раньше назначенного времени, держаться уверенно, но не развязно, не садиться без приглашения, не торопиться доставать документы.

Приветливое выражение лица, спокойная уверенная манера держаться производят благоприятное впечатление (значение первого зрительного восприятия нельзя недооценивать).

Речь хороша краткая, информативно насыщенная, учитывающая ожидания собеседника. Лучше задавать прямые вопросы и ожидать прямых ответов. Уклончивые, обтекаемые фразы, тем более такие, смысл которых может быть истолкован двояко, производят негативное впечатление: будут расценены либо как некомпетентность, либо как неискренность.

В первую очередь претенденту следует выяснить такие вопросы:

- Каков конкретный характер и объём предлагаемой работы;
- Каковы конкретные условия выполнения производственных заданий: режим работы, количественные и качественные показатели, техническая оснащённость рабочего места;

Размер заработной платы, премиальных; социально-бытовые условия (отпуск, детские учреждения и пр.);

- Возможности повышения квалификации.

В конце беседы целесообразно задать вопрос: «Когда я могу узнать о результатах?». Это будет свидетельством заинтересованности претендента. В заключение стоит поблагодарить за встречу, за внимание, которое было проявлено со стороны работодателя, и попрощаться.

РАЗДЕЛ II. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Практическое занятие 1.

Особенности официально-делового стиля речи

Упражнение 1. Прочитайте данные слова и словосочетания. Укажите те из них, которым свойственна окраска официально-делового стиля.

Вознаградить за труды, нетрудоспособность, жилье, приводить к общему знаменателю, принять к исполнению, жилищный фонд, надлежащий, предписывать, чудесный случай, проводить исследование, ходатайствовать, привлечь к ответственности, поставить на вид, установленный порядок, единовременное пособие, посоветовать, содействовать, прямые обязанности, прогулка, соглашение, несоблюдение, дипломная работа, просрочка, ответчик.

Упражнение 2. Прочитайте предложения. Объясните, чем мотивировано употребление действительного и страдательного залога в текстах документов.

Оплата гарантируется. Извещение отправлено. Ваш факс получен. Сроки поставки оборудования срываются. Ваше предложение принято. Указанная документация будет отправлена в сроки, указанные договором. Завод не гарантирует качество изделий по истечении шести месяцев с момента отгрузки. Начальник отдела комплектации нарушает правила внутреннего распорядка. Главное управление не возражает, чтобы завод приступил к выпуску самосвалов с ноября 2010 года. Несмотря на неоднократные напоминания, комбинат задерживает отгрузку металлических профилей.

Упражнение 3. 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, соглашение, 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.

Упражнение 4. Укажите наиболее вероятные варианты сочетаемости данных глаголов с существительными. Составьте предложения.

Образец: разрешить спор. Экономические споры часто разрешаются в судебном порядке.

Внести, высказать, заслушать, затребовать, обеспечить, объявить, предоставить, принести, составить, продлить, произвести, принять, предпринять, представить, оказать, рассмотреть, удовлетворить.

Упражнение 5. Образуйте словосочетания, имеющие окраску официально-делового стиля, подобрав к приведённым ниже существительным согласованные и несогласованные определения.

Ответственность, действия, лицо, пособие, меры, порядок, полномочия, обстоятельства, рассмотрение, срок, ущерб, цена, обслуживание, отношения.

Упражнение 6. Чем вызвано нарушение смысловой точности высказывания в приведённых ниже фрагментах деловых посланий? Отредактируйте предложения.

1. Эти данные позволили автору основать следующие выводы и предложения. 2. Стала очевидной нетождественность замыслов программы социальным условиям жизни. 3. Необходимо еще раз обсчитать все данные. 4. Следует затвердить это на собрании. 5. Мне было отказано под благоприятным предлогом. 6. Был провозглашен приговор суда. 7. Это достигалось самыми неудобными средствами. 8. На заводе возникло нестерпимое положение.

Упражнение 7. Прочитайте предложения, взятые из текстов документов. Найдите ошибки, связанные с нарушением лексической сочетаемости, исправьте их.

1. Для проведения занятий по информатике временно привлекаются компьютерные классы кафедр. 2. Наши предприятия долгие годы состоят в добрых партнерских отношениях. 3. Полагаем, что результаты испытаний

могут составлять взаимный интерес для наших фирм. 4. Коллектив завода принял обязательство ускорить выпуск новой модели.

5. Прошу Вас сообщить стоимость 1 шт. кондиционера, необходимую для внедрения в калькуляцию заказчика. 6. Транспортные издержки при перевозках по железной дороге многократно меньше, чем при морских и авиационных.

Упражнение 8. Исправьте ошибки, вызванные неправильным сокращением слов. Являются ли подобного рода сокращения причиной двусмысленного толкования фразы?

1. Ростовская об., гор. Батайск, Лесной пр., д. 7. Дорохову Н.Н. 2. Граж. Иванову оплатить ком-у в трехдневный срок. 3. Копия направляется г. бух. завода «Прометей». 4. Контроль за исполнением приказа возлагается на зам. дир-ра за-да «Красный Пр-й». 5. Гарант-ем возврат в месячный срок с момента доставки. 6. Обяз-ся уплатить также стоимость перевозки и страхования. 7. Председателем ком-и назначить проректора по уч-е Малышева П.И.

Упражнение 9. Сделайте сокращённую запись приведённых ниже словосочетаний:

1. Волгоградская область; почтовый ящик № 25; станция «Астапово»; отделение связи Кировского района; город Пермь; озеро Байкал.
2. Кандидат технических наук; заместитель декана; заведующий кафедрой; член-корреспондент Академии наук; исполняющий обязанности главного бухгалтера; генеральный директор; главный врач больницы.
3. Техническое задание; специальный заказ; государственный стандарт.
4. Смотри на странице 720; так далее; тому подобное; десять миллионов рублей; 1980 – 1990 годы.
5. Промышленный строительный банк; Научно-исследовательский институт; свободно конвертируемая валюта; налог на добавленную стоимость; расчетный счет.

Упражнение 10. Перепишите предложения, раскрывая скобки. Объясните правила записи цифровой информации.

1. Плановых проверок должно быть не менее (2) в течение года. 2. Испытания должны продолжаться (3 – 5) дней. 3. Требуется (3200) грузовиков грузоподъемностью (20) т. 4. (35) изделий не получили сертификат качества. 5. Было уничтожено (36) гектаров виноградников. 6. Шероховатость поверхности по (6) классу точности. 7. Изделия (1), (2), (3) сорта направлены на экспертизу. 8. Строительство дома завершено во (2) квартале. 9. Лыжники совершили (20 км) пробег.

Упражнение 11. Объясните характер допущенных ошибок в приведённых ниже предложениях.

1. Прошу оплатить стоимость двух диодов (820 руб.) для их замены согласно счета. 2. Убедительно прошу Вас для сохранения достигнутого уровня обучения в техническом лицее выделить ему компьютерный класс. 3. Изучая проблемы городского транспорта, учеными были получены интересные результаты. 4. Это показывает о том, что мы терпимо относимся к недостаткам. 5. В наше предприятие приглашены на работу молодые специалисты. 6. Согласно Вашей просьбы направляем Вам документы, необходимые для подписания договора. 7. Руководство производственной практики осуществляется ведущими специалистами предприятия. 8. Выступивший на собрании заместитель директора доцент Иванова объяснила суть дела. 9. Выводы комиссии обоснованные и справедливые. 10. В связи с предварительной договоренностью высылаем Вам необходимые документы. 11. Гражданка Сидорова Н. Ф. обратилась с заявлением о разводе брака. 12. Пишите Ваши инициалы полностью.

Упражнение 12. Прочитайте отрывки из инструкций деловых писем. Определите, какой тип контекста (последовательный или параллельный) представлен в них. Выводы обоснуйте.

1. Изделия, состоящие из нескольких деталей, изготавливают по сборочным чертежам. Чтобы собрать изделие по сборочному чертежу, необходимо предварительно изготовить отдельные детали. Для изготовления отдельных деталей надо обеспечить производство рабочими чертежами. Составление рабочих чертежей по сборочным чертежам – детализирование.

2. В настоящее время завод располагает возможностью для строительства двух крупнопанельных 12-этажных 72-квартирных домов-башен по типовым проектам. Дома-башни предполагается разместить на улице Лесная. Строительство домов-башен подтверждено Министерством и городскими организациями. На строительство домов-башен выделены необходимые фонды, намечены подрядные организации.

Упражнение 13. Определите, как осуществляется связь между предложениями (лексический повтор, местоимённый повтор, семантический повтор, грамматический повтор) в приведённых ниже местах.

1. Вуз убедительно просит рассмотреть вопрос о выделении квартир для сотрудников из фонда города. В настоящее время вуз жилищное строительство не ведёт. 2. Согласно решению коллегии завод должен изготовить станки к началу 2011 года. Станки должны быть изготовлены в строгом соответствии с прилагаемой научно-технической документацией. 3. Просим выслать подробную информацию о выставке. Эта информация необходима для составления каталогов. 4. Если система охлаждения агрегата выйдет из строя, его эксплуатация должна быть немедленно прекращена.

Если же в ходе эксплуатации будут обнаружены неполадки других узлов, следует обращаться к специалистам по наладке оборудования.

Упражнение 14.

а) Укажите стилистическую принадлежность слов, входящих в приведенные ниже отрывки.

I. Договор.

Договор №23

. Научно-техническое предприятие "Глория", именуемое в дальнейшем "Поставщик", в лице директора Синопальникова Всеволода Дмитриевича, действующего на основании устава, с одной стороны, и Открытое акционерное общество "Восток", именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице директора Земскова Геннадия Андреевича, действующего на основании устава, с другой стороны, заключили настоящий договор.

1. Предмет договора

1.1. Поставщик обязуется поставить продукцию, именуемую в дальнейшем "Продукция", а Покупатель принять и оплатить поставляемую Продукцию.

1.2. Объем партии Продукции, ее цена, сроки и условия поставки и оплаты оговариваются дополнительно в листах согласования, прилагаемых к настоящему договору и являющихся его неотъемлемой частью.

II. Деловое письмо.

Уважаемый Александр Васильевич!

В целях выполнения распоряжения главы администрации Костромской области от 30.12.2011 г. № 722 «О зачете областному государственному бюджетному образовательному учреждению дополнительного профессионального образования «Костромской областной институт развития образования» задолженности по кредитам из областного бюджета», управление образования передало список учебников, необходимых для школ области, с просьбой, в случае невозможности передачи указанных учебников, сообщить перечень учебно-методической литературы и учебников, которыми располагает КОИРО для погашения задолженности.

б) В чём проявляется нестандартность заявления, написанного поэтом Михаилом Светловым?

Министру торговли СССР
тов. Павлову Д.В.

Светлов Михаил Аркадьевич
член правления Московского отделения
Союза советских писателей
Москва, проезд МХАТ, 2, кв. 20.
Тел. Б 9-77-54.

Заявление:

Несколько лет тому назад «Литературная газета» продала мне своего старого «Москвича». Это был Джамбул среди автомобилей. Я даже подозреваю, что Дмитрий Донской объезжал на нём свои войска. Недавно Союз писателей выделил мне дачу. Я уже постарел, мне трудно самому добираться до этой дачи, а ещё таскать за собой эту рухлядь с кузовом и карбюратором мне просто не под силу.

Прошу помочь мне приобрести нового «Москвича». Я ещё не классик, и на приобретение «Волги» у меня просто не хватает средств. Возможно, что я на этой даче напишу несколько хороших стихотворений, и, таким образом, Министерство торговли приобщится к дальнейшему расцвету нашей советской поэзии.

М. Светлов

Москва, 6 мая, 1958 г.

Упражнение 15. Перепишите предложения, вставляя вместо точек предлоги *благодаря, ввиду, вследствие* с учетом их лексического значения.

1. ... ожидаемых заморозков принять меры предосторожности и провести профилактику оборудования. 2. ... ремонта железнодорожного полотна пассажирский поезд пришел с опозданием. 3. ... мужеству и самообладанию водителя авария была предотвращена. 4. ... затопления части набережной ремонтные работы необходимо приостановить. 5. ... большого наплыва посетителей время работы выставки увеличено с 10 до 19 часов. 6. ... повышения цен на энергоносители решение об изменении оптовых и розничных цен на товары и услуги будут согласовываться с членами комиссии. 7. ... активной деятельности экологических служб города экологическая обстановка в городе и его окрестностях начала улучшаться.

Упражнение 16. Подберите необходимые опорные слова (производные предлоги; личные и безличные глагольные формы в значении предписания к действию, констатации факта, объективной необходимости; отглагольные существительные и прочие языковые средства официально-делового стиля); составьте фрагменты следующих деловых бумаг:

Студентам экономических, технических, туристских специальностей необходимо сначала выполнить задания для своей специальности (№ 1 –

№ 5), а затем перейти к заданиям (№ 6 – № 10), общим для всех перечисленных специальностей

Задания для студентов экономических специальностей:

1. Сформулируйте деловую просьбу о срочном проведении инвентаризации для подтверждения фактических остатков материально-технических ценностей.
2. Распорядитесь, что, если в процессе проведения инвентаризации будут выявлены излишки материально-технических ценностей, необходимо будет оприходовать их (поставить на баланс) и зачесть на счёт прибыли.
3. Сформулируйте деловую просьбу о подготовке бизнес-плана и технико-экономического обоснования для получения кредита в банке N.
4. Составьте служебную записку о том, что из-за отсутствия счетов-фактур от поставщика невозможно зачесть НДС из бюджета.
5. Распорядитесь произвести сверку бухгалтерской документации для составления отчёта за ... квартал ... года.

Задания для студентов технических специальностей:

1. Отдайте распоряжение запустить систему N, чтобы ускорить выполнение плана;
2. Проинформируйте руководителя, что если система N будет остановлена, то объём производства будет снижен на 20 %.
3. Попросите направить Вас на курсы повышения квалификации, так как Вам нужно всесторонне освоить установленную в цехе систему N;
4. Сообщите партнёрам, что Вы задерживаете поставку готовой продукции из-за ЧП на железнодорожной линии (обрыв электросвязи);
5. Проинформируйте руководителя, что в процессе сортировки готовой продукции (дата) был обнаружен брак в производстве деталей X партии N.

Задания для студентов туристских специальностей:

1. Отдайте распоряжение отменить трёхдневную экскурсию во Владимир тургруппы № 9 (можно указать размер группы), поскольку гостиница «Россия» не имеет возможности разместить тургруппу в полном объёме.

2. Обратитесь с деловой просьбой к своему подчинённому (ИО) содействовать, по договорённости с фирмой N, её представителю г. Генриху Хэнделю в маркетинговых исследованиях.
3. Отдайте распоряжение, что если группа (№ 11) туристов из Германии прибудет до... (указать дату), то необходимо будет предоставить для её размещения блок резервных номеров гостиницы «Крузиз».
4. Отдайте распоряжение о подготовке страховых медицинских полисов для интуристов, прибывших по маршрутам №7, 10, 15, чтобы при необходимости им была оказана квалифицированная медицинская помощь.
5. Отдайте распоряжение отменить маршрут № 3 по Турции, потому что на юге страны возобновились землетрясения.

Задания, общие для студентов вышеуказанных специальностей:

6. Поздравьте с Новым годом Ваших деловых партнёров, с которыми Вас связывают прочные деловые отношения.
7. Вам необходимо официально
 - а) сделать выговор бухгалтеру по материалам за недостоверное отражение хозяйственных операций, которые не соответствуют отчётному периоду (т.е. отражены позднее совершения); начальнику гаража за задержку транспортных средств // при погрузке готовой продукции на экспорт / для обеспечения экскурсии;
 - б) поблагодарить кладовщика за оперативный учёт лимитов расхода ГСМ (горюче-смазочных средств) на транспортном участке N; менеджера по туризму за успешную встречу группы иностранных туристов и быстрое размещение их в гостинице «Восход»;
 - в) проинформировать фирму N, что высланные Вами рекламные буклеты не нуждаются в оплате;
 - г) сообщить партнёрам, что из-за нелётной погоды Вы задерживаете отправку рекламных проспектов;
 - д) попросить предоставить Вам конференц-зал (укажите дату, время), поскольку Вам нужно провести встречу с делегацией N;
8. В приказе №... дни 1,2,3 мая объявляются праздничными, 4,5 мая – рабочими. Известите об этом Ваших подчинённых в объявлении;
9. Напишите заявление насчёт продления Вашего отпуска на 3 дня до... (дата), поскольку имеете на это право по факту работы в праздничные дни.
10. Продукция (услуги), реализованная вашей фирмой по безналичному расчёту / в рассрочку, осталась непоплаченной к установленному сроку. Сообщите партнёру, что, если долг не будет погашен в течение месяца, Ваша фирма будет требовать оплаты счёта через суд.

Задания для студентов юридических специальностей:

1. Произошло хищение на складе. Отдайте приказ создать комиссию в составе 3 человек (завскладом, товаровед, кассир) и провести инвентаризацию материально-технических ценностей.
2. Отдайте распоряжение по поводу того, что похищенные материальные ценности должны быть выявлены в процессе инвентаризации.
3. Отдайте приказ еженедельно представлять начальнику следственного отдела (ФИО) отчёт о соблюдении сроков расследования по имеющимся в судебном производстве делам для повышения эффективности работы следователей.
4. Составьте служебную записку (ситуации представлены на выбор студента) о том, что:
 - а) из-за отсутствия оригинала договора невозможно установить подлинность оттиска печати на нём;
 - б) из-за наличия других погодных условий невозможно провести следственный эксперимент по делу N;
 - в) из-за отсутствия автомобиля, на котором было совершено ДТП, невозможно установить обстоятельства происшествия, а именно: с какой скоростью двигался автомобиль, можно ли было избежать столкновения.
5. Поздравьте с Новым годом Ваших деловых партнёров, с которыми Вас связывают прочные деловые отношения.
6. Вам необходимо официально:
 - а) Сделать выговор начальнику правового отдела за ненадлежащее исполнение обязанностей (пропущен срок сдачи искового заявления в арбитражный суд);
 - б) Поблагодарить помощника прокурора, старшего советника юстиции (ФИО), за высокие показатели в работе, связанной с ведением судебных дел, которые были возбуждены согласно заявлениям прокурора Костромской области;
 - в) Попросите сообщить Вам о ходе исполнения обязательств по отгрузке продукции по договору поставки N / об исполнении представления прокурора г. Костромы от (дата);
 - г) Сообщите Вашим партнёрам, что оплата по договору аренды задерживается Вами из-за ареста, наложенного определением Ленинского районного суда г. Костромы на расчётный счёт Вашей организации.
7. В приказе №... дни 1,2,3 мая объявляются праздничными, 4,5 мая – рабочими. Известите об этом Ваших подчинённых в объявлении.
8. Услуги, реализованные Вашей организацией по безналичному расчёту, остались неоплаченными к установленному сроку. Попросите партнёра погасить задолженность в течение 15 дней. Предупредите, что если задолженность не будет погашена в указанный срок, Вы вынуждены будете требовать оплаты счёта через суд, где с партнёра

будут взысканы также проценты за судебные расходы, проценты за просрочку платежа и госпошлина.

Опорные слова:

В случае, согласно, на основании, в связи / по причине / вследствие, ввиду / в целях, прошу, приказываю, необходимо, требуется, придётся, доведу до Вашего сведения, напоминаем Вам..., сообщаем Вам..., обращаем Ваше внимание на наличие задолженности, в судебном порядке, зачёту из... не подлежит / зачёт... невозможен, произвести сверку, допустить брак, оказать содействие, уведомить, обеспечение, разрешите / позвольте, в канун... выразить надежду / уверенность, пожелать, за... объявляется, нам очень жаль, просим нас извинить, оплатить... в срок / произвести оплату в срок не представляется возможным.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Справочные издания

1. Бизнес, коммерция, рынок. Словарь-справочник. – Москва: Информпечать, 1993.
2. Вакулина Е.Ю. Давайте говорить правильно! Юридическая терминология современной России: краткий словарь-справочник / Е.Ю. Вакулина. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2006.
3. Катлинская Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л.П. Катлинская. – Москва: АСТ; Астрель, 2008.
4. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Арзилияна. Москва: Фонд «Правовая культура», 1992.
5. Правовой словарь предпринимателя. – Москва: Большая Российская Энциклопедия, 1993.
6. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 13-е изд. – Москва: Айрис-пресс, 2008.
7. Розенталь Д.Э. Управление в русском языке. Словарь-справочник / Д.Э. Розенталь. – Москва: Книга, 1986.
8. Скляревская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник / Г.Н. Скляревская, Е.Ю. Вакулина. – СПб.: Филологический факультет СПбУ; Млсква: Академия, 2006.
9. Шушков А.А. Толково-понятийный словарь русского языка / А.А. Шушков; Ин-т лингвистич. Исслед. РАН. – Москва: АСТ; Астрель; Хранитель, 2008.

Учебно-методическая литература:

1. Валгина Н.С. Функциональные стили русского языка: учеб. пособие / Н.С. Валгина; Московский государственный университет печати. – Москва: МГУП, 2003.
2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001.
3. Введенская Л.А., Черкасова М.Н. Русский язык и культура речи.» / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – (Серия «Учебники, учебные пособия»).
4. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи: учебное пособие / И.Б. Голуб. – Москва: Университетская книга, Логос, 2008.
5. Ивакина Н.Н. Профессиональная речь юриста: учеб. пособие / Н.Н. Ивакина. – Москва: Норма, 2008.
6. Культура русской речи: учебник для вузов / отв. ред. д. ф. н., проф. Л.К. Граудина и д. ф. н., проф. Е.Н. Ширяев. – Москва: Норма, 2006.
7. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – Москва: Флинта, Наука, 1997.
8. Русский язык и культура речи: учебное пособие / Ф.Т. Ахунзянова, Т.А. Ёлшина, А.В. Зябликов, Е.П. Ращевская; под ред. Т.А. Ёлшиной, Ф.Т. Ахунзяновой – Кострома: Изд-во Костромского гос. технол. ун-та, 2011.
9. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения: пособие и словарь-справочник / З.С. Смелкова. – Москва: КУБК-а, 1997.
10. Соколова В.В. Культура речи и культура общения / В.В. Соколова. – Москва: Просвещение, 1995.
11. Чуковский К.И. Живой, как жизнь / К.И. Чуковский. – Сочинения: в 2-х т. –Т.1. – Москва: Правда, 1990.

Реферативная и творческая работа:

1. Особенности официально-делового стиля речи.
2. Лексика и морфология официально-делового стиля речи.
3. Синтаксис официально-делового стиля речи.
4. Официально-деловой стиль речи и его жанровое разнообразие.
5. История официально-делового стиля речи и жанры деловой речи.
6. Деловой стиль письменной речи.
7. Деловой стиль устной речи.
8. Язык деловой переписки.
9. Язык и стиль распорядительных документов, коммерческой корреспонденции, личных деловых бумаг.
10. Язык закона.
11. Официально-деловой стиль речи в юриспруденции.
12. Речевые штампы и канцеляризм.
13. Канцелярит у К.И. Чуковского и его современные трактовки.
14. Проникновение канцелярита в другие стили речи.
15. Специфика культуры официально-делового стиля.

Практическое занятие 2. Нормы делового письма

2.1. Текстовые нормы делового стиля

Ответьте на вопросы:

1. Назовите этапы мыслительной деятельности составителя документа в процессе построения последнего.
2. Что такое реквизиты делового документа?
3. Кратко охарактеризуйте известные Вам типы текстов: как они различаются по степени жёсткости текстовых норм?
4. В чём принципиальное различие между текстовыми и языковыми нормами построения документа?
5. Какова связь между структурными схемами текста документа и степенью жёсткости/гибкости их организации?

2.2. Языковые нормы делового письма

А. Лексические нормы

Упражнение 1. Найдите случаи нарушения лексической сочетаемости в устойчивых словосочетаниях и исправьте их:

Играть роль, играть значение; решить проблему, разрешить ситуацию, разрешить вопрос, решить задачу; представлять интересы, представлять фирму, представлять итоги; рассмотреть вопрос, рассмотреть дело, рассмотреть случай; погашать кредит, погашать задолженность, погашать ссуду; внести предложение, внести вопрос, внести резолюцию; соблюдать правила, соблюдать бюджет, соблюдать законы; возместить ущерб, возместить кредит, возместить предмет аренды.

Упражнение 2. Поясните разницу в лексическом значении синонимов, пользуясь толковыми словарями:

Меценат, спонсор, покровитель; комиссионер, посредник, брокер, маклер; договор, соглашение, контракт; реестр, список, опись, перечень; концерн, холдинг, корпорация;

менеджер, управленец, хозяйственный руководитель; реализатор, распространитель, дистрибьютор; вексель, чек, облигация, акция.

Упражнение 3. Раскройте скобки и выберите правильное слово из паронимов.

1. Вы уже знакомы с качеством услуг, которые мы (представляем –

предоставляем). 2. Прошу (оплатить – заплатить) мне расходы по командировке. 3. Фирма строит печи с (гарантийной – гарантированной) теплоотдачей. 4. (Командированные – командировочные) должны зарегистрировать свои документы. 5. Совет директоров потребовал (гарантийных – гарантированных) обязательств от клиентов-неплательщиков. 6. Необходимо вести хозяйствование (экономными – экономичными – экономическими) методами.

Упражнение 4. Найдите в предложениях лексические недочёты, исправьте их и запишите предложения в отредактированном виде.

1. Предприятие оплачивает Автоцентру стоимость запасных частей по действующим прейскурантам.

2. Выделить дотацию на автобусные поездки для льготной категории граждан на дачный период (с 10 мая по 12 сентября 2010 г.).

3. Показателем, характеризующим квалификацию служащего, является способность адаптироваться к новой ситуации и принимать новые подходы к решению возникающих проблем.

4. Наша цель – создание экономической базы для повышения уровня эксплуатации и ремонта жилищного фонда города.

5. Цены на товары договорные в соответствии с действующим прейскурантом цен.

6. Договор на охрану ВС подразумевает персональную охрану ВС независимо от места расположения самолета на территории аэродрома.

Упражнение 5. Отредактируйте предложения, устранив **речевую избыточность**.

1. Мы интересуемся, *можете* ли Вы назвать нам адрес другого поставщика, или, в случае *невозможности*, *сможете* ли Вы проинформировать о Вашей *возможности* поставить нам напрямую. 2. Надеемся на дальнейшее *совместное сотрудничество* с Вашей фирмой. 3. Для принятия жизненно важного решения для *наших с Вами* работников предлагаем организовать встречу на уровне руководителей. 4. Оптовые торговцы должны создавать *хорошие деловые отношения* с руководством рынка, чтобы обеспечить успешную работу рынка оптовой торговли. 5. Решили: произвести поэтапное *оформление* земельных отводов с *оформлением* права собственности. 6. Если в *Вашем* регионе спрос на *Вашу* продукцию удовлетворен и *Вы* ищете новые возможности на новых рынках, то мы готовы *Вам* помочь организовать сбыт *Вашей* продукции в нашей сбытовой сети.

Упражнение 6. Воспроизведите **устойчивые словосочетания** по главному члену – глаголу: например, *вносить (что?) предложение, вопрос, кандидатуру*.

решать – ..., оказать – ...,
разрешать – ..., рассмотреть...,
предъявлять – ..., удостоить – ...,
достигать – ..., выставить – ...,
предоставлять – ..., заключить – ...,
представлять – ..., достичь – ...,
погашать – ..., принять – ...,
оплатить – ..., расторгнуть – ...,
возложить –

Стилистическая окраска слова и лексические нормы делового стиля

Упражнение 7. Подвергните предложения стилистической правке, заменив разговорно-жаргонную лексику книжной.

1. Приемка продукции по качеству и количеству осуществляется на основании Инструкций Госарбитража. 2. Перевести переоборудование заправщиков для транспортировки ГСМ на вновь создаваемые станции. 3. Налоги с каждой автомашины взимаются с учетом суммы растаможки. 4. За несвоевременную выплату неустойки стороны уплачивают штрафные санкции в размере 1% от невозвращенной суммы за каждый день просрочки. 5. Специалист обязуется произвести работы по наладке и подгонке оборудования. 6. Покупатель уплачивает Продавцу штраф за растяжку платежей в размере 2% от стоимости товара за каждый день. 7. Сообщаем, что оплачивать торговую накидку в размере 25% мы не будем, так как договор с Роскнигой подписан нами не был.

Для справки: заправщик (проф.) – передвижная заправочная станция.

В. Грамматические нормы

Предложно-падежные образования с существительными:

Упражнение 8. Образуйте форму именительного падежа множественного числа.

Директор, архитектор, компрессор, сорт, рапорт, слесарь, отпуск, ордер, сектор, штемпель, вектор, диспетчер, допуск, редактор, табель, цех, корм, квартал, отгул, шофер, месяц, инструктор, бухгалтер, брокер, дилер, ректор, профессор, порт.

Упражнение 9. Раскройте скобки и поставьте слова в нужном падеже.

1. Согласно (наша договоренность) товары должны быть отгружены не

позднее 2 сентября сего года. 2. Прошу оплатить услуги согласно (договор). 3. Согласно (приложение к лицензии) разрешены следующие виды работ. 4. В соответствии с (принятая ранее договоренность) прошу выслать в наш адрес образцы товара и упаковки. 5. Соответственно (принятые обстоятельства) отправляем в Ваш адрес образцы нашей продукции. 6. Согласно (прилагаемый список) наградить работников ЗАГСа денежной премией в размере месячной зарплаты. 7. Согласно (настоящий контракт) Исполнитель оплачивает работу Агентства в сумме восьмисот тысяч рублей. 8. Просим сообщить дополнительные сведения относительно (изменения в финансировании) нашего предприятия.

Упражнение 10. Перепишите словосочетания, раскрывая скобки.

1. Приехать по (окончание института); возвратиться по (завершение строительства); приступить к обязанностям по (истечение срока стажировки); расписаться по (ознакомление с решением); принять решение по (рассмотрение вопроса); навести справки по (прибытие на место); написать отчет по (окончание работ).

2. Действовать вопреки (совет); уезжать согласно (предписание); совершенствовать формы ведения хозяйства по мере (развитие демократии и рыночных отношений); отложить решение впредь до (выяснение обстоятельств дела); корректировать план в сторону (уменьшение объема работы); дать директивы по линии (профсоюз); мероприятия в целях (увеличения товарооборота); интересное предложение со стороны (фирма-заказчик).

Склонение сложных слов:

Упражнение 11. Перепишите предложения, раскрывая скобки.

1. По высланному Вами (счет-фактура) были оплачены только двенадцать путевок из шестнадцати. 2. Наши отношения с (фабрика-поставщик) на сегодняшний день зашли в тупик. Инновации в области (бизнес-образование) стали предметом обсуждения на семинаре. 4. (Банк-гарант) в этой сделке выступает "Прима-банк". 5. В качестве (инструктор-испытатель) я привлекался для работы с новейшими марками самолетов. 6. В (тайм-шит) указан расчет погрузочно-разгрузочного времени судна во всех портах. 7. В качестве (фирма-агент) будет выступать наше предприятие. 8. Руководство рассмотрело представленный Вами предварительный вариант (бизнес-план).

Определение рода несклоняемых существительных, сложно-сокращённых слов:

Упражнение 12. Составьте с приведенными ниже словами предложения (так, чтобы эти слова были использованы в форме косвенных падежей).

Тайм-чартер, соло-вексель, банк-ипотека, кредит-нота, кросс-чек, письмо-запрос, бизнес-круиз, холдинг-компания.

Упражнение 13. Образуйте с несклоняемыми существительными словосочетания «прилагательное + существительное».

Сальдо, жюри, интервью, резюме, кофе, фиаско, досье, пресс-атташе, авизо, бюро, реноме, импрессарио, лобби, рантье, факсимиле, ревью, кенгуру, кафе, буржуа, пани, эмбарго.

Упражнение 14. Употребите аббревиатуры с глаголами в форме прошедшего времени, например: *ТАСС* *заявил*.

ООН, ОРТ, СНГ, НДС, ОПЕК, РИО, ГРЭС, РЭУ, ФАО, ФИДЕ, ФСБ, АИС, ММВБ, ЕЭС, МВФ, ФПГ, ЧИФ.

Для справок: ФАО – продовольственная сельскохозяйственная организация ООН; АИС – автоматическая информационная система; ЕЭС – Европейское экономическое сообщество; МВФ – Международный валютный фонд; ФПГ – финансово-промышленная группа; ЧИФ – чековый инвестиционный фонд.

Словосочетания:

Упражнение 15. Составьте словосочетания с глаголами и существительными, близкими по значению, по предложенным моделям.

Основываться (на чем-либо), опираться (на что-либо); оплатить (что-либо), платить (за что-либо); превосходство (над чем-либо), преимущество (перед чем-либо); обращать внимание (на что-либо), уделять внимание (чему-либо); отчитаться (в чем-либо), сделать отчет (о чем-либо); доминировать (над чем-либо), превышать (что-либо); сослаться (на что), исходить (из чего); отразиться (на чем), повлиять (на что); информировать (о чем), сообщить (что, о чем).

Упражнение 16. Составьте максимальное количество словосочетаний из следующих компонентов:

Препятствовать, тормозить, мешать, сдерживать (движение, прогресс); убежденность, вера (правота); уверенность, вера (победа); отзыв, рецензия

(книга); решить, разрешить (вопрос, проблема); смириться, примириться (обстоятельства); удостоить, наградить, премировать (орден, звание, путёвка).

Упражнение 17. Составьте предложения, используя в них словосочетания по следующим моделям:

1. Согласие (с чем), соглашение (о чем). 2. Идентичный (чему), сходный (с чем). 3. Соответственно (чему), в соответствии (с чем). 4. Располагать (чем), иметь (что).

Упражнение 18. Составьте словосочетания, используя в качестве зависимого компонента различные падежные формы одного слова.

Например: *решить вопрос – решение вопроса*

изготовить образец – изготовление...
рассчитать проектную смету – расчет...
погасить задолженность – погашение...
оценивать работу – давать оценку ...
уточнять стоимость – вносить уточнения...
обрадоваться успеху – обрадован ...
заслуживать одобрения – заслужить ...

Упражнение 19. Укажите ошибки в употреблении предложных конструкций и запишите их в исправленном виде.

Департамент по строительству, работа по ремонту по шиферу, реклама по России, договор по реализации продукции, решение по зарплате, сведения по тоннажу судна, дилер по Самаре, ведение делопроизводства по личному составу, предоставление услуг по отоплению, сведения на 147 фирм нашего города, база данных по клиентам, опись на изделия из алюминиевого профиля.

Упражнение 20. Отредактируйте предложения.

1. Прошу вас выслать нам для ознакомления расценки на приобретение оборудования. 2. Расходы произвести за счет средств, предусмотренных бюджетом. 3. При необходимости проверка продукции должна проводиться в соответствии с техническими условиями на продукцию. 4. Перед сдачей объекта под охрану проверять, закрыты ли окна, форточки и двери. 5. Покупатель обязуется принять продукцию по количеству и по качеству в соответствии с требованиями инструкций. 6. При этом транспортные расходы по централизованной доставке относятся на предприятие. 7. Арендатор обязуется заключить все необходимые договора на страхование.

8. Разработать программу учета потребляемых средств на объектах здравоохранения, народного образования и на объектах культуры.

С. Синтаксические нормы

Упражнение 21. Отредактируйте предложения, устранив ошибки в порядке слов предложения.

1. При невыполнении данного пункта договора заказчик обязуется выплатить в размере 0,1% стоимости готовой продукции неустойку за хранение продукции. 2. В связи с передачей объекта в ведение МП "Волгопромаш" и предоставленных расчетов прошу выделить 200 млн. рублей. 3. В свою очередь Подрядчик несет материальную ответственность за повреждения энергосистемы, находящейся в ведении Заказчика в полном объеме. 4. Во время работы специалистов исполнителя заказчик обеспечивает рабочими местами в помещениях АТС и измерительными приборами. 5. Датой передачи собственности считается дата зачисления денежных средств за всю партию на расчетный счет поставщика. 6. Срок гарантии нормальной работы продукции устанавливается с даты подписания акта о приемке сторонами законченных работ в полном объеме. 7. Каждая из сторон имеет право прекратить действие Договора, уведомив не менее чем за 20 рабочих дней другую сторону в письменном виде.

Упражнение 22. Отредактируйте предложения с деепричастными оборотами, устраняя грамматические ошибки; при необходимости замените деепричастные обороты придаточными предложениями или устойчивыми оборотами.

1. Ссылаясь на нашу договоренность, платеж будет произведен через инкассо. 2. Отвечая на Ваше письмо относительно финансового положения компании, нами была собрана следующая информация. 3. Принимая во внимание наше длительное сотрудничество, товар будет поставлен Вам со скидкой 5%. 4. Подписывая договора, оплата гарантируется. 5. Направляя на рассмотрение данный вопрос, нам необходимо увеличение годового фонда минимум на сорок тонн. 6. Однажды одевшись в "Рибок", вам не захочется покупать спортивную одежду других фирм. 7. Записываясь на прием в городскую администрацию, гражданам выдаются пропуска.

Упражнение 23. Придумайте предложения со следующими деепричастными оборотами:

1. Отправляясь в заграничную командировку, ... 2. Рассчитывая на свои силы, ... 3. Принимая во внимание Ваше мнение по данному вопросу, ... 4. Приступая к рассмотрению следующего вопроса, ... 5. Отмечая отдельные недостатки, ... 6. Подчеркивая значимость проекта, ... 7. Отвечая на Ваш

запрос от 17.07.98 г., ... 8. Рассмотрев Ваше предложение о сокращении срока поставок, ...

Упражнение 24. Отредактируйте предложения, исправив ошибки в употреблении однородных членов.

1. При обнаружении повышенного уровня радиации в рабочих помещениях приостановить работы с источниками ионизирующих излучений с эвакуацией людей и докладом руководству. 2. Различного рода вывески и реклама арендаторов должны быть согласованы с руководством рынка. 3. Арендаторы и их персонал обязаны соблюдать санитарные и противопожарные требования. 4. В выставке приняли участие крупные фирмы, предприятия города, акционерные общества и частные предприятия. 5. Если вы хотите, чтобы ваше торжество, отдых коллектива, свадьба, юбилей прошли празднично и остались в памяти, спешите уже сегодня забронировать места на теплоходе "Полина". 6. Для малоимущих, инвалидов и неторгующих организаций предусмотрены скидки. 7. Последнее означает не просто вежливость с покупателями, но и заботу о нем.

Упражнение 25. Устраните ошибки в конструкциях с однородными членами. Обратите внимание на то, чем выражены однородные члены в предложениях.

1. Если в период гарантийной эксплуатации обнаружатся дефекты, возникшие по вине подрядчика и которые не позволяют продолжать нормальную эксплуатацию продукции, то гарантийный срок продлевается. 2. Следует четко определить задачи, поставленные автором в данной работе и какие методы использовались для достижения этой цели. 3. Мы были бы рады, если бы Вы оплатили банковским векселем, либо открыв безотзывный аккредитив в нашу пользу. 4. Перед сдачей объекта под охрану нужно проверить, чтобы в охраняемом помещении в нерабочее время не оставались посторонние лица, включенные электроприборы и другие источники огня. 5. Стороны освобождаются от ответственности, если невыполнение обязательств явилось следствием непреодолимой силы, возникшей после заключения договора, и которую нельзя ни предвидеть, ни предотвратить разумными методами. 6. Когда было принято решение о переносе коммуникаций и, предварительно сообщив об этом пользователям, мы начали работы.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Справочные издания

1. Бельчиков Ю.А., Панюшева М.С. Словарь паронимов современного русского языка / Ю.А. Бельчиков, М.С. Панюшева. – Москва: Русский язык, 1994.

2. Бизнес, коммерция, рынок. Словарь-справочник. – Москва: Информпечать, 1993.
3. Большой экономический словарь. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1994.
4. Вербицкая Л.А. Давайте говорить правильно! Трудности современного русского произношения и ударения: краткий словарь-справочник / Л.А. Вербицкая, Н.В.Богданова, Г.Н. Скляревская. – 5-е изд., стереотип. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2005.
5. Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А. Краткий словарь делового человека / Т.Г. Евдокимова, Г.А. Маховикова. – Москва: Финансы и кредит, 1991.
6. Иванова Т.Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т.Ф. Иванова. – 3-е изд., стереотип. – Москва: Рус. яз. – Медиа, 2006.
7. Катлинская Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л.П. Катлинская. – Москва: АСТ; Астрель, 2008.
8. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Арзилияна. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1992.
9. Крысин Л.П. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов / Л.П. Крысин; Рос. академ. наук. – Москва: Эксмо, 2008.
10. Маркетинг. Толковый терминологический словарь-справочник. – Москва: Инфоконт, 1991.
11. Новое в русской лексике / под ред. Ю.Ф. Денивенко. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2006.
12. Новый словарь иностранных слов / [сост. М. Ситникова]. – 3-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008.
13. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 13-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2008.
14. Розенталь Д.Э. Управление в русском языке. Словарь-справочник / Д.Э. Розенталь. – Москва, Книга, 1986.
15. Скляревская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник / Г.Н. Скляревская, Е.Ю. Вакулина. – СПб.: Филологический факультет СПбУ; Москва: Академия, 2006.
16. Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология / Л.М. Баш [и др.] – 4-е изд., стереотип. – Москва: Цитадель-Трейд, 2003.
17. Современный экономический словарь. – Москва: Инфра-М, 1997.
18. Шушков А.А. Толково-понятийный словарь русского языка / А.А. Шушков; Ин-т лингвистич. исслед. РАН. – Москва: АСТ; Астрель; Хранитель, 2008.

Учебно-методическая литература

1. Большаков И.А. О некоторых лингвистических особенностях деловой прозы / И.А. Большаков // Семиотика и информатика. – Вып. 26. – Москва, 1985.

2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001.
3. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности / П.В. Веселов. – Изд. 3-е. – Москва, 1990.
4. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности / П.В. Веселов. – Изд. 3-е. – Москва, 1990.
5. Колтунова М.В. Деловое письмо. Что нужно знать составителю / М.В. Колтунова. – Москва, 1998.
6. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. Учебное пособие для вузов / М.В. Колтунова. – Москва: «Экономическая литература», 2002.
7. Культура русской речи: учебник для вузов / отв. ред. д.ф.н., проф. Л.К. Граудина, д.ф.н., проф. Е.Н. Ширяев. – Москва: Норма, 2006.
8. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – Москва: Флинта, Наука, 1997.
9. Русский язык и культура речи: учебное пособие / Ф.Т. Ахунзянова, Т.А. Ёлшина, А.В. Зябликов, Е.П. Ращевская; под ред. Т.А. Ёлшиной, Ф.Т. Ахунзяновой – Кострома: Изд-во Костромского гос. технол. ун-та, 2011.
10. Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство / М.В. Стенюков. – Москва: «ПРИОР», 1998.

Реферативная и творческая работа:

1. Текстовые и языковые нормы официально-делового стиля речи.
2. Жанры письменной официально-деловой речи и их текстовые нормы.
3. Юридические документы и их текстовые нормы.
4. Лексико-синтаксические особенности официально-делового стиля речи.
5. Лингвостилистические особенности юридических документов.
6. Лексическая норма официально-делового стиля речи, её нарушения, связанные со стилистической окраской слов.
7. Особенности грамматической нормы официально-делового стиля речи.
8. Ошибки в письменной официально-деловой речи, связанные с нарушением грамматической нормы.
9. Синтаксическая норма официально-делового стиля речи.
10. Ошибки в письменной официально-деловой речи, связанные с нарушением синтаксической нормы.

Практическое занятие 3. Деловое письмо

Ответьте на вопросы:

1. Назовите основные группы документов управления?
2. Что такое реквизиты документов?
3. Для чего применяются реквизиты при составлении делового письма?

4. На какие условные три части можно разделить деловой документ, согласно применяемым в нём реквизитам? Назовите реквизиты, которые могут составлять каждую часть?
5. Назовите деловые письма, которые требуют обязательного ответа.
6. Перечислите деловые письма, которые не требуют обязательного ответа.

Упражнение 1. Проанализируйте приведенные ниже фрагменты распорядительных документов. Что общего в оформлении постановления, распоряжения, приказа? Чем отличаются эти виды распорядительных документов?

I ПРИКАЗ

заведующего институтом минералогии
№20

«25» декабря 2010 г.

г. Хабаровск

О материальном поощрении работников института

В соответствии с «Положением о материальном стимулировании работников института ...»

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Выплатить денежную премию за 2010 г. следующим работникам:
.....Ф.И.О.
..... Ф.И.О.
..... Ф.И.О.
2. Произвести выплату премии в указанных размерах согласно приложениям 1 и 2 к настоящему приказу.
Приложение 1
Приложение 2

Заведующий институтом доктор геологических наук
.....Ф.И.О
(подпись)

II Распоряжение

№...

от « » Г.....

За последнее время в организации значительно увеличился объем междугородных телефонных переговоров и платежей за них. Анализ данных

по оплачиваемым услугам междугородной телефонной сети показывает, что в отдельных структурных подразделениях допускаются разговоры личного характера без последующей их оплаты работниками. Руководители структурных подразделений слабо контролируют ведение подчиненными междугородных телефонных переговоров и не всегда представляют в бухгалтерию ежемесячные отчеты по установленной форме.

В целях обеспечения эффективного контроля за рациональным использованием внебюджетных средств, расходуемых для оплаты услуг междугородной телефонной сети, и выявления резервов их экономии:

1. Всем руководителям структурных подразделений организовать строгий учет междугородных переговоров по телефонам, находящихся в их распоряжении; постоянно вести журнал учета междугородных телефонных переговоров и на основе данных журнала представлять в бухгалтерию отчеты за истекший месяц не позднее 20-го числа последующего месяца.

2. Не допускать ведение работниками междугородных переговоров личного характера по служебным телефонам без предварительной записи в журнале и последующего денежного возмещения затрат на оплату таких переговоров.

3. Предупредить всех пользователей служебных телефонов о возможном отключении их от междугородной телефонной сети в случаях несоблюдения требований п. 1, 2 данного распоряжения и наличия задолженности по междугородным переговорам личного характера за 2 и более месяца.

Директор

(ФИО)

(подпись)

III ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПОСТАНОВЛЕНИЕ

От «...».....г.

г.№.....

г. Москва

О внесении изменений и дополнений в Типовое положение об образовательном учреждении дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) специалистов

Правительство Российской Федерации ПОСТАНОВЛЯЕТ:

Утвердить прилагаемые изменения и дополнения, которые вносятся в Типовое положение об образовательном учреждении дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) специалистов, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 11.03.2004 № 141.

Федерации от 26 июня 1995 г. № 610 (Собрание законодательства Российской Федерации, 1995, № 27, ст. 2580).

Председатель правительства
Российской Федерации

Ф.И.О.

Упражнение 2. Составьте заголовок к распорядительным документам, используя данные существительные в нужной форме:

Назначение, ликвидация, утверждение, реорганизация, создание, поощрение, увольнение.

Упражнение 3. 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 возложить

Упражнение 4. составьте приказ о поощрении, дав оценку выполненной работы и указав меру поощрения.

Упражнение 5. Соответствует ли приведённое ниже заявление требованиям, предъявляемым к оформлению реквизитов, языку и стилю служебных документов? Отредактируйте текст заявления.

Директору фирмы «Заря»
Афанасьеву Ю. П.
от Комова С.П.

Заявление:

Настоятельно прошу Вас дать мне отгул на 28.12.2009 в связи с причинами личного характера.

24.12. 2009

Упражнение 6. Напишите заявление: а) с просьбой перевести Вас на другой факультет; б) с просьбой разрешить Вам академический отпуск; в) с просьбой принять Вас на работу.

Упражнение 7. Найдите и исправьте ошибки в оформлении доверенности. Отредактируйте текст.

Доверенность

Я, Зотова В. А., доверяю моему мужу, Зотову С. П., получить мою зарплату за декабрь месяц. В связи с тем, что я нездорова и нахожусь в больнице.

20 мая 2010 года В. А. Зотова

Упражнение 8. Прочитайте доверенность, написанную К.И. Чуковским. На чём основан юмористический эффект этого послания? Можно ли считать его официальным документом?

Доверенность

Пусть Воронину Сергею отдадут мою зарплату. Он, как будто, человек честный и, надеюсь, денег моих не растратит.

Упражнение 9. Напишите доверенность на получение зарплаты, соблюдая все правила оформления реквизитов документа.

Упражнение 10. Проанализируйте резюме, автор которого претендует на должность начальника отдела сбыта коммерческой фирмы. Что, на Ваш взгляд, следовало бы изменить, исправить в этом резюме? Напишите свой вариант.

Резюме

Шевчук Андрей Борисович

Образование. Высшее, окончил в 1989 г. Армавирское высшее военное авиационное училище летчиков.

В 1999 г. – Институт переподготовки специалистов по специальности «Предпринимательская деятельность в сфере организации малого и среднего бизнеса – менеджер проекта».

Трудовая деятельность. С 1985 по 1989 был курсантом авиационного училища. С 1989 по 1998 год служил в строевых частях (1989 – 1991 – летчик; 1991 – 1995 – старший летчик; 1995 – 1998 – командир истребительно-авиационного звена). Уволен из рядов ВС в 1998 г. в звании

майор из-за проведения организационно-штатных мероприятий. С 1998 года работаю начальником отдела «Внедрения новых технологий в подготовке семян сел./хоз. культур» коммерческого предприятия. Имею базу данных сельхозпроизводителей Рост, об., Краснодарского кр. Опыт отгрузки и оформления крупных партий продукции ж/д и автотранспортом. Оформление лицензий внешнеэкономической торговой деятельности.

Дополнительные трудовые навыки. Имею навыки работы на компьютере. Права категории «В», машина.

Общая информация о себе. Родился 30 сентября 1968 г. Женат, сын 91 г. р. Домашний адрес: г. Ростов-на-Дону пер. Островский, д. 12.

Дополнительная информация. Дисциплинирован, исполнительен.

Упражнение 11. Напишите резюме, представив, что Вы претендуете на одну из должностей: а) заместитель начальника конструкторского отдела завода; б) менеджер по продажам коммерческой фирмы; в) экономист торгового предприятия; г) секретарь-референт.

Упражнение 12. 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 её решению.

Упражнение 13. Назовите типы и виды официальных писем. Приведите примеры языковых формул, выражающих мотивы, причины, цели написания делового письма, языковые формулы, выражающие предложение, отказ от предложения, сообщение, обещание, гарантию. Составьте начальные фразы официальных писем: гарантийного, сопроводительного, инициативного.

Упражнение 14. Выделите языковые модели, выражающие коммуникативные цели приведённого ниже делового послания. Определите его тип. Охарактеризуйте текст письма с точки зрения активного содержания(одноаспектное/многоаспектное):

Уважаемые господа!

Благодарим за Ваше письмо от ... 2000 г. и сообщаем, что мы принимаем Ваше предложение.

Нас устраивают предлагаемые Вами условия исполнения заказа за исключением сроков исполнения. Мы хотели бы обсудить этот вопрос с Вашим представителем.

В случае Вашего согласия просим сообщить обратной почтой о возможности приезда к нам Вашего представителя.

С уважением

(подпись)

Упражнение 15. 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 ...

Упражнение 16. Познакомьтесь с примером многоаспектного делового письма. Разделите текст письма на абзацы в соответствии с аспектами содержания.

Уважаемый Георгий Андреевич!

ЗАО «Союзподшипник» выражает заинтересованность в налаживании систематической и плановой работы с ОАО «Десятый подшипниковый завод». До настоящего времени мы строили отношения с Вашим заводом только по зачетным схемам. На сегодняшний день более выгодной является денежная форма расчетов. В связи с этим прошу предоставить нашей фирме скидку в размере 10 % от действующих денежных цен. Оплату не менее 3 000 000 рублей ежемесячно гарантируем.

Директор по маркетингу

ЗАО «Союзподшипник»

И.Б.Северов

Упражнение 17. Определите тип приведенных ниже деловых писем (извещение, подтверждение, напоминание, просьба, ответ, сопроводительное письмо). Ответ обоснуйте.

На Ваш запрос сообщаем, что все компоненты автобусных воздушных кондиционеров и транспортных морозильных устройств имеют подтверждение стандарту ISO 9001.

1. Просим Вас сообщить, когда и на каких условиях Вы можете поставить нам 200 комбайнов марки В-45.

2. С сожалением сообщаем, что кадровая ситуация в нашем университете не позволяет положительно откликнуться на Ваше предложение о работе у нас.

3. В ответ на Ваш запрос сообщаем, что ООО «Кольмекс» осуществляет поставки в Россию концентрата циркониевого

порошкообразного (КПП), производства Вольногорского ГТМК. Поставки осуществляются в г. Ростове н/Д партиями по 10 – 15 т. автомобильным транспортом.

4. Подтверждаем получение Ваших предложений, изложенных в письме № 01-05.326 от 15.03.2010.

5. Напоминаем Вам, что в соответствии с договором 24-16 от 16.03.2010 Вы должны завершить разработку проекта до 16. 11. 99. Просим Вас сообщить состояние работы.

6. Высылаем запрошенные Вами сертификаты качества поставленных ранее кондиционеров.

Получение просим подтвердить.

Упражнение 18. Составьте сопроводительные письма для отправки следующих документов: 1) приложение к договору; 2) каталог выставки-ярмарки. В тексте используйте языковые модели, соответствующие данному типу писем.

Упражнение 19. Познакомьтесь с приведёнными примерами писем-приглашений. Охарактеризуйте их композицию, стиль, форму изложения (трафаретный текст, авторский 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 2010 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 2010 г. в _____ часов на территории парка «Сокольники», у центрального входа на выставку.

Всесоюзная торговая палата

III

ОБЪЕДИНЕНИЕ ХИМЭКСПОРТ
И АКЦИОНЕРНЫЕ ОБЩЕСТВА

«СОГО» (Франция)

«СОБРЕН ХЕМИ ХАНДЕЛЬ» (Германия)

«СОКИМЕС» (Испания)

«ИНТЕРПРОМ» (Австрия)

имеют честь пригласить

на прием по случаю Международной выставки «ХИМИЯ-2010»

10 марта 2000 г. в 18 часов по адресу:

IV

Дорогая Елена Вячеславовна! Поделюсь с Вами моей радостью: закончен многолетний труд.

22 октября 2010 г. в зале Ученого совета РГУ состоится защита моей докторской диссертации. Вы, мой первый научный руководитель, все эти годы поддерживали меня. Мне было бы очень приятно видеть Вас на защите. Надеюсь, что у Вас будет возможность приехать (расходы за проезд и проживание беру на себя).

С наилучшими пожеланиями

Ваша бывшая аспирантка _____

(подпись)

Упражнение 20. Составьте письма-приглашения с предложениями принять участие в: а) выставке технического оборудования; б) студенческой научной конференции; в) выставке-продаже бытовой техники.

Упражнение 21. Определите вид приведенных ниже коммерческих писем (запрос/ответ на запрос; предложение (оферта)/ответ на предложение; рекламация/ответ на рекламацию). Напишите ответ на эти письма.

1. Ссылаясь на переговоры с Вашим представителем в апреле с.г., высылаем Вам коммерческое предложение на оптовые партии чугуновых ванн с указанием минимального количества поставки по всем предлагаемым типам.

2. Благодарим за каталог, который Вы прислали, и сообщаем, что мы заинтересованы в импорте термостатов с интегрированным датчиком температуры «Schroff». Просим сделать нам предложение на 100 термостатов с приложением всех необходимых чертежей и указанием рода упаковки. Ввиду того что термостаты нам нужны срочно, просим указать в

предложении кратчайший срок, в который Вы сможете отгрузить, по крайней мере, половину указанного количества.

3. Уважаемый _____

Крайние обстоятельства заставляют нас обратиться непосредственно к Вам.

23 сентября 2010 года мы оплатили два счета завода за 60 пакетов радиаторов на общую сумму 117745,8 рублей.

Наши предприятия долгие годы связывают хорошие партнерские отношения, поэтому мы с пониманием воспринимаем проблемы завода и переносы сроков отгрузки оплаченных нами радиаторов.

Вместе с тем прошло уже почти два месяца с момента нашей предоплаты. Мы имеем серьезные проблемы как в связи с отсутствием радиаторов, так и в связи с отсутствием оборотных средств, находящихся у Вас.

В сложившейся ситуации убедительно просим Вас найти возможность отпустить нашей фирме не менее 80 % оплаченных нами радиаторов.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Справочные издания

1. Бизнес, коммерция, рынок. Словарь-справочник. – Москва: Информпечать, 1993.
2. Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А. Краткий словарь делового человека / Т.Г. Евдокимова, Г.А. Маховикова. – Москва: Финансы и кредит, 1991.
3. Катлинская Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л.П. Катлинская. – Москва: АСТ; Астрель, 2008.
4. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Арзилияна. – Москва: Фонд "Правовая культура", 1992.
5. Маркетинг. Толковый терминологический словарь-справочник. – Москва: Инфоконт, 1991.
6. Новое в русской лексике / под ред. Ю.Ф. Денивенко. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2006.
7. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 13-е изд. – Москва: Айрис-пресс, 2008.
8. Розенталь Д.Э. Управление в русском языке. Словарь-справочник / Д.Э. Розенталь. – Москва: Книга, 1986.
9. Складская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник / Г.Н. Складская, Е.Ю. Вакулина. – СПб.: Филологический факультет СПбУ; Москва: Академия, 2006.

10. Шушков А.А. Толково-понятийный словарь русского языка / А.А. Шушков; Ин-т лингвистич. Исслед. РАН. – Москва: АСТ; Астрель; Хранитель, 2008.

Учебно-методическая литература

1. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000.
2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001.
3. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности / П.В. Веселов. – Изд. 3-е. – Москва, 1990.
4. Веселов П.В. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки / П.В. Веселов. – Москва: Маркетинг, 1993.
5. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи: учебное пособие / И.Б. Голуб. – Москва: Университетская книга, Логос, 2008.
6. Колтунова М.В. Деловое письмо. Что нужно знать составителю / М.В. Колтунова. – Москва, 1998.
7. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. Учебное пособие для вузов / М.В. Колтунова. – Москва: «Экономическая литература», 2002.
8. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – Москва: Флинта, Наука, 1997.
9. Пиз А. Язык письма / А. Пиз. – Москва: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002.
10. Рогожин М.Ю. Документы делового общения / М.Ю. Рогожин. – Москва, 1999.
11. Русский язык и культура речи: учебное пособие / Ф.Т. Ахунзянова, Т.А. Ёлшина, А.В. Зябликов, Е.П. Ращевская; под ред. Т.А. Ёлшиной, Ф.Т. Ахунзяновой – Кострома: Изд-во Костромского гос. технол. ун-та, 2011.
12. Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство / М.В. Стенюков. – Москва: «ПРИОР», 1998.
13. Теппер Р. Как овладеть искусством делового письма. 250 писем и записок в помощь менеджеру / Р. Теппер. – Москва, 1994.
14. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для вузов / Н.Ю. Штрекер. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

Реферативная и творческая работа:

1. Язык деловой переписки.
2. Языковые особенности деловых писем.
3. Требования к тексту делового письма.
4. Типичные ошибки в языке и стиле деловых документов и корреспонденции.

5. Формы, язык и структура организационно-распорядительных документов.
6. Формы, язык и структура документов по личному составу.
7. История делового письма.
8. Общая характеристика деловой переписки.
9. Этикет деловой переписки.
10. Формы, язык и структура деловых писем.
11. Классификация деловых писем.
12. Виды деловых писем.
13. Приёмы повышения информативности и убедительности в деловой переписке.
14. Влияние коммуникативных факторов на структуру делового письма.
15. Особенности деловой переписки с зарубежными партнёрами.
16. Специфика рекламного письма.
17. Составление и оформление рекламного предложения.

Практическое занятие 4.

Речевой этикет как часть делового этикета

4.1. Этикет и протокол. Правила делового этикета

1. Раскройте значение понятий «этикет», «деловой этикет», «протокол», «дипломатический протокол», «деловой протокол».
2. Какое понятие, на Ваш взгляд, шире: «этикет» или «протокол»? Обоснуйте свой ответ.
3. Составьте несколько предложений, в контексте которых раскрываются все значения слова «регламент».
4. Дайте определение речевого этикета. Каковы его роль и функции?
5. В чём состоят особенности телефонного речевого этикета? Аргументируйте свой ответ, приведите примеры.

4.2. Речевой тренинг. Формулы речевого этикета

А. Знакомство

1. **Познакомьтесь с собеседником в заданных ситуациях, разыгрывая следующие роли (на выбор) в парах:**

а) Вы знакомитесь с руководителем учреждения, куда Вы приняты на работу.

Роли: экономист/ бухгалтер/ маркетолог – директор фабрики «Рабочий металлист»; специалист по налогообложению – начальник областной налоговой службы; начальник цеха – директор завода «Алюпласт»;

туроператор – директор фирмы «Престиж»; адвокат – начальник юридической фирмы «Гарант»¹⁴.

Не забывайте, что задача *руководителя* (лидера общения) – создать доброжелательную атмосферу разговора, дать новому сотруднику почувствовать, что в нём заинтересованы как в специалисте. Вот несколько реплик, которые помогут руководителю в этом:

– Рад видеть Вас в качестве сотрудника фирмы. Надеюсь, наше сотрудничество будет взаимовыгодным и плодотворным;

– Желаю Вам успеха и творческих начинаний. Специалисты Вашего профиля нам очень нужны;

– Работа у нас интересная (возможна другая краткая характеристика работы). Надеюсь, что Вы с ней справитесь (возможны другие краткие комментарии).

Возможные варианты ответа для *сотрудника*:

– Надеюсь Вас не разочаровать.

– Спасибо, я постараюсь.

– Благодарю Вас. Я сегодня же приступаю к своим рабочим обязанностям.

– Постараюсь оправдать Ваше доверие (ожидания, надежды).

б) Вы – участник международного совещания. Познакомьтесь со своим коллегой в неофициальной обстановке. Ваш мотив – договориться о деловом ужине.

Вопросы:

– Как Вы считаете, в данной ситуации, по сравнению с предыдущей, познакомиться с коллегой будет легче или сложнее? Обоснуйте свой ответ.

– С какой целью на таких мероприятиях люди завязывают новые знакомства?

В подобном знакомстве манера лидера общения напоминает мягкий кошачий шаг: на каждом этапе знакомства говорящий, соотнося профессиональные возможности нового знакомого со своими деловыми интересами, оставляет себе шанс продолжить знакомство или выйти из общения.

Этапы знакомства:

1. «Зацепляющий внимание крючок» – фраза, которая предназначена привлечь внимание адресата к говорящему: «Вы не подскажете, который час? / как пройти...», «Вам на какой этаж?», «Вы не возражаете?», «Вам помочь?» и т.д. Прокомментируйте, в каких ситуациях могут звучать подобные обращения.

¹⁴ Здесь и далее студенты могут самостоятельно выбирать для себя необходимые в заданиях тренинга роли или имена для подразумевающихся в ходе деловой игры партнёров и сотрудников.

2. Ориентировка в ситуации общения: говорящий уточняет соответствие деловых возможностей адресата своим профессиональным интересам. Самое уместное спросить: «Вы, случайно, не участник...»; «Ваше лицо кажется мне знакомым... Не мог ли я Вас видеть на...»; «Узнаю знакомый лейбл! Я тоже участник...». Прокомментируйте смысловые сигналы, заложенные в этих репликах. Как будут способствовать варианты ответа на дальнейший ход знакомства? Каким образом на этом этапе знакомства возможно корректно выйти из общения?
3. Знакомство. Уместно «смягчить» представление фразами типа: «Может быть, познакомимся?», «Забыл представиться...» и т.д. Когда при знакомстве следует представиться по имени, а когда – по всем правилам делового этикета? Как Вы представитесь в заданной ситуации? Обоснуйте своё мнение. Скажите, как на данном этапе знакомства можно тактично выйти из контакта, если Ваши с собеседником деловые интересы расходятся?
4. Определение своего делового интереса. Подойдут фразы: «Какая удача! Мы как раз искали сотрудничества с ... / в области...», «Думаю, мы могли бы быть друг другу полезны. Как Вы считаете?». Придумайте собственные версии указания на деловой интерес, прокомментируйте тактику говорящего.
5. Приглашение на деловой ужин. Оно обязательно сопровождается ссылками на деловой характер предстоящей встречи: «Где мы заодно сможем обсудить // возможности нашего делового партнёрства / наше возможное сотрудничество», «Где мы, возможно, найдём общие деловые интересы» – и т.д. Какие этикетные фразы-«расширители» необходимо включить в приглашение на деловую встречу?
6. Обозначение условий встречи. Какие этикетные фразы-расширители нужно использовать? Какой должна быть речевая тактика адресата, если предлагаемые условия встречи ему не подходят?
7. Подтверждение адресатом правильности своего понимания согласованных условий встречи. Каким образом ваш новый знакомый может показать Вам, что понял условия вашей будущей встречи правильно

2. Вы – председатель делового совещания и директор предприятия «Рубин». Некоторые участники незнакомы друг с другом. Представьте им. Представьте их друг другу.

Ваши сотрудники: начальник отдела маркетинга, главный экономист, юрисконсульт.

Ваши гости: Бакыр Али, директор фирмы «Алтун», Уздемир Бахадыр, ведущий экономист фирмы «Алтун» (г. Аланья, Турция).

Вопросы:

– Как Вы начнёте совещание: какие обращения к аудитории возможны (прокомментируйте их воздействие); как Вы представитесь слушающим?

– Кого – гостей фирмы или её сотрудников – Вы будете приветствовать в первую очередь? Прокомментируйте свой ответ.

– Какой должна быть реакция гостей и сотрудников, чьи имена звучат при представлении?

– Как Вы думаете, в какой момент приветствия нужно произнести деловой комплимент?

– Нужно ли произносить деловые комплименты в адрес своих сотрудников? Обоснуйте своё мнение.

Образцы деловых комплиментов

- 1) Они известны на рынке наших услуг как знающие специалисты.
- 2) Они имеют многолетний опыт работы в сфере...
- 3) За время нашего сотрудничества они зарекомендовали себя как надёжные деловые партнёры.
- 4) Они профессионально решают рабочие вопросы, находят выход из самой сложной ситуации.
- 5) Круг их деловых возможностей довольно широк.
- 6) Фирма, которая известна на рынке наших услуг как...
- 7) Во многом благодаря их работе наше предприятие вышло на новый уровень развития.
- 8) Они сделали наше предприятие таким процветающим, каким Вы его видите сейчас.

– Какие из перечисленных комплиментов универсальны в употреблении, а какие уместно адресовать только сотрудникам своей компании?

3. Вы – посетитель официального лица, у которого для Вас назначена встреча. Обменяйтесь визитными карточками, сообщите, что являетесь уполномоченным представителем своей организации.

Роли: топ-менеджер агентства «Горизонт» и директор фирмы «Престиж».

Вопросы:

– Когда необходимо указать на то, что Вы уполномоченный представитель? В какие моменты беседы уместно обменяться визитными карточками?

– Какие реплики помогут хозяину кабинета создать доброжелательную атмосферу общения?

Закончите диалог репликой:

– Вопрос, который мне хотелось бы обсудить, состоит в следующем...

В. Приветствие и прощание

1. Вы входите в помещение, где Ваши коллеги собрались на совещание. Поприветствуйте их.

– В чём заключается особенность этикетных формул приветствия, адресованных группе лиц?

2. Обратитесь к Вашему руководителю и договоритесь с ним о встрече.

– Что необходимо указать, обращаясь к руководителю с просьбой о встрече?

– Какой этикетный «расширитель» понадобится руководителю при назначении условий встречи.

– Что обязательно должен сказать сотрудник при прощании?

3. Вам необходимо срочно уйти с делового совещания. Как Вы обратитесь к присутствующим?

Возможные варианты ответа:

– Прошу меня извинить... / Извините за вмешательство... // В силу непредвиденных обстоятельств... / По независящим от меня причинам... / Возникли чрезвычайные обстоятельства... // Я вынужден покинуть Вас.

– Позвольте попрощаться, у меня срочные переговоры.

Прокомментируйте данные версии речевого поведения. Какое должностное положение говорящего они подразумевают?

4. Пользуясь клише, завершите деловое совещание, если

а) оно имело положительный результат:

– Модель: Обращение. «Теперь, когда мы успешно решили»... позвольте попрощаться и выразить надежду»... («плодотворное сотрудничество») «и пожелать Вам»... («новых свершений в бизнесе и всяческого процветания»). «Позвольте пригласить Вас в банкетный зал, где в более непринуждённой обстановке мы сможем продолжить наше деловое общение».

б) Вы не добились желаемого результата:

– Модель: Обращение. «Хотя мы сегодня и не пришли к окончательному соглашению»... «в доброжелательной рабочей атмосфере» ... «определить основные линии нашего возможного сотрудничества». Прощание, выражение надежды... («...установятся доверительные деловые отношения... способствовать нашему общему процветанию»). Приглашение в банкетный зал.

в) встреча будет иметь продолжение на следующий день:

– Модель: Обращение. Прощание, благодарность «за творческое участие в»... «Обсуждение проектов о сотрудничестве состоится... (дата / день, время, место)». «Всего доброго!»

С. Поздравление, благодарность

Разыграйте диалоги в парах:

– *Поздравьте коллегу с успешным проведением деловой встречи.*

– Поблагодарите коллегу за оказанную помощь, которая была Вам необходима для решения деловой задачи.

Обратите внимание: *ответы* на выражение поздравления и благодарности должны быть *разными*.

Как ответить, не понизив свой статус, на благодарность за помощь, которая с Вашей стороны потребовала значительных усилий? Возможные варианты ответов:

– Рад, что // сумел Вам помочь / мои усилия не пропали даром / мои знания оказались Вам полезны.

Приведите свои варианты ответов.

D. Извинение

1. Придумайте две ситуации служебного конфликта (незначительного и значительного). Разыграйте диалоги между руководителем и подчинённым.

– Чем будут отличаться извинения за незначительный и серьёзный проступок? Ответы на них?

2. Принесите деловому партнёру извинение-предупреждение.

– В какой ситуации приносится извинение-предупреждение? (придумайте свою ситуацию, требующую извинения-предупреждения со стороны адресанта).

E. Просьба, совет

1. В роли руководителя выразите своему подчинённому деловую просьбу.

– Какие формы глагола необходимо использовать? Уместны ли будут этикетные расширения?

2. Обратитесь с просьбой к коллеге, равному по возрасту и служебному положению.

– На что Вам необходимо указать, если Ваша просьба требует от коллеги затрат сил и времени, пусть даже незначительных?

3. В роли руководителя выразите своему подчинённому некатегоричную просьбу.

– В чём особенность подобной просьбы? Какие глаголы отражают её специфику?

4. Разыграйте диалог: совет и ответ на него.

– Возможны две ситуации, на основе которых Вы будете строить диалог: 1) у Вас могут попросить совета; 2) Вы можете дать совет по собственной инициативе. Какие речевые клише характеризуют каждую из этих ситуаций? Как особенности той или иной ситуации отразятся на речи адресанта? Выберите интересующую Вас ситуацию при выполнении этого задания.

4.3. Речевой этикет в протоколе телефонных деловых переговоров

Разыграйте диалоги – беседы по телефону:

1. Вы звоните руководителю фирмы-партнёра. Но трубку снимает секретарь руководителя.

– Какие версии построения диалога возможны в данной ситуации? Выберите одну из версий и разыграйте диалог.

2. Вам звонит коллега с деловым предложением, но Вы не располагаете в данный момент временем для беседы.

– Какие клише помогут Вам перенести беседу? Составьте и произнесите развёрнутый диалог.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Справочные издания

1. Балакай А.Г. Словарь русского речевого этикета / Ю.А. Балакай. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: АСТ; Астрель, 2002.
2. Бизнес, коммерция, рынок. Словарь-справочник. – Москва: Информпечать, 1993.
3. Большой экономический словарь. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1994.
4. Вакулина Е.Ю. Давайте говорить правильно! Юридическая терминология современной России: краткий словарь-справочник / Е.Ю. Вакулина. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2006.
5. Вербицкая Л.А. Давайте говорить правильно! Трудности современного русского произношения и ударения: краткий словарь-справочник / Л.А. Вербицкая, Н.В. Богданова, Г.Н. Скляревская. – 5-е изд., стереотип. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2005.
6. Выскребенцева Е. Полная современная энциклопедия этикета. Этикет на каждый день. Деловой этикет. Сервировка стола / Е. Выскребенцева. – Донецк: ООО «Агентство мультипресс», 2012.
7. Дипломатический словарь / под ред. А.А. Громыко, А.Г. Ковалёва, П.П. Севостьянова, С.Л. Тихвинского. – В 3 т. – Москва: «Наука», 1985–1986.
8. Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А. Краткий словарь делового человека / Т.Г. Евдокимова, Г.А. Маховикова. – Москва: Финансы и кредит, 1991.
9. Иванова Т.Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т.Ф. Иванова. – 3-е изд., стереотип. – Москва: Рус. яз. – Медиа, 2006.
10. Катлинская Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л.П. Катлинская. – Москва: АСТ; Астрель, 2008.
11. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Арзилияна. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1992.

12. Маркетинг. Толковый терминологический словарь-справочник. – Москва: Инфоконт, 1991.
13. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 13-е изд. – Москва: Айрис-пресс, 2008.
14. Скляревская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник / Г.Н. Скляревская, Е.Ю. Вакулина. – СПб.: Филологический факультет СПбУ; Москва: Академия, 2006.
15. Современный экономический словарь. – Москва: Инфра-М, 1997.
16. Шушков А.А. Толково-понятийный словарь русского языка / А.А. Шушков; Ин-т лингвистич. Исслед. РАН. – Москва: АСТ; Астрель; Хранитель, 2008.

Учебно-методическая литература

1. . Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет. Учеб. пособие для студентов-иностранцев / А.А. Акишина, Н.И. Формановская. – Изд. 3-е, испр. – Москва, «Русский язык», 1983.
2. Бэннет К. Деловой этикет и протокол. Краткое руководство для профессионала / К. Бэннет. – Москва, изд-во СмартБук, 2008.
3. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000.
4. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи. Учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001.
5. Введенская Л.А., Черкасова М.Н. Русский язык и культура речи. / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – (Серия «Учебники, учебные пособия»).
6. Вуд Дж., Серре Ж. Дипломатический церемониал и протокол / Дж. Вуд, Ж. Серре. – Москва, 1974.
7. Вуд Дж., Серре Ж. Дипломатический церемониал и этикет / Дж. Вуд, Ж. Серре. – Москва: 1974.
8. Гольдин В.Е. Речь и этикет / В.Е. Гольдин. – Москва, 1983.
9. Камбон Ж. Дипломат / Ж. Камбон: пер. с франц., под ред. и предисл. А.А. Трояновского. – Москва: Государственное издание политической литературы, 1946.
10. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. Учебное пособие для вузов / М.В. Колтунова. – Москва: «Экономическая литература», 2002.
11. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. – Москва: ЮНИТИ-Дана, 2005.
12. Культура русской речи: учебник для вузов / отв. ред. д. ф. н., проф. Л.К. Граудина и д. ф. н., проф. Е.Н. Ширяев. – Москва: Норма, 2006.

13. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – Мочква: Флинта, Наука, 1997.
14. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие / Т.Н. Персикова. – Москва: Логос, 2002.
15. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие / А.П. Садохин. – Москва: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004.
16. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения: пособие и словарь-справочник / З.С. Смелкова. – Москва: КУБК-а, 1997.
17. Тарасов А.Г., Линецкий А.Ф. Международные основы этикета и протокола: учеб. пособие / А.Г. Тарасов, А.Ф. Линецкий. – Екатеринбург, 2004.
18. Формановская Н.И. Русский речевой этикет и культура общения / Н.И. Формановская. – Москва, 1989.
19. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистические и методические аспекты / Н.И. Формановская. – Москва, 1987.

Реферативная и творческая работа:

1. Этикет и этика делового общения.
2. Светский и деловой этикет: сходства и различия.
3. Военский этикет и культура общения военнослужащих.
4. Речевого этикет: история, основы, факторы, определяющие его формирование.
5. Речевого этикет в деятельности современного делового человека.
6. Правила и нормы речевого этикета в начале общения: обращение. Приветствие.
7. Правила и нормы речевого этикета в процессе общения: формулы вежливости и взаимопонимания.
8. Правила и нормы речевого этикета в конце общения: прощание, резюмирование и комплименты.
9. Особенности речевого этикета при дистантном общении: общении с помощью телефона и сети Интернет.
10. Национальные особенности речевых этикетов разных стран: сходства и различия.
11. Значение речевого этикета для общества и культурной ментальности современной России.
12. Этикетные речевые формулы как отражение культурной ментальности личности.

Практическое занятие 5. Деловые переговоры

Ответьте на вопросы и выполните задания:

5.1. Деловые переговоры: общая характеристика

- 1) Дайте определение деловых переговоров. В чём состоят их отличительные черты? Варианты классификации деловых переговоров.
- 2) Какова главная цель переговоров? Обоснуйте свою точку зрения.
- 3) В каких случаях деловые переговоры необходимы и когда к ним не рекомендуется приступать?

5.2. Деловое совещание в коллективе сотрудников

- 1) Дайте определение делового совещания в коллективе сотрудников. К каким вариантам классификации деловых переговоров его можно отнести?
- 2) Какую роль играет руководитель на этапах подготовки и проведения совещания в коллективе сотрудников?
- 3) В чём состоит метод выделения основных компонентов проблемы при принятии коллективного решения? Приведите примеры.
- 4) Опишите особенности проведения совещания по методу «домино».
- 5) Характеризуйте эвристические методы решения деловых вопросов.
- 6) Какова структура проведения делового совещания по методу «мозговой атаки».

Практическое задание 1. Тренинг «Деловое совещание по методу «мозговой атаки». Выберите актуальный вопрос для вашей группы, требующий ближайшего решения. Положите его в основу тренинговой игры. Выберите председателя вашего делового совещания, группу «аналитической оценки». Проведите игровое деловое совещание по методу «мозговой атаки», соблюдая его этикетное оформление.

5.3. Двусторонние деловые переговоры

- 1) Дайте определение двусторонних деловых переговоров. В чём состоит их отличительная черта?
- 2) Охарактеризуйте подготовительный этап участия в двусторонних переговорах.
- 3) Опишите переговорный процесс.
- 4) Результат переговоров: типы совместных решений. Каким принципом необходимо руководствоваться, принимая решение на двусторонних деловых переговорах?
- 5) Раскройте содержание тактических приёмов, используемых на двусторонних деловых переговорах:
 - а) Приёмы, характерные для всех этапов переговоров;
 - б) Специфические переговорные приёмы;
 - в) Поэтапные тактические приёмы переговоров:
 - этапы обсуждения и уточнения позиций;
 - этап согласования позиций;

б) Какие недостатки могут быть выявлены при ведении двусторонних деловых переговоров?

Практическое задание 2. Разыграйте сценки, в которых демонстрируются те или иные тактические приёмы, используемые в двусторонних деловых переговорах. Предложите группе определить выбранный вами тот или иной приём.

5.4. Презентация

- 1) Дайте определение презентации, охарактеризуйте её цели. Типы презентаций (варианты классификации).
- 2) Публичная презентация: условия и правила проведения, отличительные черты аудитории, мастерство презентатора;
- 3) Камерная и приватная презентации: условия и правила проведения, отличительные черты аудитории, мастерство презентатора;
- 4) Презентационная речь: принципы и законы построения.
- 5) Какие приёмы позволяют оратору, выступающему с презентационной речью, активизировать внимание слушателя?

Практическое задание 3.

а) Прочтите текст презентационной речи. Расскажите, какими экстралингвистическими (неязыковыми) и лингвистическими (языковыми: лексическими, синтаксическими, стилистическими) средствами достигается убедительность, выразительность, адресованность сообщения?

Презентационная речь

Уважаемые господа!

*Сегодня мы рады открыть в ... представительство Группы Компаний **АМОЛИ**, которая начала свою деятельность в виде отдельных компаний более 40 лет назад в Индии и является в настоящее время одним из лидирующих торговых домов Дальнего Востока в области электроники, химического и фармацевтического сырья, компьютеров, периферии¹⁵ и копировальной техники.*

Наш торговый дом состоит из нескольких компаний, занимающихся производством и экспортным и импортным бизнесом в разных областях и объединенных в 1986 году под общим названием «Амоли». Это Кемфар, Амоли Органикс ЛТД и Умедика лабораториз ЛТД.

Сегодня Амоли имеет эффективную торговую сеть по всей Европе. На основе своего опыта компания уже заняла сильную позицию на

¹⁵ **Периферия** в компьютерной технике – совокупность внешних устройств. – Примеч. автора.

международном рынке, поставляя качественную продукцию по конкурентным ценам.

Сфера деятельности компаний:

Амоли энтерпрайзис ЛТД (созд. в 1986 г.) – компьютеры и автоматизация офисного оборудования.

Это одна из ведущих организаций в Гонконге, имеющая репутацию одного из основных поставщиков фирменной продукции в сфере компьютеров, копировальной техники, оборудования и автоматизации офисов. В настоящее время мы имеем свое производство в этой сфере.

Кемфар, созданная в 1987 году, производит химическую и фармацевтическую продукцию. Компания имеет свое производство в Индии. Основная торговая сеть, представляющая рынок сбыта, в основном размещена в Индии и Китае, а также во многих других странах – Японии, Корее, Пакистане, Бангладеш, Кении, Нигерии и большинстве европейских стран.

Остальные дочерние компании успешно работают в сфере производства лекарственных препаратов в конечной и составной форме. Все производство согласуется с параметрами Who и USFDA.

Сегодня мы являемся лидером по качественному и количественному производству субстанции и имеем успешные результаты использования и налаженные торговые отношения со многими странами Азии, Америки, Африки и Европы.

На территории России Амоли является дилером таких компаний, как Hewlett Packard, Canon, Ricoh, Epson.

Кроме своих складских мощностей в Гонконге и Сингапуре, мы имеем склады по многим видам продукции в Европе: Гамбурге, Вене и Москве.

Благодаря налаженным отношениям с производителями в Японии, на Тайване и в Китае мы имеем возможность предложить Вам конкурентные цены и своевременную доставку. Если вы уже имеете торговую сеть, мы можем действовать как ваш постоянный поставщик. Будем рады с Вами сотрудничать и надеемся установить прочные деловые контакты с торговыми компаниями в России. Мы рады Вам представить всю гамму нашей продукции.

Приглашаем к взаимовыгодному сотрудничеству торговые организации: как крупные торговые компании, так и небольшие салоны, торгующие офисной техникой. Высокое качество нашей продукции и оптимальные цены – залог нашего и Вашего преуспевания.

Позвольте выразить надежду на взаимовыгодные контакты и успешные перспективы нашего бизнеса в России.

Благодарю за внимание.

б) Составьте и произнесите презентационную речь на деловую или культурно-просветительскую тематику.

• *Для справок:* Для презентационной речи характерны следующие экстралингвистические и лингвистические особенности: обширный фактографический материал; указание на солидность предмета презентации (проекта, производителя, компании и т.д.), на глобальность его охвата (производства, деятельности, насыщения рынка товарами и пр.). Недостатки предмета презентации и их причины не скрываются, даются перспективы их преодоления; подчёркивается, что его достоинства почти полностью компенсируют недостатки. Логический акцент падает на актуальность, новизну и оригинальность предмета презентации, его коммерческую эффективность и востребованность обществом, на перспективы его дальнейшего развития. Наиболее часто используемые языковые средства выразительности и стилистические фигуры: эпитеты, сравнения, фразеологизмы, синтаксический параллелизм, анафора, вопросно-ответная форма повествования или риторические вопросы, обращения к аудитории; выдерживается этикетная рамка публичного выступления.

5.5. *Интервью*

- 1) Определите место интервью в классификации деловых переговоров.
- 2) Каково коммуникативное намерение руководителя при проведении интервью?
- 3) Каково коммуникативное намерение претендента на вакантную должность при прохождении интервью?

Практическое задание 4. Ролевая игра в парах «Интервью при приёме на работу».

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Справочные издания

1. Балакай А.Г. Словарь русского речевого этикета / Ю.А. Балакай. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: АСТ; Астрель, 2002.
2. Бизнес, коммерция, рынок. Словарь-справочник. – Москва: Информпечать, 1993.
3. Большой экономический словарь. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1994.
4. Вакулина Е.Ю. Давайте говорить правильно! Юридическая терминология современной России: краткий словарь-справочник / Е.Ю. Вакулина. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2006.
5. Вербицкая Л.А. Давайте говорить правильно! Трудности современного русского произношения и ударения: краткий словарь-справочник /

- Л.А. Вербицкая, Н.В.Богданова, Г.Н. Скляревская. – 5-е изд., стереотип. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2005.
6. Выскребенцева Е. Полная современная энциклопедия этикета. Этикет на каждый день. Деловой этикет. Сервировка стола / Е. Выскребенцева. – Донецк: ООО «Агентство мультипресс», 2012.
 7. Дипломатический словарь / под ред. А.А. Громыко, А.Г. Ковалёва, П.П. Севостьянова, С.Л. Тихвинского. – В 3 т. – Москва: «Наука», 1985–1986.
 8. Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А. Краткий словарь делового человека / Т.Г. Евдокимова, Г.А. Маховикова. – Москва: Финансы и кредит, 1991.
 9. Иванова Т.Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т.Ф. Иванова. – 3-е изд., стереотип. – Москва: Рус. яз. – Медиа, 2006.
 10. Катлинская Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л.П. Катлинская. – Москва: АСТ; Астрель, 2008.
 11. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Арзилияна. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1992.
 12. Маркетинг. Толковый терминологический словарь-справочник. – Москва: Инфоконт, 1991.
 13. Правовой словарь предпринимателя. – Москва: Большая Российская Энциклопедия, 1993.
 14. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 13-е изд. – Москва: Айрис-пресс, 2008.
 15. Скляревская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник / Г.Н. Скляревская, Е.Ю. Вакулина. – СПб.: Филологический факультет СПбУ; Москва: Академия, 2006.
 16. Современный экономический словарь. – Москва: Инфра-М, 1997.
 17. Шушков А.А. Толково-понятийный словарь русского языка / А.А. Шушков; Ин-т лингвистич. Исслед. РАН. – Москва: АСТ; Астрель; Хранитель, 2008.

Учебно-методическая литература

1. Арредондо Р.И. Искусство деловой презентации / Р.И. Арредондо: пер. с англ. – Челябинск, 1999.
2. Архангельская М. Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам / М.Д. Архангельская. – Москва, 2007.
3. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учеб. пособие / О.А. Баева. – 2-е изд., исправл. – Минск: Новое знание, 2001.
4. Борунков А. Ф. Дипломатический протокол в России / А.Ф. Борунков. – Москва, 1999.
5. Бэкон Ф. Сочинения / Ф. Бэкон. – В 2 т. – Т.2. – Москва, 1972. С. 463 – 464.

6. Бэннет К. Деловой этикет и протокол. Краткое руководство для профессионала / К. Бэннет. – Москва, изд-во СмартБук, 2008.
7. Введенская Л.А., Черкасова М.Н. Русский язык и культура речи / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – (Серия «Учебники, учебные пособия»).
8. Вуд Дж., Сере Ж. Дипломатический церемониал и протокол / Дж. Вуд, Ж. Сере. – Москва, 1974.
9. Галенко В.П., Страхова О.А., Файбушевич С.И. Управление персоналом и эффективность предприятий / В.П. Галенко, О.А. Страхова, С.И. Файбушевич. – СПб: СПбУЭФ, 2004.
10. Джей Э. Эффективная презентация / Э. Джей: пер. с англ. – Минск, 1996.
11. Дональдсон М.К., Дональдсон М. Умение вести переговоры / М.К. Дональдсон, М. Дональдсон: пер. с англ. – Киев, 1998.
12. Камбон Ж. Дипломат / Ж. Камбон: пер. с франц., под ред. и предисл. А.А. Трояновского. – Москва: Государственное издание политической литературы, 1946.
13. Ковалёв А.Н. Азбука дипломатии / А.Н. Ковалёв. – Москва: «Интерпракс», 1993.
14. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. Учебное пособие для вузов / М.В. Колтунова. – Москва: «Экономическая литература», 2002.
15. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. – Москва: ЮНИТИ-Дана, 2005.
16. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – Москва: Флинта, Наука, 1997.
17. Линецкий А. Ф. Роль международного этикета и протокола в развитии внешнеэкономических контактов / А.Ф. Линецкий // Известия Уральского государственного университета. – 2009. – № 1/2(64). – С. 79-91.
18. Ниренберг Дж. Гений переговоров / Дж. Ниренберг. – Минск, 1997.
19. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие / Т.Н. Персикова. – Москва: Логос, 2002.
20. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие / А.П. Садохин. – Москва: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004.
21. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения: пособие и словарь-справочник / З.С. Смелкова. – Москва: КУБК-а, 1997.
22. Тарасов А.Г., Линецкий А.Ф. Международные основы этикета и протокола: учеб. пособие / А.Г. Тарасов, А.Ф. Линецкий. – Екатеринбург, 2004
23. Фишер Р., Фишер У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Фишер. – Москва, 1992.
24. Эрнст О. Слово предоставляется вам: практические рекомендации по ведению бесед и переговоров / О. Эрнст: пер. с нем. – Москва, 1996.
25. Юри У. Преодолевая «нет», или Переговоры с трудными людьми / У. Юри: пер. с англ. – Москва, 1993.

Реферативная и творческая работа:

1. Этика и психология делового общения в корпоративной культуре.
2. Формы делового общения в корпоративной культуре.
3. Имидж и качества делового человека.
4. Принципы речевого поведения в современном деловом общении.
5. Культура речи делового человека.
6. Деловое совещание в коллективе сотрудников: специфика, подготовка и проведение.
7. Формы и правила проведения делового совещания в коллективе сотрудников.
8. Двусторонние деловые переговоры: подготовка и проведение.
9. Специфика двусторонних деловых переговоров.
10. Деловые переговоры руководителей.
11. Позиции в деловом общении, ведущие к успеху.
12. Фразы, помогающие провести деловые переговоры и фразы-запреты («саботажники общения»).
13. Культура ведения полемики: полемические тактики, приёмы и речевые клише в них.
14. Восприятие и понимание партнёра по общению: их приоритетные каналы и механизмы.
15. Барьеры в деловом общении и их преодоление (теория и примеры речевых клише).
16. Манипуляции и защита от них (теория и примеры речевых клише).
17. Презентация: смысл, назначение, содержание.
18. Формы презентации и их особенности.
19. Презентация на избранную тему.
20. Формы межличностного делового общения.
21. Правила проведения современной деловой беседы.
22. Деловая и светская беседы: особенности коммуникации, сходства и различия.
23. Формы и психологические особенности вербальной деловой коммуникации.
24. Семантика невербальной коммуникации в деловом общении: как «читать» партнёра.
25. Двусторонние деловые переговоры как специфическая форма межкультурной коммуникации.

ОСНОВНЫЕ ОБЩЕПРИНЯТЫЕ ГРАФИЧЕСКИЕ СОКРАЩЕНИЯ

А		м. н. с. младший научный сотрудник
абх.	абхазский	мн. много, многие
авар.	аварский	многokr. многократный глагол
авг.	август, августовский	молд. молдавский
аво	агентство	мол. м. молекулярная масса
австр.	австрийский	мон. монастырь
австрал.	австралийский	монг. монгольский
авт.	автономный	мор. морской
авт. л. и а. л.	авторский лист	морд. мордовский
агр.	агроном, агрономический; аграрный	моск. московский
адж.	аджарский	м. п. место печати
адм.	адмирал; административный	м. р. малорастворимый
адм.терр.	административно-территориальный	м-р мистер
адыг.	адыгейский, адыгский	м. с. мастер спорта
а. е.	астрономическая единица	м/с медицинская сестра, медицинская служба; метр в секунду
а. е. д.	астрономическая единица длины	мс миссис
а. е. м.	атомная единица массы	муж. и м. мужской
азерб.	азербайджанский	муз. музей; музыка, музыкальный
азиат.	азиатский	муниц. муниципальный
акад.	академик, академия	мусульм. мусульманский
акк.	аккузатив	мф миллифот; микрофильм
акц.	акционерный	м/ф мультфильм
а/л	атомный ледокол	мц. мученица; мцц. мученицы
а. л. и авт. л.	авторский лист	мц и мес. месяц
алб.	албанский	мч. мученик; мчч. мученики
алг.	алгебра	Н
алг. и алгебр.	алгебраический	Н ньютон
алж.	алжирский	Н. Новый

алт.		алтайский	н. а. и нар. арт. народный артист
алф.		алфавитный	наб. набережная
альм.		альманах	наз. называемый
альп.		альпийский	назв. название
амер.		американский	наиб. наибольший, наиболее
анат.		анатомический	наим. наименьший, наименее;
англ.		английский	наименование
ангол.		ангольский	накл. накладная; наклонение
аннот.	аннотация,	аннотированный	напр. например
антич.		античный	нас. население
а/о	акционерное общество;	автономный	науч. научный
округ,	автономная	область	нац. национальный
ап.	апостол;	апп. апостолы	нач. начало, начато (<i>при дате</i>); начальник;
а/п		аэропорт	начальный
апр.	апрель,	апрельский	нб и н/б не был (<i>в списках</i>)
ар.	и	араб. арабский	неизв. неизвестный
арам.		арамейский	неизм. неизменяемое (слово)
аргент.		аргентинский	нек-рый некоторый
арифм.	арифметика,	арифметический	нем. немецкий
арм.		армянский	непал. непальский
арт.	артиллерия, артиллерийский;	артист	не сохр. не сохранился
арх.	архив,	архивный	неуд. неудовлетворительно (<i>оценка</i>)
арх.	и	археол. археология,	нидерл. нидерландский
археологический			ниж. нижний
арх.	и	архип. архипелаг	низм. низменность
арх. и архит.	архитектор, архитектурный		н.-и. научно-исследовательский
архиеп.		архиепископ	н. к. т. нижняя критическая температура
архим.		архимандрит	н/о и н/об на обороте
а/с	административная	служба	н. о. национальный округ
асс.		ассистент	нов. новый
ассир.		ассирийский	новогреч. новогреческий
астр.		астрономический	новозел. новозеландский
ат.		атомный	норв. норвежский
афг.		афганский	норм. нормальный
афр.		африканский	нояб. ноябрь, ноябрьский
а/я	абонементный	ящик	н. с. научный сотрудник
Б			н. с. и н. ст. новый стиль
Б.		Большой	н.-т. научно-технический
б		байт	н. э. наша (новая) эра
б.	и	бал. балка	О
б.	и	больн. больной	о. отец (<i>церк.</i>)
б.	и	бух. бухта	о. и о-в остров; о-ва острова
б.	и	быв. бывший	об-во и о-во общество

бал.			балет	обл. область, областной; обложка
балк.			балкарский	обл. ц. областной центр
балт.			балтийский	обр. образца; обработка
басс.			бассейн	овр. овраг
бат-н	и	б-н	батальон	огл. оглавление
башк.			башкирский	одновр. одновременный
б.	г.	без	указания	одноим. одноименный
безв.			безводный	однокр. однократный глагол
белорус.	и	блр.	белорусский	одуш. одушевленный
бельг.			бельгийский	оз. озеро
бер.			берег	ок. около; океан
бзн			бензин	оконч. окончено (<i>при даме</i>)
б.	и.	без	указания	окр. округ, окружной
издательства				окр. ц. окружной центр
библ.	библейский;		библиографический,	окт. октябрь, октябрьский
	библиография;		библиотечный	оп. опись; опера; опус
б.	или	м.	более	оп-та оперетта
			или	оптим. оптимальный
			менее	опубл. опубликован
биогр.			биографический	ор. орудие
бирм.			бирманский	орг. организационный; органический
Бк			беккерель	орг-ция организация
б-ка			библиотека	ориг. оригинал, оригинальный
Бл. В. и Бл. Восток			Ближний Восток	осет. осетинский
блгв.	благоверный;	блгвв.	благоверные	осн. основанный; основа, основной
блж.			блаженный	отв. и ответ. ответственный
б.	м.	без	указания	отд. отдел; отделение; отдельный
			места	отеч. отечественный
б. м. и г.	без		указания	отл. отлично (<i>оценка</i>)
			места и года	отм. отметка
бол.			болото	отт. оттиск
болг.			болгарский	офиц. официальный
болив.			боливиийский	офс. офсетный
больн.	и	б.	больной	оч. очень
больн.	и	бца	больница	П.
бот.	ботаника,		ботанический	П., п., предл. предложный падеж
б/п	без		переплета;	п. параграф; пункт; пп. параграфы; пункты
			беспартийный	п. пешка; полк; пуд
бр.	братья		(<i>при фамилии</i>);	п. и пад. падеж
			брутто	п. и пер. переулоч
браз.			бразильский	п. и пос. поселок
брет.			бретонский	п. а. почтовый адрес
брит.			британский	пакист. пакистанский
б/у	бывший	в	употреблении	
буд.			будущее	
буд.			время	
букв.	буквально,		буквальный	
бул.			бульвар	
бум.			бумажный	
бум.	л.		бумажный	
			лист	
бурж.			буржуазный	

бурят.		бурятский	пал. палата
бут.		бутылка	пам. памятник
бух.	и	б. бухта	парагв. парагвайский
б.	ц. без	указания	цены
б. ч.	бо'льшая часть, большей частью		парт. партийный
бюдж.		бюджетный	пас. пасака
бюлл.	бюллетень		пасс. пассажирский
В			пат. патент
В		вольт	пат. и патол. патологический
В.	и	в. восток	патр. патриарх
в.		верста;	пгт и п. г. т. поселок городского типа
в.	век;	вв. века	пед. педагогический
в.	и	веч. вечер	пенджаб. пенджабский
в.	и	вост. восточный	пер. перевал; перевел, перевод, переводчик; перевоз; переплет; период
в.	и	вып. выпуск	первонач. первоначальный
вв.	века;	в. век	переим. переименован
в-во		вещество	перем. переменный
вдп.		водопад	перс. персидский
вдхр.		водохранилище	пес. песок, песчаный
вед.	ведомственный;	ведущий	петерб. петербургский
вел.	(Вел.) великий	(Великий)	пех. пехотный
венг.		венгерский	печ. л. и п. л. печатный лист
венесуэл.		венесуэльский	пещ. пещера
верх.		верхний	п/ж полужирный (шрифт)
вес. ч. и в. ч.		весовая часть	п/з пограничная застава
вет.		ветеринарный	пищ. пищевой
веч.	вечерний;	вечерня	пл. платформа (ж.д.); площадь
веч.	и	в. вечер	плат. платиновый
визант.		византийский	плем. племенной
вин., В., в.		винительный падеж	плод. плодовый
вкз.		вокзал	плоск. плоскогорье
вкл.	вкладка;	вклейка; включение	плотн. плотность
вкл. и включ.	включая,	включительно	пн. понедельник
вкл.	л.	вкладной лист	п/о почтовое отделение; производственное объединение
в. к. т.	верхняя критическая температура		п/о и п/отд подотдел
влк.	вулкан		пов. повелительное наклонение; повесть
вм.		вместо	пов полуостров
вмц.	великомученица;	вмцц. великомученицы;	пог. м погонный метр
вмч.	великомученики		под. подобный; подъезд
вмчч.	великомученики		подп. подполковник
внеш.		внешний	пол. половина
			полигр. полиграфия, полиграфический

в. н. с.	ведущий	научный	сотрудник	полинез.	полинезийский
внутр.			внутренний	полит.	политика, политический
в/о	вечернее		отделение	полк.	полковник
вод.	ст.	водяной	столб	полн.	полный
воен.			военный	польск.	польский
возв.			возвышенность	пом.	помещение; помощник
возд.			воздушный	португ.	португальский
вок.			вокальный	посв.	посвященный
воскр.	и	вс.	воскресенье	посм.	посмертно
в	осн.	в	основном	пост.	постановление; постановка,
вост.-европ.			Восточно-европейский		постановщик; постоянный
восх.			восход	поч. чл.	почетный член
вп.			впадина	пп.	параграфы; пункты; п. параграф; пункт
в/п		в	переплете	п/п	подлинник подписан; полевая почта; по
вр.		врач;	время		порядку; почтовый перевод;
в/с		высший	сорт		полупроводниковый
вс.	и	воскр.	воскресенье	п/р	под руководством
в	ср.	в	среднем	пр.	премия; проезд; пруд
вступ.			вступительный	пр. и прав.	правый
Вт			ватт	пр. и прол.	пролив
вт.			вторник	пр. и просп.	проспект
в т. ч.	В	том	числе	прав.	праведный
в. ч.	и	вес. ч.	весовая часть	правосл.	православный
в. ч.	и	в/ч	войсковая часть	прво	правительство
выкл.			выключение	пред. и предс.	председатель
вып.	и	в.	выпуск	предисл.	предисловие
вып.	дан.	выпускные	данные	предст.	представитель
выс.		выселки;	высота	преим. и преимущ.	преимущественно
вых.	дан.	выходные	данные	преп.	преподаватель
вьетн.			вьетнамский	преп. и прп.	преподобный; прпп.
Г					преподобные
г.	год;	гора;	гг.	годы;	горы
г					грамм
г.		и	г-жа		госпожа
г. и г-н	господин;	гг. и г-да	господа		
г. и гор.	город;	гг.	города		
га			гектар		
гав.			гавань		
газ.	газета,	газетный;	газовый		
гал.			галантерейный		
гар.			гараж		
гв.	гвардия,		гвардейский		
				прибл.	приблизительно
				прим. и примеч.	примечание
				прист.	приставка; пристань
				прмц.	преподобномученица; прмцц.
					преподобномученицы
				прмч.	преподобномученик; прмчч.
					преподобномученики
				пров.	провинция
				прованс.	провансальский
				прогр.	программный
				прод.	продовольственный; продольный
				произв.	произведение

гватем.		гватемальский	произв-во производство
гвин.		гвинейский	происх. происхождение, происходит
гг.	годы; горы;	г. год; гора	прол. и пр. пролив
гг.	города;	г. и гор. город	пром. промышленный
гг		гектограмм	пром-сть промышленность
ген.	генерал;	генеральный;	генитив
ген.-л. и ген.-лейт.	Генерал-лейтенант		прор. пророк
ген.	м.	генерал-майор	прот. протоиерей; протока
ген.-п. и ген.-полк.	генерал-полковник		прот. и протопресв. протопресвитер
геогр.	география,	географический	противоп. противоположный
геод.	геодезия,	геодезический	проф. профессиональный; профессор;
геол.	геология,	геологический	профсоюзный
герм.		германский	проч. и пр. прочий
гл.	глава;	главный;	глагол;
гл.	обр.	главным	образом
г. н. с.	главный	научный	сотрудник
г/о	городское	отделение	
год.	годовой,	годичный	
голл.		голландский	
гор.	городской;	горячий	
гос.		государственный	
гос-во		государство	
госп.	и	гсп.	госпиталь
гр.	граф;	графа;	группа
гр.	и	град.	градус
гр.	и	греч.	греческий
гр.	и	грка	гражданка
гр. и гр-н	гражданин;	гр-не	граждане
грав.		гравюра	
град.	и	гр.	градус
гражд.		гражданский	
грамм.	граммофонный;	грамматика,	
	грамматический		
греч.	и	гр.	греческий
груз.		грузинский	
губ.	губерния,	губернский	
г/х		газоход	
Гц		герц	
г-ца		гостиница	
Д.	д., дат.	дательный	падеж
д.	действие (<i>при цифре</i>);	день;	долгота;
	доля;		дом
д.	и	дер.	деревня
			р. род (грамматический); рота
			р. река; рр. реки
			р. и руб. рубль
			Р., р., род. родительный падеж
			р. и род. родился
			равн. равнина
			равноап. равноапостольный; равноапп.
			равноапостольные
			раз. разъезд (<i>ж.д.</i>)
			разв. разведка; развалины
			разд. раздел
			разл. различный
			разр. разряд
			распр. и распростр. распространен
			раст. растительный
			рац. рационализаторский
			рво равенство
			рев. и револ. революционный

д	и	дм	дюйм	рег. регистр, регистровый
даг.			дагестанский	ред. редактор, редакция, редакционный
дат.			датский	реж. режиссер
Д. В. и Д. Восток			Дальний Восток	рез. резюме
деж.			дежурный	религ. религиозный
действ.			действительный	реликт. реликтовый
дек.	декабрь,	декабрьский;	декада	рем. ремонтный
ден.			денежный	респ. республика, республиканский
деп.	департамент;		депутат	реф. реферат
дес.	десант; десятина; десяток; десятичный			рец. рецензия
дз			диагноз	рим. римский
диак.			диакон	рис. рисунок
диам.			диаметр	р/л русский и латинский (шрифт)
див.			дивизия	р-н район
див-н	и	д-н	дивизион	р/о районное отделение
д. и. н.	доктор	исторических	наук	род. родник
дир.	и	д-р	директор; дирижер	рожд. рожденная (урожденная); рождение
д. иск.	доктор	искусствоведения		ром. роман; романский
дисс.			диссертация	росс. российский
дист.	дистанция;	дистиллированный		р-р раствор; р-ры растворы
Д/к	Дворец культуры, Дом культуры			рр. реки; р. река
дл.			длина	р/с радиостанция
дм			дециметр	р/с и р/сч расчетный счет
дм	и	д	дюйм	рт. ст. ртутный столб
д. м. н.	доктор	медицинских	наук	руб. и р. рубль
д. н.	доктор		наук	руж. ружейный
д. о.	и	д/о	дом отдыха	рук. рукав; руководитель, руководство
д/о	дневное		отделение	рукоп. рукопись, рукописный
док.			документальный	рум. румынский
док.	и	докт	документ	рус. русский
докт.	и	др	доктор	руч. ручей
дол.			долина	Р. Х. Рождество Христово
долл.			доллар	р. ц. районный центр
доп.	дополнение,	дополненный,		р-ция реакция
	дополнительный;	допустимый		С
доц.			доцент	с. сажень; село; сорт; сын
д.	п.	дачный	поселок	с и сек. секунда
дптр	и	Д	диоптрия	с. и стр. страница
др			дебаркадер	сад-во садоводство
др.	древний;	другой;	дробь	сальвад. сальвадорский
драм.			драматический	сан. санаторий; санитарный
др.англ.			древнеанглийский	санскр. санскритский
др.в.н. и др.в.нем.			древневерхненемецкий	сауд. саудовский

др.герм.		древнегерманский	сб. суббота
др.гр.	и	др.греч. древнегреческий	сб. сборник; сбкн сборники
др.евр.		древнееврейский	с/б с барьерами (бег)
др.инд.		древнеиндийский	св. свыше
др.н.нем.		древненижненемецкий	св. святой; свв. святые
др.рус.		древнерусский	св свеча
д/с		детский сад	свво свойство
д. т. н.		доктор технических наук	своб. свободный
дубл.		дубликат, дублированный	свт. святитель; свтг. святители
д. ф.-м. н.		доктор физико-математических наук	свящ. священник
д. ф. н.		доктор филологических наук, доктор философских наук	с. г. сего года
д. х. н.		доктор химических наук	с/д сеанс для детей
д. ч.		действительный член	с.-д. социал-демократ, социал-демократический
д/э	и	дэ/х дизель-электроход	С. и с. север
д/я		детские ясли; для ясности	сев. и с. северный
			С.-В. и с.-в. северо-восток
			сев.-вост., с.-в., с.-вост. северо-восточный
Е			сек. и с. секунда
евр.		еврейский	секр. секретарь; секретно
евр.	и	европ. европейский	сект. сектантский
егип.		египетский	сел. селение, сельский
ед.		единица	сем. семейство
ед. изм. и ед. измер.		единица измерения	сент. сентябрь, сентябрьский
ед. хр.		единица хранения	сер. серебро, серебряный; середина; серия
ед. ч. и ед.		единственное число	серб. сербский
ежедн.		ежедневный	серж. сержант, сержантский
ежемес.		ежемесячный	сеч. сечение
еженед.		еженедельный	С.З- и с. -з. северо-запад
Е. И. В.	Его	(Ее) Императорское Величество	сев.-зап., с.-з., с.-зап. северо-западный
		(в старых текстах)	сиб. сибирский
емк.		емкость	симм. симметричный
еп.	епископ;	епп. епископы	симф. симфония, симфонический
ефр.		ефрейтор	синд. синдикат
Ж			синт. синтетический
ж.		жидкость, жидкий	сист. система
ж.	и	жен. женский	сир. сирийский
ж.	и	жит. жители	ск. скала, скалы; скорость
ж. д. и ж/д		железная дорога	сканд. скандинавский
ж. д. и ж/д		железнодорожный	скв. скважина
жен.	и	ж. женский	скл. склад, склады; склонение
жит.	и	ж. жители	сконч. скончался
			слав. славянский

журн. журнал

З

З. и **з.** запад
з. и **зап.** западный
з. и **зол.** золотник
з. а. и засл. арт. заслуженный артист
зав. заведующий
загл. заглавие
заимств. заимствованный
зак. заказ
зал. залив
зам. заместитель
зап. и **з.** западный
зап. записки
зап.-европ. западно-европейский
заруб. зарубежный
засл. заслуженный
заст. застава
зач. зачет, зачтено (оценка)
зв. звезда, звездный; звонок
зд завод
з. д. и. заслуженный деятель искусств
з. д. н. заслуженный деятель науки
зем. земельный
з. к. и з/к заключенный (*первоначально:*
заключенный каналомармеец)
з. м. с. заслуженный мастер спорта
зн. знак
зн. и **знач.** значение
з/о заочное отделение
зол. золото, золотой
зол. и **з.** золотник
з/п здравпункт
зпт запятая (*в телеграммах*)

И

И., и., им. именительный падеж
игум. игумен
и др. и другие
и.е. индоевропейский
иером. иеромонах
изб. избыточный

след. следующий; следовательно

словац. словацкий

словен. словенский

СМ счетная машина

см сантиметр

см. смотри

с. м. сего месяца

соб. корр. собственный корреспондент

собр. собрание

собр. соч. и с/с собрание сочинений

собств. собственно, собственный

совм. совместно, совместный

совр. современный

сов. секр. совершенно секретно

согл. соглашение; согласен

соотв. соответственно, соответствующий

сопр. сопровождение

сост. составитель, составленный

сотр. сотрудник

соц. социалистический; социальный

соч. сочинение, сочинения

спец. специальный

спорт. спортивный

ср. сравни; среда; средний

ср.азиат. среднеазиатский

Ср. В. и Ср. Восток Средний Восток

ср. вр. среднее время

ср.год. среднегодовой

средиз. средиземноморский

ср.стат. среднестатистический

Ст. Старый

ст. стакан; станция; старший; старшина;

старый; статья; степень; столетие; ступень

стад. стадион

стат. статистика, статистический

ст. л. и стол. л. столовая ложка

ст. н. с. старший научный сотрудник

стр. строка; строение; строящийся

стр. и с. страница

стр-во строительство

сут сутки

сх. схема

с. х. сельское хозяйство

избр.	избранное,	избранные	с.-х. сербско-хорватский
Изв.		Известия	с.х. и с/х сельскохозяйственный
изв.		известен	сч. счет
изд.	издание, издатель, издавать(ся)	изданный,	с. ч. сего числа
изд-во		издательство	с/ч санитарная часть, строевая часть
изм.	изменение,	измененный	сщмч. священномученик; сщмчч. священномученики
изр.		израильский	Т
илл.	иллюстрация,	иллюстратор	Т., т., тв. и твор. творительный падеж
им.		имени	т. том; тт. тома
им., И., и.	именительный падеж		т. и тел. телефон
имп.	император,	императрица,	т. и тир. тираж
императорский;	импульс,	импульсный	т. и тчк точка (<i>в телеграммах</i>)
ин.	и иностр.	иностранный	т. и тыс. тысяча
инв.		инвентарный	таб. табачный
ингуш.		ингушский	табл. таблица, табличный; таблетка
инд.		индийский	тадж. таджикский
индонез.		индонезийский	танц. танцевальный
инж.	инженер,	инженерный	тар. тариф
иностр.	и ин.	иностранный	тат. татарский
инст.	и инт	институт	т. г. текущего года
инстр.	инструмент,	инструментальный	т. е. то есть
инсц.		инсценировка	театр. театральный
инт.	интеграл, интегральный;	интендант,	тел. и т. телефон
интендантский			телегр. телеграфный
и. о.	исполняющий обязанности; имя и отчество		телеф. телефонный
и пр., и проч.	и прочие, и прочее		теор. теоретический
ирак.		иракский	терр. террикон; территория, территориальный
иран.		иранский	техн. технический, техник; техникум
ирл.		ирландский	теч. течение
ирон.		иронический	тж. также; то же
иск-во		искусство	т. ж. тысяч жителей
исл.		исландский	т. зр. точка зрения
исп.	испанский;	исповедник	тибет. тибетский
испр.	исправление,	исправленный	тип. типография, типографский
иссл.	исследование,	исследовал	тир. и т. тираж
ист.		источник	тит. л. титульный лист
ист.	и истор.	исторический	т. к. так как
исх.		исходный	т/к телеканал
ит.	и итал.	итальянский	тлгр. телеграф
и т. д.	и так далее		т. н., т. наз. и так наз. так называемый
и т. п.	и тому подобное		т. о. и т. обр. таким образом

К

к. колодец; комната; кишлак
к. и **канд.** кандидат
к. и **коп.** копейка
к. и **корп.** корпус
каб. и **кабард.** кабардинский
каб.-балк. кабардино-балкарский
кав. кавалерия, кавалерийский
кавк. кавказский
каз. казарма; казахский; казачий
кал. калория
калм. калмыцкий
кан. канал
кан. и **канад.** канадский
кап. капитан
кар карат
кар. и **карел.** карельский
кат. и **катол.** католический
кв. квадрат, квадратный; квартал; квартира
кг килограмм
кг. кегль
к.ж. и **к/ж** киножурнал
к. и. н. кандидат исторических наук
кирг. киргизский
к. иск. кандидат искусствоведения
кит. китайский
Кл кулон
кл. класс; ключ
к.-л. Какой-либо
км километр
к/м короткометражный
к. м. н. кандидат медицинских наук
кн. книга; князь
к. н. кандидат наук
к.-н. какой-нибудь
кнво княжество
книжн. книжное
кол-во количество
ком. и **к-р** командир
комм. коммутатор
комп. композитор, композиция
кон. конец (*при даме*)

т/о телевизионное объединение;
 телеграфное отделение

торг. торговый

т. пл. температура плавления

тр. труды

т-р театр

т-ра температура

трансп. транспортный

т/сч и **т/счет** текущий счет

тув. тувинский

тум. туманность

тунн. туннель

туп. тупик

тур. турецкий

туркм. туркменский

т/ф телефильм

т/х теплоход

т. ч. тысяча человек

тыс. и **т.** тысяча

тыс. тысячелетие

тюрк. тюркский

У

уд. в. удельный вес

удм. удмуртский

у. е. условная единица

уз. узел

узб. узбекский

указ. указанный

укр. украинский

ул. улица

ум. умер; уменьшение, уменьшенный

ун-т университет

упак. упаковка

употр. употребляется, употребляющийся

упр. управляющий

ур. уровень; урочище

ур. и **ур-ние** уравнение

ур. м. уровень моря

урожд. урожденная

уругв. уругвайский

усл. условный

устр-во устройство

утр. утренний; утренняя

конгр.		конгресс	уч. учебный, ученый (<i>прил.</i>)
конф.		конференция	уч.-изд. л. учетно-издательский лист
конц.		концентрированный	уч-к участок
кооп.	кооператив,	кооперативный	уч-ся учащийся
кор.		корейский	уч-ще училище
корво		королевство	ущ. ущелье
корп.	и	к.	Ф
		корпус	ф. фильм; фонд; форма; фунт; фут
корр.	корреспондент,	корреспондентский	фак., фак-т, ф-т факультет
корр/сч и к/сч		корреспондентский счет	факс. факсимиле, факсимильный
котл.		котловина	фам. фамилия
коэфф.		коэффициент	фарм. фармакология, фармакологический,
кр.	край; критический; краткий; крупный		фармацевтический
к-ра		контора	фаш. фашистский
креп.		крепость	фельдм. фельдмаршал
крест.		крестьянский	феод. феодальный
крест-во		крестьянство	фил. филиал
крист.		кристаллический	филол. филологический
кр.	ф.	краткая	филол. филологический
		форма	филол. филологический
к-рый		который	фин. финансовый; финский
к/ст		киностудия	финл. финляндский
к/сч и корр/сч		корреспондентский счет	Ф. И. О. и ф. и. о. фамилия, имя, отчество
к/т		кинотеатр	ф-ка фабрика
кт	комбинат;	комитет;	фла формула
		концерт	флам. фламандский
к. т.	комнатная температура,	критическая температура	ф-но и фп. фортепиано
к. т. н.	кандидат	технических наук	фот. и фотогр. фотография,
культ.		культура	фотографический
кур.		курорт	фп. фортепианный
курс.		курсив	фр. франк; фруктовый
к/ф		кинофильм	фр. и франц. французский
к. ф.-м. н.	кандидат	физико-математических наук	Х
к. ф. н.	кандидат	филологических наук,	хар-ка характеристика
	кандидат	философских наук	х/б и хл.-бум. хлопчатобумажный
к. х. н.	кандидат	химических наук	Х. в. Христос воскресе (<i>как надпись на предметах</i>)
к-ция		концентрация	х-во и хоз-во хозяйство
Л			хир. хирургия, хирургический
л		литр	хоз. хозяйственный
л.	лист;	лл.	хол. холодный
		листья	холод. холодильник
л.		лицо	хор. хорошо (<i>оценка</i>)
лаб.	лаборатория,	лабораторный	хорв. хорватский
лаг.	лагуна;	лагерь	

лат. латинский
лат., лтш. и латыш. латышский
лат.амер. латиноамериканский
латв. латвийский
л. д. лист(ы) дела
лев. левый
ледн. ледник(и)
лейт. и лт лейтенант
лек. лекарственный
леч. лечебный
либер. либерийский
либр. либретто
лингв. лингвистический
лит. литературный; литовский; литургия
лит-ра литература
л/с личный состав
л. с. лошадиная сила
л-т и лейт. лейтенант
лтш., лат. и латыш. Латышский

М

М. Малый
м. местечко; метро; море; мост; мыс
м. и м-б масштаб
м. и мин. минута
м. и муж. мужской
м. и м-р майор
м метр
маг. магазин; магистр
макед. македонский
макс. и максим. максимальный
маньч. маньчжурский
мар. марийский
марок. марокканский
мат. и матер. материальный
маш. машинный, машиностроительный
м. б. может быть
м/б мясной бульон
м-во и мин-во министерство
м. г. милостивый государь; мм. гг. милостивые государи (*в старых текстах*)
МЕ международная единица
мед. медицинский

хр. хребет
христ. христианский
хрон. хронический
х. с. ход сообщения
худ. художник
худ. и худож. художественный
Ц
ц. цена; центр; церковь; цифра, цифровой
цв. цвет, цветной
центр. центральный
церк. церковный
ц. н. с. центральная нервная система
Ч
ч час
ч. через; число; чистый
ч. часть; чч. части
ч. и чел. человек
чайн. л. и ч. л. чайная ложка
ч/б черно-белый
черк. черкесский
черногор. черногорский
четв. четверть
чеч. чеченский
чеш. чешский
чил. чилийский
числ. численность
ч.-к. и чл.-корр. член-корреспондент
чл. член
чтв. четверг
чув. чувашский
Ш
шв. и швед. шведский
швейц. швейцарский
шилл. шиллинг
шир. ширина
шк. школа
шл. шлюз
шосс. шоссейный
шотл. шотландский
шт. штат; штольня; штука
Щ
щел. щелочной
Э

мед. ч.	медное число; медицинская часть	ЭКВИВ.	эквивалентный
международ.	международный	ЭКЗ.	экземпляр
мекс.	мексиканский	ЭКОН.	экономический
мес.	и мц месяц	ЭКСП.	экспедиция
мет.	металл, металлический	ЭЛЕКТ.	электроника, электронный;
мех.	механический		электротехника, электротехнический
мин.	министр	ЭЛЕМ.	элемент
мин.	и м. минута	ЭЛ.СТ.	электростанция
мин.	и миним. минимальный	ЭСК.	эскадра, эскадренный; эскадрон
мин-во	и мин. министерство	ЭСКИМ.	эскимосский
миним.	и мин. минимальный	ЭСТ.	эстонский
мир.	мировой	ЭШ.	эшелон
митр.	митрополит	Ю	
миф.	и мифол. мифология,	Ю. и ю.	юг
мифологически-младший		ю. и юж.	южный
млн.	миллион	Ю.-В. и ю.-в.	юго-восток
млрд.	миллиард	ю.в., ю.-вост., юговост.	юго-восточный
м-ль	мадемуазель	ЮГОСЛ.	югославский
мм	миллиметр	ЮР. и юридич.	юридический
м-м	мадам	Я	
		ЯЗ.	язык
		ЯК.	Якутский
		ЯП. и япон.	японский
		ЯЩ.	ящик

КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Аккредитив – документ, содержащий распоряжение одного кредитного учреждения другому о выплате держателю указанной в нем суммы.

Акт – документ, составленный комиссией из нескольких лиц и подтверждающий установленные факты или события (прилагается к письму-претензии или к рекламации).

Акцепт – согласие на предложение вступить в сделку, заключить договор на условиях, указанных в предложении.

Акцептант – лицо, принявшее на себя обязательство уплатить по представленному счету, векселю.

Анкета – документ, представляющий собой трафаретный текст с пропущенными строками для заполнения (прилагается к письму-заявке, письму-предложению).

Архивная выписка – справка об имеющихся в документальных материалах архива сведениях, заверенная в установленном порядке.

Бизнес-план – план, программа осуществления бизнес-операции, дейст-

вий фирмы, содержащая сведения о фирме, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности и т.д.

Ведомость – перечень каких-либо данных (сведений), расположенных в определенном порядке (платежная, оборотная и т.д.).

Виза – подпись руководителя, должностного лица, означающая согласие с содержанием документа.

Выписка – копия части текстового документа.

Гарантийное письмо – письмо, представляющее собой гарантийное обязательство.

Гриф – пометка, указывающая на особый характер или особый способ пользования документом ("секретно", "срочно", "не подлежит оглашению", "лично").

Дата – важнейший реквизит письма. Датой письма является дата его подписания. Датой факсового или электронного отправления является дата его пересылки. Само наличие этого реквизита указывает на официальный статус документа. Даты поступления и отправления письма фиксируются в регистрационных журналах. Дата приводится при ссылках на документ.

Дебет – левая сторона счета в бухгалтерской книге, куда вносятся все наличные поступления по данному счету, а также все имеющиеся по этому счету долги и расходы.

Дежурный лист – талон для регистрации деловой корреспонденции.

Дело — единица хранения письменных документов в архиве, помещенных в отдельную папку.

Деловое письмо – вид корреспонденции, направляемой от имени одной организации, учреждения и т.д. другой организации, учреждению, хотя адресована она может быть одному лицу и подписана одним лицом (такое лицо выступает в этом случае как юридическое, а не частное). Такова дипломатическая, служебная и коммерческая корреспонденция.

Делопроизводство – ведение канцелярских дел, совокупность работ по документированию деятельности учреждений и по организации документов в них.

Депонирование документов – установленный порядок их хранения в справочно-информационном фонде.

Дилер – лицо (фирма), осуществляющее биржевое или торговое посредничество за свой счет и от своего имени. Обладает местом на бирже, производит котировку любых бумаг.

Директ мейл – вид рекламы: прямая адресная рассылка рекламных материалов потенциальным покупателям, клиентам, заказчикам по почте.

Директивный документ – документ, содержащий обязательные к исполнению указания вышестоящих органов. В деловой речи представлен жанрами приказов, инструкций, распоряжений, постановлений.

Дистрибьютор – фирма, осуществляющая сбыт на основе оптовых закупок у крупных промышленных фирм-производителей готовой продукции.

Доверенность – документ, дающий его предъявителю полномочия на

выполнение каких-либо действий от имени доверителя.

Договор – документ, закрепляющий соглашение двух или нескольких сторон.

Договорное письмо – один из видов сопроводительного письма, указывающего на факт отправки договора.

Докладная записка – документ, адресованный руководству организации, в котором излагается какой-либо вопрос с выводами и предложениями составителя.

Документ – информация на материальном носителе, бумага, имеющая юридическую силу.

Документооборот – 1) движение документов в учреждении с момента их получения или создания до завершения исполнения или отправки; 2) количество входящих, внутренних и исходящих документов учреждения за определенный период времени.

Досье – подборка документов, относящихся к какому-либо одному делу.

Дубликат – экземпляр документа, составленный взамен отсутствующего подлинника и имеющий одинаковую с ним юридическую силу.

Дубликатный документ – один из экземпляров размноженного документа.

Запрос – коммерческий документ, представляющий собой обращение импортера к экспортеру с просьбой дать подробную информацию о товаре (услугах) или направить предложение на поставку товара.

Заявка на участие в каком-либо мероприятии, на приобретение каких-либо товаров – разновидность запроса, коммерческий документ.

Извещение – документ, информирующий о предстоящем мероприятии (заседании, собрании, конференции) и предлагающий принять в нем участие.

Инвентаризационная опись (ведомость) – перечень имущества учреждения, предприятия, организации или лица с указанием выявленного количества, состояния предметов, их стоимости.

Индексация – присвоение индекса документам.

Индексы – условные обозначения, присваиваемые документам в процессе учета (регистрации) и исполнения.

Инициативные письма – деловые письма, требующие ответа.

Инициативный документ – документ, послуживший началом рассмотрения определенного вопроса.

Исходящий документ – документ, отправленный из учреждения.

Классификационный индекс – условное обозначение (цифровое, буквенное, смешанное), присваиваемое классификационным делениям схемы классификации документов и проставляемое на карточках систематического и других каталогов. Он может проставляться и на документах, и на делах.

Коммерческое письмо – название делового документа, принятого в коммерческой практике и подготавливающего или оформляющего сделку.

Консервация документа — предохранение документа от разрушающего действия внешней среды.

Контрагенты – лица, вступающие в договорные отношения и сотрудни-

чающие в процессе выполнения договора: продавец – покупатель, кредитор – заемщик, комиссионер – комитент, арендатор – арендодатель и т.п.

Контракт – договор об установлении, изменении или прекращении правовых отношений, то же, что "договор".

Контрольный лист – талон для индивидуальной регистрации документов, включающий резолюцию и тему письма.

Корреспондент – учреждение или отдельное лицо, с которым ведется переписка.

Кредит – включенная в смету сумма, в пределах которой разрешен расход на определенную потребность; ссуда, предоставленная кредитором заемщику на условиях возвратности.

Лимит – документ, определяющий предельный размер ассигнований денежных средств, отпуска материалов из государственных фондов.

Лицевой счет – бухгалтерский документ, отражающий передачу какого-либо конкретного вида средств (материалов, инструментов, продукции, зданий и т.д.) определенной организации или лицу.

Личное дело – дело, включающее документы о каком-либо лице (о биографии, образовании, трудовой или общественной деятельности).

Маркировка – индексация технических документов или товаров.

Менеджер – наемный профессиональный управляющий предприятия, член руководящего состава компании, банка, финансового учреждения, их структурных подразделений; специалист в области управления.

Мотивация – определение целей деятельности фирмы, предприятия.

Накладная – документ, которым оформляются прием и отправка груза, перемещение или отпуск материальных ценностей.

Наряд – документ, содержащий сведения о распределении работ между рабочими-сдельщиками, об учете выработки и о расчете причитающейся им заработной платы.

Номенклатура – перечень наименований.

Номенклатура дел – систематизированный перечень, список наименований дел, заводимых в делопроизводстве учреждения..

Нормативные документы – документы, в которых устанавливаются какие-либо правила, нормы.

Нормативы – документы, содержащие показатели затрат времени, материальных или денежных ресурсов, выпускаемой продукции, приходящиеся на какую-либо единицу (изделие, операцию).

Объяснительная записка – 1) документ, поясняющий содержание отдельных положений основного документа; 2) сообщение должностного лица, поясняющее какое-либо действие, факт, происшествие, представляемое вышестоящему должностному лицу.

Опись – юридически оформленный перечень документов.

Оригинал документа – 1) первоначальный экземпляр документа; 2) экземпляр документа, являющийся исходным материалом для копирования.

Особые отметки – это отметки, указывающие на особенности работы с документом: степень секретности, срочность исполнения документов и т.д.

Оферент – физическое или юридическое лицо, выступающее с офертой.

Оферта – см. «Предложение».

Официальные документы — документы, составленные учреждением или должностным лицом и оформленные в установленном порядке.

Письмо – обобщенное наименование различных по содержанию документов, служащих средством общения между учреждениями и между учреждениями и частными лицами.

Письмо информационное – письмо, информирующее другое предприятие или заинтересованное лицо о свершившемся факте или о планируемом мероприятии.

Письмо-извещение – письмо, в котором что-либо сообщается или утверждается.

Письмо-напоминание – письмо, повторно сообщающее о каком-либо факте. Такое письмо по лаконизму приближается к телеграмме.

Письмо-подтверждение – письмо, подтверждающее факт отправки документов, участия и каком-либо мероприятии, и т.п.

Письмо-приглашение – такие письма адресуются конкретному лицу или нескольким лицам и служат основанием для их участия в планируемом мероприятии.

Письмо-просьба – письмо, выражающее просьбу о выполнении какого-либо действия, принятии какого-либо решения, получении документации или материальных ценностей.

Повестка – официальное сообщение частному лицу или представителю организации о необходимости посетить государственную организацию.

Подлинник документа – 1) документ официального происхождения в окончательной редакции, удостоверенный соответствующим образом; 2) рукопись.

Поисковые данные документа – сведения о месте хранения документа, включающие архивный шифр и ссылку на номер листа (страницы) документа.

Полный пакет предложения – текст предложения (оферты), каталог или образцы материалов, текст контракта (договора), возможно вложение дополнительных документов — паспортов качества и т.п.

Положение – 1) правовой акт, устанавливающий основные правила организации и деятельности государственных органов, структурных подразделений, а также нижестоящих учреждений, организаций или предприятий; 2) свод правил, регулирующих определенную отрасль государственного управления.

Прайс-лист – перечень видов товаров, услуг и т.п. с указанием их цены или расценок на них.

Предложение – письменное заявление от имени одной организации другой организации о готовности заключить договор на определенных условиях.

Предметный каталог – каталог документов, содержащий сведения о предметах (фактах, событиях, географических наименованиях) и лицах, которые упоминаются в документах.

Предметный указатель – указатель основных предметных (тематических) обозначений, расположенных в алфавитном порядке.

Представление – документ, содержащий предложение о назначении, перемещении или поощрении личного состава, а также рекомендацию определенных действий и мероприятий по вопросам деятельности учреждения.

Проект документа – предварительный вариант документа, предназначенный для рассмотрения.

Производственный график – календарный план выпуска продукции.

Регистрационная карточка – карточка, предназначенная для регистрации документов в делопроизводстве.

Регистрационный штамп – штамп, содержащий следующую информацию: название учреждения, дату регистрации, регистрационный индекс, номер дела, в которое будет помещен документ.

Регистрация документов – запись в учетных формах (журналах, карточках) кратких сведений о документе и проставление на документе индекса и даты регистрации.

Регламент – правила, регулирующие порядок деятельности государственных органов, учреждений, порядок и время проведения мероприятий и действий (например, регламент проведения собраний, совещаний).

Реестр – перечень (список) чего-либо, применяемый в бухгалтерском учете и делопроизводстве (реестр описей).

Резолюция – решение, принятое совещанием, съездом, конференцией и т.п. по обсуждаемому вопросу.

Резолюция на документе – письменное указание руководителя исполнителю о характере и сроках исполнения документа.

Решение – 1) правовой акт, принимаемый коллегиальным органом или руководящей инстанцией государственного органа; 2) документ, содержащий заключение суда или арбитража по результатам разбора гражданского дела или спорного вопроса; 3) резолюция собрания, совещания.

Свободное предложение — предложение без обязательств. Если заказчик примет условие такого предложения, сделка считается заключенной.

Сертификат – письменное свидетельство; документ, удостоверяющий какой-либо факт (сертификат качества).

Сопроводительное письмо – письмо, указывающее на факт отправки приложенных к письму документов и других материальных ценностей.

Состав удостоверения – подпись и печать.

Составные наименования - наименования, представляющие собой словосочетание (чаще всего существительного с прилагательным), имеющее одно лексическое значение: *юридическое лицо, твердая валюта, товарный знак, свободная экономическая зона* и т.п.

Социальные роли – коммуникативные роли, обусловленные социальным статусом и целями говорящих: партнер – партнер, поставщик – потребитель, руководитель – подчиненный.

Спецификация – документ, содержащий подробную опись отправляемых

деталей какого-либо изделия, конструкции и т.п.

Справка – документ, содержащий запрашиваемую информацию или подтверждение тех или иных фактов и событий.

Справочно-информационный фонд – совокупность систематизированных произведений печати и неопубликованной научной и технической документации, используемой в целях отраслевого информационного обслуживания.

Стандарт – нормативно-технический документ, устанавливающий единицы величин, термины и их определения, требования к продукции и производственным процессам.

Счет – документ, в котором указана причитающаяся к выдаче за что-либо денежная сумма.

Табель – перечень каких-либо показателей, составленный в определенном порядке (например, табель отчетности).

Табуляграмма – таблица, отчетный документ с результатом решаемой задачи, выписанный на табуляторе или на многорядном печатающем устройстве ЭВМ.

Талон обратной связи – документ, уведомляющий о получении чего-либо (информации, материальных ценностей, документов).

Твердое предложение – предложение, оформляемое лишь для одного возможного заказчика (покупателя) с указанием срока, в течение которого поставщик связан этим предложением.

Тезаурус — полный лексикон, свод данных, полностью охватывающий термины, понятия какой-либо специальной сферы.

Терминологические эквиваленты – дублиеты и русские соответствия иноязычной терминологической лексики: *девальвация – обесценивание, офферент – предлагатель, инвестор – вкладчик, контракт – договор, реестр – кадастр-лист, банк-эмитент – эмиссионный банк, страховой полис – страховое свидетельство* и т.п.

Техническая документация – обобщающее название документов, отражающих результат проектирования, конструирования, инженерных изысканий и прочих работ по строительству зданий и сооружений, а также изготовлению изделий промышленного производства.

Технологическая документация – обобщающее название документов (чертежей, спецификаций и пр.), предназначенных для описания и оформления технологических процессов.

Типовые документы – тексты-аналоги, отражающие наиболее типичные социально-правовые отношения и воспроизводимые по одинаковым образцам.

Товарный знак – зарегистрированное в установленном порядке название фирмы, товара. Товарный знак является важнейшим инструментом маркетинга и рекламы организации, предприятия.

Трансферт – 1) перенос сделки с одного счета на другой; 2) перевод денег из одного финансового учреждения в другое; 3) перевод именных бумаг с одного владельца на другого.

Графаретный документ – документ, имеющий заранее отпечатанный стандартный текст (часть текста) и дополняющее его конкретное содержание.

Факсимиле – 1) воспроизведение техническими средствами точного изображения подписи (текста), сделанного от руки; 2) клише, печатка, позволяющая многократно воспроизводить подпись на документах.

Факторинг – 1) разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента; 2) продажа права на взыскание долгов.

Физическое лицо – гражданин, участвующий в экономической деятельности и выступающий в качестве полноправного субъекта этой деятельности.

Формулировка – языковая формула, точно выражающая мысль или ее фрагмент и используемая в качестве эталона в деловых текстах, при ссылках.

Формуляр документа – совокупность расположенных в установленной последовательности реквизитов документа (автор, адрес, дата, заголовок и т.п.)

Циркулярное письмо – письмо, направленное из одного источника в несколько адресов.

Чартер – договор на аренду судна (самолета) в рамках конкретного срока.

Электронная почта – система пересылки сообщений между пользователями вычислительных машин, в которой компьютер, подключенный к общественной (или специальной) телефонной системе с помощью модема, берет на себя функции по хранению и пересылке сообщений. По каналам электронной почты передаются биржевые сводки, платежные документы и коммерческая документация.

Юридическое лицо – организация, учреждение, предприятие, фирма, выступающая в качестве единого, самостоятельного носителя прав и обязанностей. Юридическое лицо имеет свое фирменное наименование, устав, юридический адрес, а также печать и расчетный счет в банке.

Языковая формула (документа) – слово, словосочетание, предложение или сверхфразовое единство, организующее основной текст (документа) и закрепленное за конкретным видом документа. Так, языковой формулой гарантийного письма служит конструкция: "Оплата гарантируется. Наш расчетный счет №... в... отделении.... банка".

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Справочные издания

1. Балаклай А.Г. Словарь русского речевого этикета / Ю.А. Балаклай. – 2-е изд., испр. И доп. – Москва: АСТ; Астрель, 2002.
2. Бельчиков Ю.А., Панюшева М.С. Словарь паронимов современного русского языка / Ю.А. Бельчиков, М.С. Панюшева. – Москва: Русский язык, 1994.
3. Бизнес, коммерция, рынок. Словарь-справочник. – Москва: Информпечать, 1993.
4. Большой экономический словарь. – Москва: Фонд «Правовая культура», 1994.
5. Вакулина Е.Ю. Давайте говорить правильно! Юридическая терминология современной России: краткий словарь-справочник / Е.Ю. Вакулина. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2006.
6. Вербицкая Л.А. Давайте говорить правильно! Трудности современного русского произношения и ударения: краткий словарь-справочник / Л.А. Вербицкая, Н.В. Богданова, Г.Н. Скляревская. – 5-е изд., стереотип. – СПб.: филологический факультет СПбГУ; Москва: Академия, 2005.
7. Выскребенцева Е. Полная современная энциклопедия этикета. Этикет на каждый день. Деловой этикет. Сервировка стола / Е. Выскребенцева. – Донецк: ООО «Агентство мультипресс», 2012.
8. Дипломатический словарь / под ред. А.А. Громыко, А.Г. Ковалёва, П.П. Севостьянова, С.Л. Тихвинского. – В 3 т. – Москва: «Наука», 1985–1986.
9. Евдокимова Т.Г., Маховикова Г.А. Краткий словарь делового человека / Т.Г. Евдокимова, Г.А. Маховикова. – Москва: Финансы и кредит, 1991.
10. Иванова Т.Ф. Новый орфоэпический словарь русского языка. Произношение. Ударение. Грамматические формы / Т.Ф. Иванова. – 3-е изд., стереотип. – Москва: Рус. яз. – Медиа, 2006.
11. Катлинская Л.П. Толковый словарь новых слов и значений русского языка / Л.П. Катлинская. – Москва: АСТ; Астрель, 2008.

12. Коммерческий словарь / под общ. ред. А.Н. Арзилияна. – Москва: Фонд "Правовая культура", 1992.
13. Крысин Л.П. Иллюстрированный толковый словарь иностранных слов / Л.П. Крысин; Рос. академ. наук. – Москва: Эксмо, 2008.
14. Маркетинг. Толковый терминологический словарь-справочник. – Москва: Инфоконт, 1991.
15. Новое в русской лексике / под ред. Ю.Ф. Денивенко. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2006.
16. Новый словарь иностранных слов / [сост. М. Ситникова]. – 3-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008.
17. Правовой словарь предпринимателя. – Москва: Большая Российская Энциклопедия, 1993.
18. Розенталь Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э. Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. – 13-е изд. – Москва: Айрис-пресс, 2008.
19. Розенталь Д.Э. Управление в русском языке. Словарь-справочник / Д.Э. Розенталь. – Москва: Книга, 1986.
20. Скляревская Г.Н. Давайте говорить правильно! Новые и наиболее распространённые финансовые термины в современном русском языке: краткий словарь-справочник / Г.Н. Скляревская, Е.Ю. Вакулина. – СПб.: Филологический факультет СПбУ; Москва: Академия, 2006.
21. Современный словарь иностранных слов: толкование, словоупотребление, словообразование, этимология / Л.М. Баш [и др.] – 4-е изд., стереотип. – Москва: Цитадель-Трейд, 2003.
22. Современный экономический словарь. – Москва: Инфра-М, 1997.
23. Шушков А.А. Толково-понятийный словарь русского языка / А.А. Шушков; Ин-т лингвистич. Исслед. РАН. – Москва: АСТ; Астрель; Хранитель, 2008.

Учебники, учебные пособия

1. Акишина А.А., Формановская Н.И. Русский речевой этикет: учеб. пособие для студентов-иностранцев / А.А. Акишина. – Изд. 3-е, испр. – Москва, «Русский язык», 1983.
2. Арредондо Р.И. Искусство деловой презентации: пер. с англ. – Челябинск, 1999.
3. Архангельская М.Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам / М.Д. Архангельская. – Москва, 2007.
4. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учеб. пособие / О.А. Баева. – 2-е изд., исправл. – Минск: Новое знание, 2001.
5. Большаков И.А. О некоторых лингвистических особенностях деловой прозы / И.А. Большаков // Семиотика и информатика. – Вып. 26. – Москва, 1985.
6. Борунков А.Ф. Дипломатический протокол в России / А.Ф. Борунков. – Москва, 1999.

7. Бэкон Ф. Сочинения / Ф. Бэкон. – В 2 т. – Т.2. – Москва, 1972. – С. 463 – 464.
8. Бэннет К. Деловой этикет и протокол. Краткое руководство для профессионала / К. Бэннет. – Москва, изд-во СмартБук, 2008.
9. Валгина Н.С. Функциональные стили русского языка: учеб. пособие / Н.С. Валгина; Московский государственный университет печати. – Москва: МГУП, 2003.
10. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Деловая риторика: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов н/Д: издательский центр «МарТ», 2000.
11. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.Ю. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: изд-во «Феникс», 2001.
12. Введенская Л.А., Черкасова М.Н. Русский язык и культура речи / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2004.
13. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности / П.В. Веселов. – Изд. 3-е. – Москва, 1990.
14. Веселов П.В. Аксиомы делового письма: культура делового общения и официальной переписки / П.В. Веселов. – Москва: Маркетинг, 1993.
15. Вуд Дж., Серре Ж. Дипломатический церемониал и протокол / Дж. Вуд, Ж. Серре. – Москва, 1974.
16. Вуд Дж., Серре Ж. Дипломатический церемониал и этикет / Дж. Вуд, Ж. Серре. – Москва, 1974.
17. Галенко В.П., Страхова О.А., Файбушевич С.И. Управление персоналом и эффективность предприятий / В.П. Галенко, О.А. Страхова, С.И. Файбушевич. – СПб: СПбУЭФ, 2004.
18. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / И.Б. Голуб. – Москва: Университетская книга, Логос, 2008.
19. Гольдин В.Е. Речь и этикет / В.Е. Гольдин. – Москва, 1983.
20. Джей Э. Эффективная презентация / Э. Джей: пер. с англ. – Минск, 1996.
21. Дональдсон М.К., Дональдсон М. Умение вести переговоры / М.К. Дональдсон, М. Дональдсон: пер. с англ. – Киев, 1998.
22. Ивакина Н.Н. Профессиональная речь юриста: учеб. пособие / Н.Н. Ивакина. – Москва: Норма, 2008.
23. Камбон Ж. Дипломат / Ж. Камбон: пер. с франц., под ред. и предисл. А.А. Трояновского. – Москва: Государственное издание политической литературы, 1946.
24. Ковалёв А.Н. Азбука дипломатии / А.Н. Ковалёв. – Москва: «Интерпракс», 1993.
25. Колтунова М.В. Деловое письмо. Что нужно знать составителю / М.В. Колтунова. – Москва, 1998.
26. Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет: учеб. пособие для вузов / М.В. Колтунова. – Москва: «Экономическая литература», 2002.

27. Кузнецов И.Н. Деловое общение. Деловой этикет: учеб. пособие для студентов вузов / И.Н. Кузнецов. – Москва: ЮНИТИ-Дана, 2005.
28. Культура русской речи: Учебник для вузов / отв. ред. д. ф. н., проф. Л.К. Граудина и д. ф. н., проф. Е.Н. Ширяев. – Москва: Норма, 2006.
29. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник. Практикум. – Москва: Флинта, Наука, 1997.
30. Линецкий А.Ф. Роль международного этикета и протокола в развитии внешнеэкономических контактов / А.Ф. Линецкий // Известия Уральского государственного университета. – 2009. – № 1/2(64). – С. 79–91.
31. Ниренберг Дж. Гений переговоров / Дж. Ниренберг. – Минск, 1997.
32. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие / Т.Н. Персикова. – Москва: Логос, 2002.
33. Пиз А. Язык письма / А. Пиз. – Москва: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2002.
34. Рогожин М.Ю. Документы делового общения / М.Ю. Рогожин. – Москва, 1999.
35. Русский язык и культура речи: учебное пособие / Ф.Т. Ахунзянова, Т.А. Ёлшина, А.В. Зябликов, Е.П. Ращевская; под ред. Т.А. Ёлшиной, Ф.Т. Ахунзяновой – Кострома: Изд-во Костромского гос. технол. ун-та, 2011.
36. Садохин А.П. Межкультурная коммуникация: учеб. пособие / А.П. Садохин. – Москва: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004.
37. Смелкова З.С. Деловой человек: культура речевого общения: пособие и словарь-справочник / З.С. Смелкова. – Москва: КУБК-а, 1997.
38. Соколова В.В. Культура речи и культура общения / В.В. Соколова. – Москва: Просвещение, 1995.
39. Стенюков М.В. Документы. Делопроизводство / М.В. Стенюков. – Москва: «ПРИОР», 1998.
40. Тарасов А.Г., Линецкий А.Ф. Международные основы этикета и протокола: учеб. пособие / А.Г. Тарасов, А.Ф. Линецкий. – Екатеринбург, 2004.
41. Теппер Р. Как овладеть искусством делового письма. 250 писем и записок в помощь менеджеру / Р. Теппер. – Москва, 1994.
42. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или Переговоры без поражения / Р. Теппер, У. Юри. – Москва, 1992.
43. Формановская Н.И. Русский речевой этикет и культура общения / Н.И. Формановская. – М., 1989.
44. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистические и методические аспекты / Н.И. Формановская. – М., 1987.
45. Чуковский К.И. Живой, как жизнь / К.И. Чуковский. – Сочинения: в 2 т. – Т.1. – Москва: Правда, 1990.
46. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учеб. пособие для вузов / Н.Ю. Штрекер. – Москва, ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
47. Эрнст О. Слово предоставляется вам: практические рекомендации по ведению бесед и переговоров / О. Эрнст: пер. с нем. – Москва, 1996.

48.Юри У. Преодолевая «нет», или Переговоры с трудными людьми /
У. Юри: пер. с англ. – Москва, 1993.