

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Рязанский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Московский политехнический университет»
Кафедра «Инженерный бизнес и менеджмент»

Т. В. Игнатьева

**ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ
В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Учебное пособие

Рязань

2019

УДК 4

ББК 81.2Р

И 26

И26 Игнатъева Т.В. Языковые особенности в сфере профессиональных компетенций: учебное пособие. — Рязань: Рязанский институт (филиал) Московского политехнического университета. 2019. — 79 с.

Учебное пособие предназначено для закрепления теоретических знаний и практических навыков по дисциплинам «Языковые особенности в сфере профессиональных компетенций», «Русский язык и культура речи».

Составлено на основе типовой программы, с учетом требований к обязательному минимуму содержания основной программы и уровню подготовки выпускника квалификации бакалавр и Федерального Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования.

Предназначено для студентов очной и заочной форм обучения всех специальностей, квалификация – бакалавр, по дисциплинам «Языковые особенности в сфере профессиональных компетенций», «Русский язык и культура речи».

Печатается по решению Методического совета Рязанского института (филиала) Московского политехнического университета.

УДК 4
ББК 81.2Р

© Рязанский институт (филиал)
Московского политехнического
университета, 2019
© Игнатъева Т.В., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Культура речи как социальное явление. Современная языковая ситуация.....	5
2 Система языковых норм.....	11
3 Система и взаимодействие функциональных стилей.....	49
4 Структура научного текста и устного выступления.....	56
5 Коммуникация в организации: корпоративные СМИ.....	63
6 Жанр внутриорганизационного PR-проекта.....	69
Заключение.....	75
Вопросы для самоподготовки.....	76
Список использованной литературы.....	78

Введение

Владение родным языком и культурой речи в значительной мере позволяет углубить познания в разных областях жизнедеятельности, расширить возможности получения и освоения информации. В современном мире признаком хорошего специалиста является широкий кругозор, творческое и в то же время логичное мышление, специфика которого находит отражение, прежде всего, в речи. Дисциплины «Русский язык и культура речи» и «Языковые особенности в сфере профессиональных компетенций» призваны формировать компетенции, имеющие важное значение для любого специалиста: способность использовать в профессиональной деятельности полученные знания, необходимую лексику, терминологию и основные категории усвоенных наук, умение работать с научной и специализированной информацией, необходимой для решения различных задач, навыки разработки служебных документов.

Предлагаемое пособие направлено на систематизацию и обобщение знаний, оно окажет помощь в освоении теоретического курса, подготовке к контрольной работе и зачету. Учебное пособие расширяет представление о СМИ, знакомит с новыми жанровыми явлениями в различных сферах. Информация о корпоративных СМИ и PR-проекте формирует представление о коммуникации в условиях цифровой экономики.

Приведенный материал способствует формированию навыков самостоятельной работы, грамотной речи и письма. Методическое пособие имеет комплексный характер.

1 Культура речи как социальное явление

Изменения, происходящие в языке, связаны с социальными процессами. Серьезное влияние на состояние русского языка оказали события октября 1917 г., когда ломка социального строя привела к изменениям в системе языковых норм. В этот период создан необычный сплав традиционной, привычной лексики и слов, обозначающих новые реалии. Подобные явления отразились в языке художественной литературы, например, в рассказах М.М. Зощенко («Обезьяний язык», «Агитатор» и др.).

После 1917 г. многие слова, обозначавшие важные явления, уходят в прошлое (*губернатор, коллежский асессор, волость и др.*). В советском государстве появляются новые органы власти, общественные организации, происходят изменения в экономике и культуре, вызвавшие появление новых слов (*райком, исполком, пионер, комсомолец, передовик и др.*). Отличительной чертой русского языка советского периода является большое количество аббревиатур и сложносокращенных слов: *ЦК (центральный комитет), ВОХР (внутренняя охрана), Совнарком, домком, КГБ, ШКРАБ (школьный работник) и др.*

Стремительное обновление лексической системы повторилось в условиях перестройки в 90-е годы XX века. В русском языке появляются новые слова и возрождаются старые, полузабытые: *акция, меценат и спонсор, приватизация, бартер, предприниматель, фермер, бизнес и бизнесмен, биржа, менеджер, коммерсант, маркетинг, демпинг, инвестиции* и многие другие. В общественно-политической деятельности начали активную жизнь слова *парламент* (с производными *парламентаризм, парламентарий* и др.), *легитимность, консенсус, альтернатива, электорат*. Новые отношения с другими странами отражены в таких словах и выражениях, как *общеевропейский, межрегиональный, евразийский* и *евразийство, политический диалог, мировое сообщество, глобализм* и многих других.

В последние десятилетия наблюдается снижение общественного интереса к проблемам русского языка, которое привело к падению уровня речевой культуры общества. Известный лингвист Максим Кронгауз рассуждает о конфликтах, которые возникают из-за отношения людей к языку. Знатоки русской культуры и словесности говорят о гибели русского языка, действительно, существует множество фактов, демонстрирующих деградацию нашей речи. Стоит заметить, что русский язык используется очень активно, на нем создаются различные тексты, у языка появилась новая жизнь в интернет-пространстве. М. Кронгауз пишет: «Если мы вспомним наше советское прошлое, советская школа вбивала в нас ощущение стыда за неграмотность. Сделать ошибку было чрезвычайно стыдно. И когда люди стали общаться не устно, а письменно, выяснилось, что стыд мешает общению. И в этой борьбе между стыдом и желанием общаться победило, конечно, желание общаться» [6]. Автор подчеркивает: «Было бы ужасно, если бы мы все говорили одинаково — пусть очень грамотно, но одинаково. Разнообразие языка — это его сила, а не слабость, как и любой системы. Разнообразие поддерживает язык» [6].

Язык и речь конкретных его носителей отражают экономические и политические изменения, множество новых фактов действительности, появление различных элементов материальной культуры, например, всеобщую компьютеризацию. В этих условиях овладение культурой речи характеризует говорящего. Высокая культура речи предполагает высокую общую культуру человека, культуру мышления. Понятие культура речи предполагает два толкования.

Культура речи — это специальная языковедческая дисциплина, направленная на изучение и совершенствование литературного языка как орудия национальной культуры, хранителя духовных богатств народа.

Культура речи — это умение пользоваться всеми выразительными средствами языка в разных условиях общения в соответствии с поставленными целями и содержанием высказываний.

Повышению индивидуального уровня культуры речи способствуют чтение, развитие эрудиции и мышления, образование и приобщение к различным сферам деятельности.

Культура речи содержит три компонента: нормативный (правильность речи), коммуникативный (выбор слов и выражений, необходимых для достижения цели общения) и этический (умение следовать речевому этикету, использовать формулы приветствия, просьбы, обращения на «ты», «вы»).

Степень владения культурой речи позволяет описать несколько типов речевой культуры:

— **элитарный** (владение всеми нормами языка, постоянная практика создания письменных и устных текстов, знакомство с наследием мировой культуры и научным опытом, органичное скрытое и явное цитирование);

— **среднелитературный** (неполное соблюдение языковых и речевых норм, небольшой словарный запас, удовлетворенность уровнем своих знаний и умений, отсутствие стремления к совершенствованию в личностном и профессиональном плане);

— **литературно-разговорный** (общая стилистическая сниженность, реализация в обиходной сфере общения);

— **фамильярно-разговорный** (огрубленность речи, частые нарушения норм, владение только системой разговорной речи).

Носителем литературно-разговорного и фамильярно-разговорного типов является в основном молодежь, широкому их распространению способствуют СМИ. Носители разговорных типов речевой культуры способны воспроизводить качественную речь, но только в непринужденном, неофициальном общении, где широко используют жесты, мимику, интонацию, междометия. Они способны достичь цели общения, но часто оказываются беспомощны в выборе языковых средств, нарушают языковую норму, что влечет искажение информации.

Речь должна соответствовать **нормам** литературного языка и обеспечивать **успешную коммуникацию** с собеседником в **различных сферах**

общения. Разнообразие русского языка позволяет говорящему проявить индивидуальность и соответствовать разнообразным условиям общения.

В развитии и изменении современного русского языка можно отметить ряд тенденций.

1 Наблюдается широкое **заимствование иностранных слов**, которые хорошо осваиваются на русской почве. Признаками такого освоения становятся склоняемость, возможность использования русских словообразовательных моделей, распространение в устной и письменной речи.

Наряду с необходимыми, неизбежными заимствованиями (*принтер, сканер, дисплей, сервер* и др.) появилось очень много ненужных, непонятных слов. Часто создается впечатление, что, например, рекламу не переводят на русский («*Dove mane + care*»). Неумелое использование иностранных слов приводит к многословию, тавтологии (*памятный сувенир*). Заимствование происходит не только в лексике, но и в синтаксисе (ср.: *Пушкин-институт, Горбачев-фонд, центр «Бехтерев», топ-модель, пресс-релиз, офис-менеджер*).

2 Происходит **образование блоков техницизмов, связанных преимущественно с компьютерной техникой**. Поскольку компьютерная сфера деятельности относится к активно развивающимся, то словарь здесь постоянно пополняется новыми лексическими единицами, причем из-за быстрого устаревания компьютерных программ и самого оборудования многие слова так же быстро и исчезают.

На базе этого профессионального языка создается **сленг**, который активно включает иностранные языковые единицы в систему русского языка, тут же используются и метафорически преобразованные международные термины. Например: *бликовать* (англ, *blink* - мерцание; мигать); *быкапить* (англ, *buck up* - дублирование; делать копию); *клоки* (англ, *clock* - час, часы); *смайлики* (англ, *smile* - улыбка) - обозначает всю совокупность "невербальной части" письменной коммуникации; *Айболит* (программа антивирус *Aidstest*); *Астма* (язык программирования *Assembler*).

3 Наблюдается **распространение канцеляризов** в различных сферах деятельности. В язык повседневного общения проникают деловые клише, которые многие склонны употреблять неуместно.

С использованием официально-деловых клише связана проблема возникновения вариантов написания слова, выбора грамматической формы, постановки знака препинания, употребления прописной или строчной буквы, например, для маркирования высокого социального статуса служебных должностей, названий подразделений органов управления, учреждений. М.Н. Панова отмечает: «В этом случае можно говорить **о традициях корпоративного языка госслужащих**, которые, в первую очередь, проявляются в письменном профессиональном общении» [8, с. 33].

4 Активизировался процесс **вульгаризации языка**, особенно в форме жаргонизации и криминализации (*кинуть, достал, лохотрон*). Деятельность СМИ, обилие современных романов, боевиков, детективов способствуют процессу вульгаризации. Современная литература, кино и телевидение используют жаргонизмы как сигнал чужой речи ("*кидалово*", как говорит такой-то) и влияют на массовую жаргонизацию. По мнению исследователей, наиболее активно влияет на литературный язык воровской жаргон (*беспредел, накат, разборка, заказать, пахан, бабки, кусок, лимон, общак и т.п.*).

Возникает проблема дегабуирования (*например, снято табу с сексуальной лексики*). Отрицательным последствием вульгаризации языка является вымывание высокого.

5 **Возрастание роли языковой игры**. В лингвистике языковая игра традиционно рассматривается как преднамеренное нарушение нормы языка или языкового стандарта в целях создания стилистического эффекта, т.е. определенной эмоциональной реакции у адресата (*не тормози, сникерсни; скителстрянка, брикстстремизм, фокус-покус, речевая маска «деревенский житель»*). На протяжении последних десятилетий различные проявления языковой игры привлекают особое внимание лингвистов, так как их анализ позволяет раскрыть специфику русского языка в духе антропоцентрической

концепции языкознания. Активное изучение языковой игры связано с широким распространением этого феномена в разговорной речи, художественной литературе, рекламных текстах, языке СМИ, а также с необходимостью исследования современного состояния языка и тенденций его развития.

Языковая игра может быть оценена как реализация творческого потенциала личности, но ряд исследователей отмечают отрицательные моменты в распространении этого явления. По наблюдениям Н.И. Клушиной, «современная реклама избавляется от явных грамматических ошибок, но культивирует ошибки скрытые, малозаметные и очень опасные, особенно для наших детей. Стиль рекламы – прежде всего игра: парадокс или шутка, любое отступление от принятых норм, все, что уводит нас от автоматизма прочтения, все, что может «зацепить» нас и запомниться: «Пиво “Клинское”. Живи приПИВАючи!». Это излюбленный рекламный прием – слова-матрешки: в одном слове прячутся два, причем ключевое для рекламы слово пишется заглавными буквами, именно оно содержит призыв. Так разрушается графический и фонетический облик слова. И наши школьники, еще не затвердившие азы грамотности, запутываются окончательно. Хотя в рекламе "Клинского" слово "припиваючи", как в школьной тетради, исправлено на "припеваючи", но сомнения уже посеяны» [5]. Для понимания языковой игры необходимо знать слои отечественной культуры.

Происходят изменения не только в лексическом составе, но и в грамматическом строе языка. Обозначилась явная тенденция к утрате склоняемости количественных числительных. Отмечается употребление во множественном числе слов, ранее используемых только в единственном (типа *крем — крема (правильно: кремы), масло — масла*), растет число несклоняемых существительных (*бариста, франчайзи*). Для словообразования характерно обращение к малопродуктивным или очевидно нелитературным словообразовательным моделям: *наркота, лимита, крутота и др.*

Либерализация современной речи, ее «демократизм» оказывают существенное влияние на оценку речевого поведения. Свобода и

раскрепощенность языка влекут за собой расшатывание языковых норм, рост языковой вариантности.

2 Система языковых норм

Общение выступает необходимым условием бытия людей. Если речь хотя бы одного из собеседников лишена логики, недостаточно информативна, неточна, она вряд ли может адекватно передать информацию. Важную роль в процессе общения играют языковые нормы. **Языковая норма** — это совокупность правил и средств литературного языка (лексических, грамматических, фонетических), сложившаяся в процессе общественной коммуникации.

Языковые нормы отражают закономерные процессы и явления, происходящие в языке, и поддерживаются речевой практикой. Языковые нормы устанавливаются на основе изучения произведений писателей-классиков и современных писателей, анализа языка средств массовой информации, общепринятого современного употребления, данных живого и анкетного опросов, научных исследований ученых-языковедов.

Норма предусматривает отбор языковых средств в соответствии с потребностями общения. Языковой норме присуща категория **вариантности**. Она отражается, в частности, в наличии синонимов (слов или конструкций, передающих одно содержание, но имеющих различия в значении и сфере употребления). Так, человек, передающий свои знания другим, в зависимости от места работы и типа учащихся будет называться *учителем, преподавателем, тьютором, наставником, тренером, научным руководителем* и т.д.

Языковые нормы — явление историческое, их изменение обусловлено постоянным развитием языка. То, что было нормой в прошлом столетии и даже 15—20 лет назад, сегодня может стать отклонением от нее, например, в 30—40-е годы употреблялись слова «*дипломник*» и «*дипломант*» для выражения одного и того же понятия: «Студент, выполняющий дипломную работу». Слово

«дипломник» было разговорным вариантом слова «дипломант». В литературной норме 50—60-х гг. произошло разграничение в употреблении этих слов: прежнее разговорное «дипломник» теперь обозначает учащегося, студента в период защиты дипломной работы, получения диплома. Словом «дипломант» стали называть преимущественно победителей конкурсов, призеров смотров, состязаний, отмеченных дипломом (например, *дипломант Всероссийского конкурса пианистов, дипломант Международного конкурса вокалистов*).

Норма обязательна как для устной, так и для письменной речи и охватывает все стороны языка.

Типы норм выделяются по объектам регулирования. Прежде всего языковая норма связана с правильностью речи, которая изучает в рамках ортологии (науки о культуре речи). Ортологические нормы подразделяются следующим образом:

1 **Орфоэпические** нормы — нормы постановки ударения и произношения. Орфоэпические ошибки мешают восприятию речи. Социальная роль правильного произношения очень велика, так как знание орфоэпических норм значительно облегчает процесс коммуникации. Орфоэпические нормы закреплены в «Словаре ударений русского языка», «Орфоэпическом словаре», «Словаре трудностей устной речи» и других изданиях.

2 **Орфографические и пунктуационные** нормы не допускают искажения зрительного образа слова, предложения или текста. Чтобы грамотно писать, необходимо знать общепринятые правила орфографии (написания слова или его грамматической формы) и пунктуации (расстановки знаков препинания).

3 **Морфологические** нормы регулируют образование и употребление грамматических форм слова. Отметим, что к морфологическим нормам относятся прежде всего: нормы определения грамматического рода некоторых существительных, нормы образования множественного числа существительных, нормы образования и употребления падежных форм существительных, прилагательных, числительных и местоимений; нормы

образования сравнительной и превосходной степени прилагательных и наречий; нормы образования и употребления глагольных форм и др.

4 **Синтаксические** нормы связаны с правилами построения и употребления словосочетаний и различных моделей предложения. Строя словосочетание, необходимо помнить об управлении; строя предложение, следует учитывать роль порядка слов, соблюдать правила использования деепричастных оборотов, законы построения сложного предложения и т.д.

Морфологические и синтаксические нормы часто объединяются под общим названием — **грамматические** нормы.

Литературные нормы регулируют не только правильность речи, но и те качества, которые придают силу правильной речи: благозвучие, однозначность, ясность, уместность, краткость, точность. Нормы, связанные с оценкой этих качеств речи, называются **прагматическими**, они являются предметом стилистики и риторики. К прагматическим относят **лексические** нормы, или нормы словоупотребления: а) употребление слова в тех значениях, которые оно имеет в современном языке; б) знание его лексической и грамматической сочетаемости; в) правильность выбора слова из синонимического ряда; г) уместность его использования в той или иной речевой ситуации). **Стилистические** нормы связаны с особенностями функционирования стилей, речевого жанра, с целью и условиями общения.

Ортологические нормы носят прескриптивный (предписывающий, то есть обязательный) характер. Прагматические нормы носят рестриктивный (ограничительный, то есть необязательный) характер.

Языковая норма является основой существования русского литературного языка. **Литературным языком** называют часть национального языка, которая находится в сфере действия норм. Литературный язык может быть представлен в устной и письменной формах, рассчитанных на разные виды восприятия — слуховое и зрительное. Письменный литературный язык отличается от устного большей сложностью синтаксиса, преобладанием отвлеченной лексики, а также

лексики терминологической, преимущественно интернациональной по своему использованию.

Нормы помогают литературному языку сохранять целостность и общепонятность. Они защищают литературный язык от потока **диалектной речи, социального и профессионального жаргона, просторечия** (такие проявления русского национального языка обладают собственными некодифицированными нормами, которые познаются в процессе коммуникации). Это позволяет литературному языку выполнять свою основную функцию — культурную.

В свою очередь литературный язык — это связующее звено между различными социальными группами, только нормированный язык может быть изучен и понят иностранцами, таким образом, развитие, сохранение и пропаганда русского литературного языка имеет большое значение для международного общения.

Нормированность — важнейшее свойство современного русского литературного языка. Рассмотрим подробнее орфоэпические, грамматические и лексические нормы.

Современный русский литературный язык отличается от жаргонов, внелитературного просторечия, местных говоров тем, что имеет **систему норм произношения**, которые изучает орфоэпия. Орфоэпию можно определить, как раздел науки о языке, а также как совокупность правил, которые устанавливают литературное ударение и произношение.

В русском языке ударение представляет собой выделение в слове того или иного слога при помощи большей силы, длительности, напряженности голоса. Русское **ударение** прежде всего **силовое**. Ударение в русском языке свободное, что отличает его от некоторых других языков, в которых ударение закреплено за каким-то определенным слогом. Например, в эстонском и латышском, чешском, финском ударным всегда бывает первый. В польском, грузинском — предпоследний, в армянском, французском — последний. В русском языке ударение может падать на любой слог, поэтому его **называют**

разноместным. Сопоставим ударение в словах: *ко'мпас, добы'ча, медикаме'нты*. В этих словах ударение соответственно падает на первый, второй, третий, четвертый слоги.

Кроме того, ударение в русском языке бывает **подвижным и неподвижным**. Если в различных формах слова падает на одну и ту же часть, то такое ударение является **неподвижным** (*берегу'*, *береже'шь, береже'т, береже'м, берегу'т* — ударение закреплено за окончанием). Ударение, меняющее свое место в разных формах одного и того же слова, называется подвижным (*пра'в, пра'вы, права'*; *могу'*, *мо'жешь, мо'гут*).

Как установлено учёными, большая часть слов русского языка (около 96%) отличается фиксированным ударением (*де'лать, де'лаю, де'лала, сде'лал, отде'лка, переде'лка и др.*), однако оставшиеся 4% и являются наиболее употребительными словами. В обиходной речи, СМИ, публичных выступлениях и деловом общении часто наблюдается нарушение норм ударения в таких словах, как *валово'й, двою'родный, зави'дно, звони'т, договорённость, на'чал, начала', созы'в, хода'тайство, хода'тайствовать* и др. Затруднения вызывает постановка ударения в именительном падеже множественного числа: *ле'кторы (ле'ктор), инструкторы (инструктор), шофёры (шофёр), то'рты (торт)*.

Проанализируем **основные аспекты русской орфоэпии**, а именно: нормы ударения, правила произношения ударных и безударных гласных, твердых и мягких, звонких и глухих согласных, правила произношения отдельных грамматических форм и слов иноязычного происхождения.

У некоторых **имен существительных** ударение всегда падает на основу, т.е. не перемещается на окончание при изменении по числам и падежам: *арбу́з - арбу́за - арбу́зу - об арбу́зе, арбу́зы - арбу́зов - арбу́зами - об арбу́зах; су́ффикс - су́ффикса - о су́ффиксе, су́ффиксы - су́ффиксами - о су́ффиксах, то'рт - торта, то'рту—о то'рте, то'рты тортами — о тортах, ср.: ба'нт — ба'нты, ша'рф—ша'рфы*.

У большинства существительных ударение подвижное, оно перемещается с основы на окончание и с окончания на основу (в единственном и множественном числе): *до́ктор – до́ктора - до́ктору – докторо́в - о докторáх; волна́ – волны́ – волно́й – во́лны – на волна́х.*

В винительном падеже единственном числе у существительных женского рода ударение падает то на окончание, то на основу: *весну́, страну́, золу́, нору́, смолу́; зи́му, це́ну, ще́ку, бо́роду.*

В косвенных падежах имена существительные могут иметь при себе предлоги. Для обычной повседневной речи характерны безударные предлоги: *на во'ду, под водо'й; год от го'да, из го'да в год; ко дну', по дну'.* Правда, бывают отступления от этого общего правила. Например, когда место ударения служит различителем смысла высказывания. Можно сказать: *Жить за го'родом, и за' городом*, что одинаково значит «в пригородной местности». Но если мы хотим указать, что какой-то предмет распложен по ту сторону города, мы предпочтем вариант с ударением на существительном: *Лес находится за го'родом.* Чаше сохраняется ударение на предлоге и в устойчивых сочетаниях. Так, говорят: *бок о' бок; бе'з году неделя; за' душу берет (хватает).* Некоторые из этих предлогов принимают на себя ударение, тогда следующее за ними слово оказывается безударным: *по́д гору, бе́з вести, за́ волосы, на́ ночь, час о́т часу.* В наречиях типа *на'бок* в повседневной речи также предпочтительно ударение на предлоге.

У полных **форм имён прилагательных** возможно только неподвижное ударение на основе или на окончании. Вариативность этих двух типов у одних и тех же словоформ связана с разграничением малоупотребительных или книжных прилагательных и прилагательных частотных, стилистически нейтральных или даже сниженных. Степень освоенности слова проявляется в вариантах места ударения: *кружко'вый* и *кружково'й, запа'сный* и *запасно'й, околосе'мный* и *околоземно'й, ми'нусовый* и *минусово'й, очи'стный* и *очистно'й.*

Существует довольно последовательная норма, согласно которой ударный слог полной формы ряда употребительных прилагательных остаётся

ударным и в краткой форме: *краси'вый* — *краси'в* — *краси'ва* — *краси'во* — *краси'вы*; *немы'слимый* — *немы'слим* — *немы'слима* — *немы'слимо* — *немы'слимы* и т. п.

Ударение нередко падает на основу в форме множественного числа, а также в единственном числе в мужском и среднем роде и на окончание в форме женского рода: *пра'вый* — *пра'в* — *пра'во* — *пра'вы* — *права'*; *се'рый* — *сер* — *се'ро* — *се'ры* — *сера'*; *стро'йный* — *стро'ен* — *стро'йно* — *стро'йны* — *стройна'*.

Ударение в сравнительной степени прилагательных падает на –ее, если в краткой форме женского рода оно на окончании: *длинна́* – *длинне́е*, *умна́* – *умне́е*. Если ударение в краткой форме женского рода стоит на основе, то и в сравнительной степени оно на основе: *краси́ва* – *краси́вее*, *ужа́сна* – *ужа́снее*, *сро́чна* – *сро́чнее*. Исключение: *де́льна* – *дельне'е*, *дре'вня* – *древне'е*, *здро'ва* – *здорове'е* (не больна), *ро'зова* – *розове'е*, *хи'щна* – *хищне'е*.

Ударение в формах прошедшего времени **глагола** обычно падает на тот же слог, что и в инфинитиве (*сиде'ть* – *сиде'ла*, *пря'тать* – *пря'тала*). Группа употребительных глаголов подчиняется другому правилу: ударение в форме женского рода переходит на окончание, а в остальных формах остается на основе (*бра'ть*, *вы'ть*, *вра'ть*, *гна'ть*, *жда'ть* и др.). Например: *жи'ть* — *жи'л* — *жи'ло* — *жи'ли* — *жила'*. Исключение составляют слова с приставкой *вы* — , которая принимает на себя ударение (например: *вы'жить* – *вы'жила*). У глаголов *класть*, *красть*, *слать*, *послать* ударение в форме женского рода прошедшего времени остается на основе (*кла'ла*, *кра'ла*, *сла'ла*, *посла'ла*).

В глаголах на **–ировать** более продуктивный вариант с ударением на И. В словах, вошедших в русский язык в прошлом веке ударение часто падает на последний слог: *блоки́ровать*, *деформи́ровать*, *трансформи́ровать*; *бомбардировáть*, *форми́ровáть*, *гофри́ровáть*.

В страдательных причастиях, образованных от этих глаголов, ударение падает на И, если причастие образовано от глагола на **–и́ровать**, ударение падает на О, если причастие образовано от глагола на **–ировáть**: *копи́ровать* –

копи́рованный, костюми́ровать - костюми́рованный, формули́ровать - формули'рованный; пломбировáть - пломбирóванный, премировáть - премирóванный, экипировáть - экипирóванный.

Следует обратить внимание на ударение в кратких формах **причастий**. Если в полной форме ударение падает на суффикс (-онн-/-енн-), то таким же оказывается ударение в краткой форме мужского рода. В женском и среднем роде и во множественном числе ударение перемещается на окончание: *произведённый - произведён, произведено', произведена', произведены'.*

Если суффиксы неопределенной формы -о-, -ну- находятся под ударением, то в причастиях оно переходит на один слог вперед: *поло'ть - по'лотый, коло'ть - ко'лотый, согну'ть - со'гнутый.*

Деепричастия часто имеют ударение на том же слоге, что и в неопределенной форме глагола: *вложи'в, зада'в, нача'в, поня'в.*

Ударение **в наречиях** в основном следует изучать путем запоминания и обращения к орфоэпическому словарю. Можно заметить, что ударение в наречиях может падать на предлог-приставку или на корень слова. Так, на приставку *до-* ударение падает в словах: *до'верху, до'низу, до'суха*. Исключение слова: *добела', доне'льзя*.

На приставку *за-* ударение падает в словах: *за'годя, за'темно, за'светло*. Исключение: *зави'дно*.

Акцентологические нормы во многих случаях имеют **варианты, характеризующиеся в словарях с помощью системы помет:**

а) помета «допустимо» (доп.): *тво'рог* и доп. *творо'г; о'тдал* и доп. *отда'л; бу'дней* и доп. *буден'*; *кулина'рия* и доп. *кулинари'я*; первый вариант является предпочтительным, второй оценивается как менее желательный, но все-таки находится в пределах правильного, чаще всего используется в разговорной речи;

б) помета «допустимо устаревшее» (доп. устар.): *индустри'я* и доп. устар. *инду'стрия, собра'лся* и доп. устар. *собрался'*; *ха'нжество* и доп. устар.

ханжество'; помета указывает, что оцениваемый ею вариант постепенно утрачивается, а в прошлом он был основным.

Словари могут включать в себя также варианты, находящиеся за пределами литературной нормы. Для указания этих вариантов вводятся так называемые **запретительные пометы**:

1) «не рекомендуется» (не рек.): *алфави'т*, не рек. *алфа'вит*; *балова'ть*, не рек. *ба'ловать*; *подро'стковый*, не рек. *подростко'вый*; *догово'рный*, не рек. *договорно'й*; эта помета может иметь дополнительную характеристику «устаревающее» (не рек. устар.); варианты, имеющие помету не рек. устар., содержат ударение, которое было правильным в прошлом, а сегодня они находятся за пределами нормы, например: *диало'г*, не рек. устар. *диа'лог*; *оstriё*, не рек. устар. *оstriе*; *револьвер*, не рек. устар. *рево'львер*, *украи'нцы*, не рек. устар. *укра'инцы*; *катало'г*, не рек. устар. *ката'лог*;

2) «неправильно» (неправ.): *атле'т*, неправ. *атлёт*; *ку'хонный*, неправ. *кухо'нный*; *догово'ренность*, неправ. *догово'ренность*; *добы'ча*, неправ. *до'быча*;

3) «грубо неправильно» (грубо неправ.) — *докуме'нт*, грубо неправ. *доку'мент*; *инже'неры*, грубо неправ. *инженера'*; *инструме'нт*, грубо неправ. *инстру'мент*; *хода'тайство*, грубо неправ. *ходата'йство*, *сре'дства*, грубо неправ. *средства'*.

Целый ряд вариантов ударения связан с профессиональной сферой употребления. Есть слова, специфическое ударение в которых традиционно принято только в узкопрофессиональной среде, в любой другой обстановке оно воспринимается как ошибка. Словарь фиксирует эти варианты. Например: *и'скра* | *в профессион. речи искра'*; *аммиа'к*, -а | *у химиков аммиака'*; *эпиле'псия* | *у медиков эпилепси'я*; *шпри'ц*, -а, мн. -ы, -ев | *у медиков ед. шприца'*, мн. — *ы, ов*; *фле'йтовый*, -ая, -о | *у музыкантов флейто'вый*; *ко'мпас*, -а, мн. -ы, -ов | *у моряков компа'с*.

Снижает культуру устной речи не только неправильная постановка ударения, но и неправильное произношение слов. Приведем основные **правила произношения**.

Произношение гласных звуков. Сильной позицией для гласных звуков является позиция под ударением. В безударном положении гласные редуцируются (подвергаются качественным и количественным изменениям). **Качественная редукция** - это изменение звучания гласного с потерей некоторых признаков его тембра, например, произношение [вада] вместо [вода]. **Количественная редукция** — это уменьшение длительности и силы безударного гласного. В меньшей степени редуцируются гласные, находящиеся в первом предударном слоге, в абсолютном начале и конце слова, в большей степени - гласные остальных безударных слогов.

1. Под ударением гласный [а] звучит на месте букв *а* и *я* (*п[а]лец, т'[а]нешь*); гласный [о] звучит на месте букв *о* и *ё* (*пл[о]тик, вес'[о]лый*); гласный [э] звучит на месте букв *э* и *е* (*[э]то, вр'[э]мя*); гласный [у] звучит на месте букв *у* и *ю* (*п[у]сто, л'[у]тый*); гласный [и] звучит на месте буквы *и* (*ч[и]б[и]с, т'[и]п'[и]чный*); гласный [ы] звучит на месте буквы *ы* (*в[ы]стирать, на ц[ы]почках*).

2. В 1-м предударном слоге, а также в начале слова на месте букв **о** и **а** произносится звук, похожий на [а] под ударением, но отличающийся краткостью и меньшим раствором рта (*з[а]крыть, к[а]роль, [а]ткрыть, [а]писание*). В остальных безударных слогах на месте *о* и *а* произносится звук [ъ] средний между [ы] и [а] (*т[ъ]ракан, выкр[ъ]сил*).

3. После **ч** и **щ** на месте буквы *а* в 1-м предударном слоге произносится звук [и^э] средний между [и] и [э] (*ч[и^э]щоба, щ[и^э]вель*). В остальных слогах произносится [ъ], похожий на краткий ослабленный [и] (*ч[ъ]совой, щ[ъ]веля*).

4. После твёрдых шипящих **ж, ш, ц** в 1-м предударном слоге на месте буквы *а* произносится короткий [а] (*ц[а]ри, ш[а]ры*); звук средний между [ы] и [э] произносится на месте букв *а* и *е* (*ж[ы^э]леть, ш[ы^э]птать*).

5. Гласный [ы] произносится на месте буквы *и* после **ж, ш, ц** (*ж[ы]знь, ш[ы]роко, ц[ы]рк*); после предлогов, оканчивающихся на твёрдый

согласный (*на[д-ы]збой, и[з-ы]ндши*); в середине сложных слов на стыке согласного и гласного (*пед[ы]нститут*).

б. В некоторых словах гласный звук [о], обозначаемый на письме буквой *ё*, ошибочно подменяют ударным гласным [э], и наоборот (*белёсый, манёвр, жёлчь; афера, местоименный, опека*). Это происходит вследствие того, что в книгах, как правило, вместо буквы *ё* используется буква *е*. Произношение таких слов определяется при помощи словаря.

В отдельных случаях буквы *е* и *ё* используются для различения слов по смыслу: *истекший год - истёкший кровью; кричит как оглашенный - приказ, оглашённый вчера; крестный ход - крёстный отец*.

В русской речи происходит обязательное оглушение звонких **согласных** в конце слова: хлеб - хле[п], сад - са[т], любовь - любо[ф'].

Нужно учесть, что согласный [г] в конце слова всегда переходит в парный ему глухой звук [к]. Например, лег - ле[к], порог - поро[к]. Произнесение в этом случае звука [х] недопустимо как диалектное. Исключение составляет слово Бог - Бо[х].

Согласные звуки в словах уподобляются друг другу, приспосабливаются друг к другу, поэтому в некоторых словах есть группы произносимых согласных, звуки, записанные и произнесенные, отличаются.

При сочетании согласных происходит уподобление. Например: сочетания *си* и *зи* произносятся как долгий твердый согласный [ш]: ни[ш]ий — *низший*, вы[ш]ий — *высший*, ра[ш]уметься — *расшуметься*.

Сочетание *сж* и *зж* произносятся как двойной твердый [ж]: ра[ж]ать — *разжать*, [ж]изнью — *с жизнью*, *сжарить* — [ж]арить.

Сочетания *тч* и *дч* произносятся как долгий звук [ч]: докла[ч']ик — *докладчик*, ле[ч']ик — *летчик*.

В сочетаниях *стн*, *здн*, *стл* согласные звуки [т] и [д] выпадают: преле[сн]ый — *прелестный*, по[зн]о — *поздно*, че[сн]ый — *честный*, учас[тл]ивый — *участливый*.

По нормам современного русского литературного языка сочетание *чн* обычно так и произносится [чн], особенно это относится к словам книжного происхождения (*алчный, беспечный*), а также к словам, появившимся в недавнем прошлом (*маскировочный, посадочный*).

Произношение [шн] вместо орфографического *чн* в настоящее время требуется в женских отчествах на *-ична* (*Ильини [шн]а, Лукини[шн]а, Никити[шн]а, Савви[шн]а, Фомини[шн]а*) и сохраняется в отдельных словах: *горчи[шн]ый, коне[шн]о, пере[шн]ища, праче[шн]ая, пустя[шн]ый, скворе[шн]ик, яи[шн]ища*.

Некоторые слова с сочетанием *чн* в соответствии с современными нормами литературного языка произносятся двояко: *було[шн]ая и було[чн]ая, копее[шн]ый и копее[чн]ый, моло[шн]ый и моло[чн]ый, порядо[шн]ый и порядо[чн]ый, сливо[шн]ый и сливо[чн]ый*.

В отдельных случаях различное произношение сочетания *чн* служит для смысловой дифференциации слов: *серде[чн]ый удар — сердце[шн]ый друг*.

Особенности произношения заимствованных слов. Заимствованные слова, как правило, подчиняются орфоэпическим нормам современного русского литературного языка и только в некоторых случаях отличаются особенностями в произношении. Наиболее существенное из них — сохранение в произношении звука [о] в безударных слогах и твердых согласных перед гласным [е].

В безударном положении звук [о] сохраняется, например, в таких словах, как *м[о]дель, м[о]дерн, [о]азис, б[о]а, [о]тель, ф[о]нема, м[о]дернизм* и в иностранных собственных именах: *Фл[о]бер, В[о]льтер, Т[о]льятти, Ш[о]пен, М[о]пассан*. Однако большинство заимствованной лексики, представляющее собой слова, прочно усвоенные русским литературным языком, подчиняется общим правилам произношения [о] и [а] в безударных слогах: *б[а]кал, к[а]стюм, к[о]нсер-вы, б[а]ксер, р[а]яль*.

В большинстве заимствованных слов перед [e] согласные смягчаются: *ка[т']ет, па[т']ефон, факульт[т']ет, [т']еория, [д']еспот, [н']ервы, тио[н']ер, [с']екия, [с']ерия, му[з']ей, га[з']ета, [р']ента, [р']ектор.*

Всегда перед [e] смягчаются заднеязычные согласные (к, г, х): *па[к']ет, [к']егли, [к']екс, ба[г']ет, [г']ецог, с[х']ема.* Звук [л] также обычно произносится в этом положении мягко: *[л']еди, мо[л']екула, ба[л']ет и т. п.*

Однако в ряде слов иноязычного происхождения твердость согласных перед [e] сохраняется: *ш[тэ]псель, о[тэ]ль, с[тэ]нд, ко[дэ]кс, мо[дэ]ль, ка[рэ], [дэ]миург, [дэ]мпинг, каш[нэ], э[нэ]-ргия, [дэ]марш, мор[зэ], к[рэ]до и др.* Причем обычно в заимствованных словах сохраняют твердость перед [e] зубные согласные [т], [д], [с], [з], [н], [р].

Грамматические нормы являются одними из самых устойчивых, они изменяются медленнее, чем орфоэпические, и демонстрируют закономерности, которые свойственны устной и письменной речи. Как известно, **в грамматике выделяют две подсистемы: морфологию и синтаксис.**

Морфология — это систематизированная совокупность форм слов (парадигм склонения, спряжения и т.д.), а также правил их употребления; это раздел грамматики, который изучает и описывает эти формы, правила. Нормы морфологии затрагивают употребление существительных, прилагательных, числительных, местоимений, глаголов и др. частей речи.

Имя существительное – это слово, обладающее значением предметности и имеющее категории рода, числа и падежа.

Все имена существительные принадлежат к одному из трех родов: мужскому, женскому или среднему. Категория рода существительных, как правило, стабильна. Однако родовая принадлежность слова с течением времени может меняться. Так, например, существительные *погона, рельса, санатория, зала, фильма* некогда принадлежавшие к женскому роду, в современном русском языке *погон, рельс, санаторий, зал, фильм* относятся к мужскому роду.

Несклоняемые имена существительные иноязычного происхождения, обозначающие неодушевленные предметы, в своем большинстве относятся к

среднему роду, например: *железнодорожное депо, интересное интервью, маршрутное такси, политическое статус-кво, целебное алоэ, шерстяное кашне*.

Правило имеет ряд исключений, связанных с влиянием различных аналогий (русский синоним, грамматический род слова, обозначающего родовое понятие, и др.). Так, к мужскому роду относятся слова: *кофе* (влияние прежних форм *кофей, кофий*). К женскому роду относятся слова: *авеню* (русский синоним *улица*), *кольраби* («капуста»), *салями* («колбаса»). Некоторые слова употребляются в форме двух родов, например: *авто* (средн. и муж., под влиянием слова *автомобиль*).

Несклоняемые одушевленные существительные могут быть как мужского, так и женского рода. К мужскому роду относятся лица мужского пола: *атташе, рефер, дэнди, импресарио, маэстро, рантье* и др., к женскому - лица женского пола: *леди, пани, фрау, фрекен*.

К мужскому роду относятся (вне контекста) разновидности животных: *пони, шимпанзе, какаду*. Исключение: *цете (ж.р.)*. Если контекст указывает на самку, то соответствующие слова употребляются в форме женского рода: *шимпанзе кормила детеныша, кенгуру несла в сумке кенгуренка*.

Грамматический род иноязычных географических названий и названий периодических изданий определяется по родовому наименованию: *солнечный Сочи (город), широкая Миссури (река), труднодоступная Юнгфрау (гора), «Таймс» опубликовала статью, либеральная «Ньюс хроникл» (газета)*.

Род аббревиатур определяется по роду главного слова. МВД — министерство (ср. р.) внутренних дел (*МВД приняло меры*). Однако, если в сознании людей не осталось ассоциаций аббревиатуры с производящими словами, она получает род, как обычное слово, по формальному показателю и относится к мужскому роду в случае нулевого окончания (*ЖЭК* — несмотря на то, что это *жилищно-эксплуатационная контора*), к среднему роду - в случае окончания - *о* (*РОНО*— хотя это *районный отдел народного образования*).

Окончания именительного падежа множественного числа существительных мужского рода -ы (-и) —а (-я). В современном языке продуктивно образование форм на **-а (-я)** типа *инспектора, слесаря*. В одних случаях подобные формы на протяжении длительного периода прочно закрепились в литературном языке (например, многие односложные слова типа *бег — бега* и слова, имеющие в единственном числе ударение на первом слоге, типа *вечер — вечера, окорок — окорока*); в других случаях наблюдается параллельное их употребление с формами на **-ы (-и)**, но со стилистической дифференциацией (ср. книжную форму *корректоры* и разговорную *корректора*); наконец, в третьих случаях формы на **-а (-я)** выходят за пределы литературной нормы (например: *автора, лектора*).

Окончание -ы употребляется в иноязычных словах на **-тор, -ер, -ёр: инспекторы, шоферы, гримеры, инженеры, офицеры, прожекторы, редакторы, инструкторы, ректоры** и др. Исключение: *директора, профессора, доктора*.

Некоторые неодушевленные существительные мужского рода могут иметь в *родительном падеже единственного числа* окончание не только **—а, —я, но и —у, —ю**. К таким существительным относятся:

1) вещественные, при указании на количество чего-либо (*центнер сахарного песка - песку, мало снега — снегу*) или отсутствие какого-то количества (*ни грамма песка — песку, ни капли спирта — спирту*); особенно это относится к вещественным существительным с уменьшительно-ласкательными суффиксами (насыпьте песочку);

2) отвлеченные в тех же случаях (*сколько визга — визгу; ни крика — крику*);

3) слова, входящие в устойчивые сочетания (*без году неделя*).

Формы с окончаниями **—у, —ю** имеют разговорный характер.

Некоторые неодушевленные существительные мужского рода в *предложном падеже единственного числа* с предлогами и в пространственном значении могут иметь всегда ударные окончания **—у, —ю** (*в углу, на шкафу*).

Наиболее употребительными из таких существительных являются: *берег, борт* (корабля), *Крым, лес, порт, ряд, сад, угол, шкаф*.

Трудность представляет выбор окончания **родительного падежа мн. числа** (*чулок, носков, англичан, грузин, узбеков, апельсинов, томатов*).

Известно, что окончания **–ов, –ев, –ей** являются общей грамматической нормой для родительного падежа **мужского рода**: *студентов, директоров, братьев, преподавателей и пр.*

Однако при образовании данной формы может иметь место и нулевое окончание у некоторых существительных мужского рода, которые обозначают:

1) парные предметы: *пара ботинок, чулок, валенок, погон; но: носков;*

2) национальную или территориальную принадлежность, часто с основой на **н** и **р**: (*много*) *грузин, армян, румын, туркмен, южан, осетин, лезгин, цыган, горожан; бурят, болгар, турок, но: монголов, таджиков, узбеков, якутов, калмыков, бушменов, бедуинов, берберов;*

3) единицы измерения: *ампер, ватт, киловатт, микрорентген, бит, байт; но: граммов, килограммов;*

4) воинские группы, рода войск: *солдат, гусар, партизан; но: минёров, сапёров;*

5) названия фруктов, овощей: *апельсинов, томатов, мандаринов; форма баклажан* возможна, но носит разговорный характер, часто расценивается как элемент просторечия.

Также литературная норма носит неустойчивый характер в формах **родительного падежа** имен существительных, которые употребляются только в форме **множественного числа**. Нормой являются окончания **–ов**: *алиментов, консервов, финансов, заморозков, клипсов, подонков, пантонов; –ей* — *будней, яслей, гуслей; –ев* – *лохмотьев, отрепьев*.

В русском языке встречаются существительные, употребляемые только во множественном числе, в которых в **родительном падеже** нормой считается **нулевое окончание**: *каникул, брызг, панталон, суток, шаровар, макарон, хлопот, именин, нападок, потемок, сумерек, мокасин и др.*

Русские и иноязычные **фамилии**, оканчивающиеся на согласный звук, склоняются, если относятся к мужчинам, и не склоняются, если относятся к женщинам. Ср.: *студенту Кулику - студентке Кулик, у Карла Зегерса — у Анны Зегерс*. Частые отступления от правила (несклоняемость мужских фамилий, оканчивающихся на согласный звук) наблюдаются в тех случаях, когда фамилия созвучна с названием животного или предмета неодушевленного (*Гусь, Ремень*), во избежание непривычных или курьезных сочетаний, например: «*у господина Гуся*», «*гражданину Ремню*»).

Не склоняются фамилии на **-аго, -яго, -ых, -их, -ово**: *Живаго, Дубяго, Красных, Долгих, Дурново*. Только в просторечии встречаются формы типа «*у Ивана Седыха*».

Иностранные фамилии, оканчивающиеся на гласный звук (кроме неударяемых **-а, -я**), не склоняются, например: *романы Золя, стихотворения Гюго, оперы Бизе, музыка Пуччини, пьесы Шоу*.

В русском языке активно используются имена существительные, которые образованы в результате сложения двух слов. Такие сложносоставные существительные могут быть одушевленными и неодушевленными. У одушевленных существительных род определяется по слову, указывающему на пол лица: *женщина-космонавт (ж.р.), чудо-богатырь (м.р.)*. Родовая принадлежность неодушевленных сложных существительных определяется по более значимому слову, чаще первому: *музей-квартира (м.р.), платье-халат (ср.р.), школа-интернат (ж.р.)* Если составное существительное имеет в своем составе несклоняемое существительное, то род определяется по роду склоняемого слова: *кафе-столовая (ж.р.), автомобиль-такси (м.р.)*.

Прилагательное — это часть речи, которая обозначает признак предмета, согласуется с существительным, выступает в роли определения (*Развешаются трехцветные флаги*), составного именного сказуемого (*Флаги были трехцветными*).

Выделяют качественные, относительные (*указывают на материал, место и время: кожаные рукавицы, сибирская пшеница, весенние цветы,*

сиреневые цветы) и притяжательные (*принадлежность лицу, суффиксы –ин, –ын, –ов сестрицын альбом, отцова майка, дядин дом; суффиксы –ий (лисий), –ья (лисья), –ье (лисье)*) прилагательные. Притяжательные прилагательные могут развивать качественное (*медвежья услуга, заячья душонка*) или относительное значение (*медвежья шуба, заячья шапка*).

Самой многочисленной является группа качественных прилагательных, которые образуют различные формы. Качественные прилагательные имеют формы степеней сравнения. **Положительная** степень обозначает признак предмета без сравнения с другими: *красивый, умный, свежий*. **Сравнительная** степень образуется двумя способами: простая при помощи суффиксов — е, —ее, —ей: *высокий – выше, красивый – красивее*) и составная при помощи слов *более, менее (более высокий, менее сложный)*. **Превосходная** степень сравнения также имеет две формы: простая с суффиксами –ейш, –айш (*грубейший, высочайший*), при помощи приставок *най-, пре-* (*наиважнейший, прескучнейший*) и составная со словами *самый, наименее, наиболее (самый глубокий, наименее подходящий, наиболее удачный)*. Нельзя соединять в одном качественном прилагательном простую и сложную формы степеней сравнения. Сочетания типа *менее или более активнее* являются ошибкой. То же самое следует сказать о соединении в одном качественном прилагательном простой и сложной формы превосходной степени (*самая красивейшая*).

Ученые отмечают ряд особенностей использования **полной и краткой форм качественных прилагательных**.

1 Смысловое различие выражается в том, что некоторые краткие формы имен прилагательных резко расходятся в своем значении с соответствующими полными. Ср.: *глухой от рождения – глух к просьбам; ребенок весьма живой – старик еще жив; метод очень хороший – парень хорош собой*. Некоторые прилагательные, выражающие постоянное свойство предметов или служащих терминологическим обозначением признаков, не употребляются в краткой форме: *Противоположная стена глухая; Цветы в вазе живые* и т.д.

2 Полные формы обычно обозначают постоянный признак, вневременное качество, а краткие - временный признак, недлительное состояние; ср.: *мать больная - мать больна, движения его спокойные - лицо его спокойно* и т.д.

3 Стилистическое различие между обеими формами выражается в том, что для краткой формы характерен оттенок категоричности, для полной — оттенок смягченного выражения. Ср.: *он хитер - он хитрый, она смела - она смелая* и т.п.

Краткая форма нередко присуща книжному языку, полная — разговорному. Ср.: *Умозаключения и выводы автора исследования ясны и точны. - Ответы ученика ясные и точные.*

4 Прилагательные могут образовывать вариантные краткие формы. Например, *естественный* образует формы *естествен* и *естественен*; *неприкосновенный* — *неприкосновенен*. Из дублетных форм кратких прилагательных (на —ен и —енен), образуемых от полных форм с неударяемым —енный, в нейтральных стилях речи все больше закрепляется форма на —ен (как более «экономная»). Таковы, например: *безбоязнен, болезнен, легкомыслен, подведомствен, безжизнен, воинствен, многочислен, родственен*.

5 В качестве однородных сказуемых выступают, как правило, или только полные, или только краткие формы прилагательных, например:

1) *Октябрь был на редкость холодный, ненастный* (Паустовский); *Был я молодым, горячим, искренним, неглупым...* (Чехов); 2) *Открытая шея тонка и нежна* (А. Н. Толстой); *Сила моряков неудержима, настойчива, целеустремленна* (Л. Соболев).

Нарушением нормы являются конструкции: «*Он добрый, но слабоволен*», «*Взгляды оригинальные, хотя и примитивны в своей основе*» (в обоих случаях формы прилагательных следует унифицировать).

К местоимениям относят слова, которые не называют предметы, явления, признаки, количество, а только указывают на них. Местоимения, как

существительные и прилагательные, изменяются по падежам, употребление форм которых имеет свои особенности.

1 Винительный падеж возвратного местоимения **себя** может относиться к разным лицам, упоминаемым в предложении: *Друзья не разрешают мне шутить над собой*. Здесь **над собой** может относиться по смыслу к друзьям и ко мне. Следует избегать подобной двусмысленности. Данное предложение лучше построить по-другому: *Друзья не разрешают, чтобы я шутил над ними* (если речь идет о шутке по адресу друзей) и *Друзья не разрешают, чтобы я шутил над собой* (если речь идет о шутке по моему адресу).

2 Местоимения **вы** и **ваши** могут употребляться как форма вежливого обращения к одному лицу и пишутся в этом случае с большой буквы: *Почему Вы думаете, что Ваше выступление понравится публике*.

3 Возможность соотнесения местоимения с разными словами в предшествующем тексте может служить источником неясности или двусмысленности, например: *Сестра поступила в артистическую труппу, она скоро уезжает на гастроли* (кто уезжает - сестра или труппа?). В этих случаях необходима правка; ср.: а) *Сестра поступила в артистическую труппу и скоро уезжает на гастроли*; б) *Сестра поступила в артистическую труппу, которая скоро уезжает на гастроли. Мать Оли, когда она заболела, стала очень нервной* (кто заболел - мать или Оля?); *Внесены добавления в оба текста; они нуждаются в некоторых уточнениях* (нуждаются в уточнениях тексты или добавления?).

4 При склонении местоимений 3-го лица следует помнить о добавлении **н**— в ряде случаев (вариант в парах типа *внутри них - внутри их*). Звук **н**— добавляется, если местоимение стоит **после любого из простых, или первообразных, предлогов** (*без, в, для, до, за, из, к, ни, над, о, от, по, под, перед, при, про, с, у, через*), а также после многих **наречных предлогов** (*возле, вокруг, впереди, мимо, напротив, около, после, посреди, сзади*) и некоторых других, употребляющихся с родительным падежом. Однако такие предлоги, как *внутри, вне*, употребляются в основном без вставки начального **н**.

Не добавляется *н* к местоимению также после предлогов **наречного происхождения, управляющих дательным падежом**: ср.: *вопреки ему, наперекор ей, согласно им, вслед ему, навстречу ей, подобно им, соответственно им*; также: *благодаря ему*.

Не требуют после себя вставки *н* также предложные сочетания, состоящие из простого предлога и имени существительного, например: *в отношении его, при помощи ее, не в пример им, в противовес ему, по поводу ее, за исключением их, со стороны его, по причине ее*; также: *наподобие его, насчет их*.

Не добавляется начальное *н* в тех случаях, когда местоимение стоит **после сравнительной степени прилагательного или наречия**, например: *старше его, выше ее, лучше их*.

Числительное — это часть речи, которая обозначает количество предметов или порядок при счете. Выделяют количественные (собственно количественные, собирательные, дробные) и порядковые числительные.

По морфемному составу выделяют следующие числительные:

— простые, состоящие из одного корня: *пять, восемь, одиннадцать, двадцать, пятый, восьмой*;

— сложные, состоящие из двух корней: *шестьдесят, восемьсот, семисотый*;

— составные, состоящие из нескольких слов: *сто двадцать восемь, тысяча девятьсот семь*.

В сложных числительных от *пятидесяти* до *восемидесяти* и от *двухсот* до *девятисот* склоняются обе части слова.

Числительные *сорок, девяносто* и *сто* во всех падежах, кроме **именительного и сходного с ним винительного**, имеют окончание *-а*. Дробные числительные *полтора* (мужск. и средн. род), *полторы* (женск. род) во всех падежах, кроме **именительного и сходного с ним винительного**, имеют форму *полтора*.

В последние десятилетия обозначилась тенденция к утрате склоняемости количественных числительных. Имеются варианты формы творительного падежа простых и сложных числительных и сочетаний с ними: а) *восьмью* — *восемью*; также: *восьмьюдесятью* — *восемьюдесятью*, *восьмьюстами* — *восемьюстами*. В литературном языке предпочтительны вторые варианты.

При нормативной форме типа *с шестьюстами семьюдесятью двумя рублями* (в составном числительном склоняются все образующие его части; это положение обязательно для книжно-письменной речи) встречается в устно-разговорной речи упрощенная конструкция «*с шестьюсот семьдесят двумя рублями*», в которой склоняется только последнее слово (иногда также первые: «*с двумя тысячами шестьюсот семьдесят двумя рублями*», что объясняется для первых слов влиянием предлога, а для последнего — согласованием с последующим существительным).

При склонении сложных числительных от *пятидесяти* до *восемидесяти* и от *двухсот* до *девятисот* меняются обе части слова:

И. *семьдесят* _ — *двести* _ — *девятьсот* _

Р. *семидесяти* _ — *двухсот* _ — *девятисот* _

Д. *семидесяти* _ — *двумстам* _ — *девятистам* _

В. *семьдесят* _ — *двести* _ — *девятьсот* _

Т. *семьюдесятью* _ — *двумястами* _ — *девятьюстами* _

П. (о) *семидесяти* _ — (о) *двухстах* _ — (о) *девятистах* _

При склонении составных числительных изменяется каждое слово:

И. *шестьсот* _ *двадцать* _ *три* _

Р. *шестисот* _ *двадцати* _ *трех* _

Д. *шестистам* _ *двадцати* _ *трем* _

В. *шестьсот* _ *двадцать* _ *три* _

Т. *шестьюстами* _ *двадцатью* _ *тремя* _

П. (о) *шестистах* _ *двадцати* _ *трех* _

При соединении составного числительного, оканчивающегося на два, три, четыре (22,23,24,32,33,34... 102,103,104 и т.д.), с существительными,

имеющими только формы множественного числа (сутки, сани, ножницы), возникает синтаксическая несочетаемость: нельзя сказать ни «двадцать два суток», ни «двадцать две суток», «ни двадцать двое суток». В подобных случаях, в зависимости от контекста, проводится или лексическая правка (замена слова, вставка другого слова), или грамматическая перестройка предложения (замена одной конструкции другой). Например: вместо «22 суток» можно сказать: *двадцать два дня* (если текст не связан с терминологическим употреблением слова *сутки*, например в истории болезни), *в течение двадцати двух суток* и т.п. *Двадцать две штуки ножниц, приобрести сани в количестве двадцати двух штук.*

В нормативной речи строго разграничивается **употребление числительных *оба* и *обе*** во всех падежах: *обоих братьев - обеих сестер*; поэтому: *с обеих сторон, по обеим сторонам и т.д.* Нарушение этого правила нежелательно даже в устной речи.

Правильными являются конструкции 35,5 процента (не: ...процентов), 12,6 километра (не: ...*километров*), т.е. при смешанном числе существительным управляет дробь, а не целое число. Также: 45,0 (сорок пять и ноль десятых) секунды, $6\frac{7}{8}$ (шесть и семь восьмых) метра и т.п.

Собирательные числительные сочетаются чаще всего с существительными мужского рода со значением лица (*двое школьников, трое учителей*), с названиями детенышей (*четверо медвежат*), с существительными, имеющими форму только множественного числа (*двое ножниц*) или обозначающими парные предметы (*двое носков*), с существительными общего рода (*пятеро судей*) и личными местоимениями (*их было шестеро*). С остальными существительными собирательные числительные не сочетаются.

Числительные **тысяча, миллион, миллиард** обладают категорией рода, числа и падежа и изменяются соответственно так же, как и существительные женского и мужского рода. Обычно склонение этих слов не вызывает нарушений, за исключением формы творительного падежа слова *тысяча*.

Слово тысяча в сочетании со словом *один* имеет в творительном падеже форму *тысячью*, а не *тысячей*: *одной тысячью двумястами тридцатью тремя*.

Глагол — часть речи, которая обозначает действие или состояние предмета. Наиболее частые нарушения при использовании глагола связаны с категорией лица. Категория лица глагола показывает, кто является производителем действия с точки зрения говорящего. Значение лица проявляется у глаголов в изъявительном наклонении в настоящем и будущем времени. Подавляющее большинство русских глаголов имеют 6 личных форм: *читаю, читаешь, читает, читаем, читаете, читают*.

Однако существуют глаголы, у которых этих форм больше либо меньше шести. Первые получили название избылиующих, вторые — недостаточных.

При образовании личных форм глаголы *победить, убедить, очутиться, ошутить, чудить, дудеть* и некоторые другие являются недостаточным, т.е. не образуют формы 1-го лица единственного числа настоящего-будущего времени. Если необходимо употребить эти глаголы в указанной форме, используется описательная конструкция, например: *сумею победить, хочу (стремлюсь) убедить, могу очутиться, попытаюсь ошутить, не буду чудить*.

Некоторые глаголы (так называемые избылиующие) образуют двоякие формы настоящего времени, например: *полоскать* — *полоскает* и *полощет*. Формы *полоскает, плескает, капает, кудахтает, колыхает, мурлыкает, махает, рыскает* и др. свойственны разговорному стилю и просторечию. Формы *полощет, плещет, каплет, кудахчет, колышет, мурлычет, машет, рыщет* и др. — присущи общелитературному языку.

Морфологические изменения коснулись и ряда глагольных форм **прошедшего времени** с суффиксом (-нул). В парах *гас* — *гаснул*, *мок* — *мокнул*, *сох* — *сохнул*, в современном языке чаще используются первые варианты, вторые формы имеют книжный, частично устарелый характер.

В настоящее время насчитывается более двухсот глаголов, у которых возможны варианты формы **в повелительном наклонении**, типа *выброси* -

выбрось. В разговорной практике предпочитают усеченные варианты форм, т.е. нередко можно услышать форму *выбрось*.

Не образуются формы повелительного наклонения от глаголов *мочь*, *хотеть*, *ехать*, *жаждать*, *видеть*.

Употребление формы *организовывать* (наряду с *организовать* в значении несовершенного вида) оправдывается тем, что в прошедшем времени глагол *организовать* имеет значение только совершенного вида (ср.: *организовал группу самодеятельности*), поэтому для выражения значения несовершенного вида в прошедшем времени необходима форма *организовывал* (ср.: *ежегодно он организовывал группы самодеятельности*). По этой же причине правомерен неологизм *атаковывал* (форма *атаковал* имеет значение совершенного вида).

Синтаксис представляет собой систематизированную совокупность словосочетаний и предложений, а также правил их построения и употребления; раздел грамматики, который изучает и описывает эти словосочетания, предложения и правила. Нормы синтаксиса регулируют порядок слов в предложении.

В значительной степени **нормы синтаксиса** связаны с реализацией порядка слов в предложении. В русском языке **порядок слов** (точнее, порядок членов предложения) считается свободным. Это значит, что в предложении нет строго закрепленного места за тем или иным его членом. Например, предложение, состоящее из пяти знаменательных слов: *Редактор вчера внимательно прочитал рукопись* — допускает 120 вариантов в зависимости от перестановки членов предложения.

Различаются **прямой порядок слов**, определяемый типом и структурой предложения, способом синтаксического выражения данного члена предложения, его местом среди других слов, которые непосредственно с ним связаны, а также стилем речи и контекстом. В повествовательных предложениях подлежащее обычно предшествует сказуемому, например: *Земля вращается вокруг Солнца*.

Взаимное расположение подлежащего и сказуемого может зависеть от цели высказывания или от того, что наиболее важно для говорящего. Эти факты находят выражение в значении подлежащего: *Поезд пришел (определенный)*. — *Пришел поезд (неопределенный, какой-то)*.

Также выделяют **обратный порядок**, являющийся отступлением от обычного порядка и выполняющий чаще всего функцию **инверсии**, т. е. стилистического приема выделения отдельных членов предложения путем их перестановки.

Опасна охота на медведя, страшен раненый зверь, да смела душа охотника, привычного к опасностям с детства (А. Коптяева).

Прямой порядок характерен для научной и деловой речи, обратный широко используется в произведениях публицистических и литературно-художественных; особую роль обратный порядок играет в разговорной речи, имеющей свои типы построения предложений.

Представление о порядке слов связано не только с главными, но и с второстепенными членами предложения. При постановке обстоятельственных слов в начале предложения подлежащее часто стоит после сказуемого, например: *С улицы доносился шум...* (Чехов).

Согласованное определение обычно ставится впереди определяемого имени существительного, например: *интересный сюжет, контрольная вычитка, проверенные цитаты, третье издание, наше издательство*. Постановка согласованного определения после определяемого существительного служит целям инверсии, например: *Со всех сторон горы неприступные* (Лермонтов).

Дополнение обычно следует за управляющим словом, например: *вычитать рукопись, исправление опечаток, готовы к набору*. Дополнение (чаще всего прямое), выраженное местоимением может предшествовать управляющему слову, не создавая инверсии, например: *Книга мне понравилась; Это зрелище его поразило; Мать что-то заметила в выражении лица дочери; Я вам рад*.

Постановка обстоятельства зависит от его синтаксической формы выражения. Например, обстоятельства образа действия, выраженные наречиями на **-о**, **-е**, обычно ставятся впереди глагола-сказуемого, например: *Перевод точно отражает содержание оригинала; Мальчик вызывающе смотрел на нас*. Некоторые наречия, сочетающиеся с немногими глаголами, ставятся после них, например: *идти шагом, лежать ничком, пройтись босиком, упасть навзничь, ходить пешком*. Обычно постпозитивны обстоятельства образа действия, выраженные именем существительным в наречном значении, например: *разбегаться волнами, расходиться кругами*.

Согласование подлежащего и сказуемого. При подлежащем, выраженном собирательным существительным (*ряд, большинство, меньшинство, часть* и т.п.) в сочетании с родительным падежом множественного числа, сказуемое обычно ставится во множественном числе, если речь идет о предметах одушевленных или если подчеркивается активность действия, и в единственном числе, если подлежащее обозначает предметы неодушевленные. Например: *Большинство людей идут в партию по невежеству, а выйти не могут от стыда* (Галифакс). *Большинство мечтает жить, как меньшинство* (Б. Крутиер). Это общее положение усиливается или ослабляется дополнительными условиями контекста.

Если подлежащее выражено так называемым счетным оборотом, т.е. сочетанием количественного числительного или другого счетного слова (*несколько*) с существительным в родительном падеже множественного числа, то сказуемое обычно согласуется так же, как с подлежащим — собирательным существительным. Например: *Тысяча мышей не заменят одного слона* (Китайская пословица).

При сочетании в подлежащем существительного в именительном падеже с существительным в творительном падеже (с предлогом *с*) типа *брат с сестрой* сказуемое ставится во множественном числе, если оба названных предмета (лица) выступают как равноправные производители действия (оба являются подлежащими), и в единственном числе, если второй предмет (лицо)

сопутствует основному производителю действия (является дополнением): *Сергея с Петей долго ждали возвращения матери и сильно волновались; Мать с ребенком пошла в поликлинику.*

Согласование определений с существительными, зависящими от числительных. При словах мужского и среднего рода употребляется определение в форме родительного падежа множественного числа (*два больших дома*), а при словах женского рода — в форме именительного падежа множественного числа (*две большие комнаты*).

Если формы именительного падежа множественного числа существительных женского рода отличаются по ударению от формы родительного единственного числа (*горы́ - го́ры*), то определение может ставиться в родительном падеже множественного числа (*2 огромных горы*).

Выбор правильной **формы управления** едва ли не самое трудное в современной устной и письменной речи. Важное значение для построения предложений имеет правильный выбор падежа и предлога. Иногда вместо беспредложных конструкций неправильно употребляют предложные сочетания: *разъяснение о допущенных ошибках* (вместо: *разъяснение допущенных ошибок*), *показатели по использованию электроэнергии* (вместо: *показатели использования...*) и т.п.

Некоторые предложные сочетания, сравнительно недавно образовавшиеся (так называемые новые предлоги — **в деле, по линии, в части, за счет** и др.), при неуместном их использовании придают речи канцелярский характер: *в части удовлетворения запросов молодежи, в деле изучения литературных произведений и т.п.*

Предлоги **в** — **на** и их антонимы **из** — **с** могут употребляться в синонимическом значении: *ехать в поезде* — *на поезде, вернуться с кухни* — *из кухни*. Предлог **в**, употребляющийся для выражения пространственных значений, обозначает направление внутрь чего-нибудь (с предложным падежом); предлог **на** соответственно обозначает направление на поверхность

или нахождение на поверхности; предлог **из** имеет значение «изнутри», а предлог **с** — значение «с поверхности»: *в столе, на столе, из стола, со стола.*

После переходных глаголов с отрицанием употребляется как родительный, так и винительный падеж: *не читал этой книги - не читал эту книгу.*

Родительный падеж обычно употребляется при отрицании в следующих случаях:

а) в предложениях с усиленным отрицанием: *Море не отталкивает от себя ни единой реки* (Т. Фуллер);

б) при разделительно-количественном значении дополнения: *не приводил примеров; не знает дат; не сделал вычислений, не достал тетрадей;*

в) после глаголов **видеть, слышать, думать, хотеть, желать, чувствовать, ждать** и т.п., обозначающих восприятие, желание, ожидание: *не слышал крика; не чувствовал желаний; не видел опасности;*

г) при словах, выражающих отвлеченные понятия: *не теряет времени; не имеет желаний; не скрывает подозрений; не осуществляет контроля; не объясняет правил; не уяснил всей важности.*

Винительный падеж обычно употребляется при отрицании в следующих случаях:

а) для подчеркивания конкретности объекта: *Руку, которую невозможно укусить, придется поцеловать;*

б) при одушевленных существительных или при собственных именах: *не любит свою дочь; не наказывал Васю;*

в) при постановке дополнения перед глаголом (хотя это не обязательно): *Эту книжку я не брошу, потому что я хороший;*

г) для внесения ясности, чтобы избежать совпадения одинаково звучащих форм: *Оптимист - это человек, который еще не читал газету* (Неизв.). (Здесь слово «газеты» могло бы обозначать множественное число);

д) при двойном отрицании, т.е. когда смысл высказывания — в утверждении, а не в отрицании: *нельзя не признать пользу чтения;*

е) при наличии наречий со значением ограничения: *учитель едва не потерял терпение; ученик чуть не проспал урок;*

ж) при наличии в предложении слова, по смыслу относящегося одновременно к сказуемому и дополнению: *не нахожу эту книгу скучной;*

з) во фразеологических оборотах: *не скалить зубы.*

Если прямое дополнение относится не к самому глаголу с отрицанием, а к инфинитиву, зависящему от глагола с отрицанием, то чаще такое дополнение ставится в винительном падеже: *не хотел читать эту книгу; не могут признать его правоту.*

Дополнение ставится только в винительном падеже, если имеющееся в предложении отрицание стоит не при глаголе, а при другом слове: *не часто слушаю музыку; не вполне усвоил урок.*

После глаголов с приставкой **недо-**, не имеющей значения отрицания, а указывающей на выполнение действия ниже нормы, дополнение обычно ставится в винительном падеже: *недовыполнить план.*

Часто встречаются ошибки в оборотах с предлогами. Следует помнить, что:

— предлоги **ввиду, вследствие, в силу, по причине, кроме, вместо, помимо** требуют родительного падежа: *ввиду недостатка времени, по причине неуспеваемости;*

— предлоги **благодаря, согласно, вопреки** требуют дательного падежа: *благодаря полученным знаниям, согласно приказу, вопреки непогоде;*

— предлог **в связи с** требует творительного падежа: *в связи с частыми дождями.*

Необходимо различать **конструкции со словами, близкими по значению или однокоренными, но требующими различного управления:** *воплотить (во что?) в жизнь — претворить (в чем?) в практике, выйти (откуда?) из вагона, из автобуса — сойти (с чего?) с поезда, парохода, идентичный (чему?) прежнему ответу — сходный (с чем?) с прежним*

ответом, превосходство (над кем?) над другими – преимущество (перед кем?) перед другими.

Некоторые глаголы могут иметь дополнение в разных падежах в зависимости от различных смысловых или стилистических оттенков: *бросить камень — бросить камнем; вертеть пальцы — вертеть пальцами; двигать ногу — двигать ногой; жертвовать деньги — жертвовать жизнью; завязать узел — завязать узлом; лежать на постели — лежать в постели; наблюдать затмение — наблюдать за порядком; удовлетворять просьбу — удовлетворять требованиям; удостоить награды — удостоить ответом.*

Некоторые глаголы имеют при себе сразу два дополнения, поэтому выбор нужного падежа зависит от смысла: *обеспечить школьников учебниками - обеспечить школьникам каникулы.*

Разница между конструкциями типа *выпить воды — выпить воду* заключается в том, что родительный падеж обозначает распространение действия не на весь предмет, а лишь на некоторое его количество, тогда как винительный падеж указывает, что действие полностью переходит на предмет. Разница между конструкциями типа *просить деньги — просить денег* заключается в том, что первый вариант указывает на определенный, конкретный предмет (известная сумма денег), а второй имеет общее значение (неопределенное количество денег).

При двух или нескольких однородных членах ставится общее управляемое слово только при условии, если управляющие слова требуют одинакового падежа и предлога: *увлекаться и заниматься спортом; нельзя говорить: любить и заниматься спортом.*

Причастный оборот или прилагательное с зависимыми словами должен полностью стоять до или после определяемого существительного не должны включать его в свой состав: *Он не мог вынести укора, написанного в глазах товарищей* или *Он не мог вынести написанного в глазах товарищей укора* (нельзя: *Он не мог вынести, написанного укора в глазах товарищей*).

Причастные обороты и придаточные предложения могут взаимозаменять друг друга. Однако причастный оборот и придаточные предложения не могут быть однородными.

Причастию присущи значения времени, вида, залога. Неточная форма времени причастия использована в предложении: *«Существовавшее до сих пор положение в области использования электровозов не удовлетворяет возросшим требованиям транспорта»*. Следовало сказать : *Существующее до сих пор положение...*

Значение залога учитывается в формах причастий на — ся, имеющих возвратное и страдательное значения. Например: *девочка, воспитываемая бабушкой (воспитываемая бабушкой)*.

При использовании **деепричастных оборотов** следует помнить, что, как правило, называемое ими действие обозначает действие подлежащего: *Проезжая березовую рощу, я вспомнил родную деревню* (я проезжал, я вспомнил).

Деепричастный оборот может употребляться в односоставных определенно-личных предложениях и безличных со сказуемым инфинитива: *Читая текст, обращайте внимание на способы выражения авторской позиции; Редактируя рукопись, нужно учитывать авторский стиль.*

Деепричастный оборот не может быть употреблен:

1) если действие, выраженное сказуемым, и действие, выраженное деепричастием, относятся к разным лицам или предметам: *Сидя на заборе, солнце закатилось;*

2) в безличном предложении: *Подходя к лесу, мне стало холодно*. В этом предложении вообще отсутствует подлежащее (нет ни логического, ни грамматического подлежащего);

3) если предложение выражено страдательной конструкцией: *Поднявшись вверх по Волге, баржа будет выгружена на причалах Нижнего Новгорода.*

Не могут выступать в **качестве однородных синтаксических элементов** причастный или деепричастный оборот и придаточное предложение:

Портфель, лежащий на столе и который принадлежит преподавателю (нужно: *Портфель, лежащий на столе и принадлежащий преподавателю* или *Портфель, который лежит на столе и который принадлежит преподавателю*).

Близкие по смыслу конструкции образуются **оборотами действительным, страдательным и безличным**, например: *волна разбила лодку — лодка разбита волной — волной разбило лодку*. Различие между ними заключается в следующем: в первой конструкции подчеркивается производитель действия (волна), во второй — объект действия, поскольку он выражен как грамматическое подлежащее, т.е. главный член предложения (лодка), в третьей — само действие и его результат.

Страдательный оборот, подобно безличному, выражает мысль менее категорично, в более смягченной форме; ср.: *я дал указание — мною дано указание*. Предложения второго типа (со сказуемым, выраженным краткой формой страдательного причастия) употребляются в деловой речи, например: *Настоящая справка выдана типографией № 2.....*[9].

Согласование приложений. Не согласуются, т.е. сохраняют начальную форму:

1) приложения, выраженные прозвищами или условными названиями: *в газете «Известия», в программе «Субботний вечер», у Всеволода Большое Гнездо*;

2) приложения, присоединяемы словами по имени, по фамилии, по прозвищу и т.п.: *мой друг по фамилии Смирнов, познакомьтесь с девушкой по имени Ирина*;

3) существительные в сочетаниях известный как, нужный как со значением «в качестве»: *в суд вызвали Иванова, нужного как свидетель преступления*;

4) слова после сочетания будь то: *В подобных чрезвычайных случаях, будь то бой или затишье, политработник вправе и обязан приказывать*;

5) заключенные в скобки слова-вставки, относящиеся к предшествовавшему определяемому слову: *Чехов проявил себя как блестящий мастер художественного слова в самых разнообразных жанрах (рассказ, новелла, театральная пьеса).*

Части сложносоставных наименований согласуются в падеже и числе: *на витринах-стендах, в письме-открытке.*

В сочетаниях типа ракета-носитель, образованных соединением неодушевленного существительного и одушевленного существительного, в винительном падеже вторая часть в целях согласования имеет форму именительного падежа: *наблюдать ракету-носитель, увековечить в памяти города-герои, обязать предприятия-поставщики.*

Согласуются в косвенных падежах с определяемым словом следующие географические названия, выступающие в роли приложения:

1) названия городов, выраженные склоняемыми существительными (в *городе Рязани*), однако в географической и военной литературе, в официальных документах и сообщениях географические названия сохраняют начальную форму: *бои шли около города Волгоград, встреча состоялась недалеко от города Магдебург.*

Обычно не согласуются составные названия городов, редко встречающиеся названия, а также некоторые названия на –о: *в городе Старый Оскол; близ города Ницца; до города Ровно.*

2) названия сел, деревень, хуторов: *в селе Горюхине, с хутора Дубровка.*

Отступления наблюдаются у тех названий, род и число которых расходится с грамматическим родом и числом слов деревня, село и т.д.: *в селе Пушкари, около деревни Высокое.*

3) названия рек (на *реке Оке*), однако не согласуются малоизвестные названия рек: *на реке Рось, у реки Гильменд;*

4) названия зарубежных республик, имеющих форму женского рода: *в Республике Колумбии, в Республике Швейцарии;*

5) названия улиц, главным образом женского рода: *на улице Сретенке, на углу улицы Петровки.*

Названия улиц, имеющих форму мужского рода или представляющих собой составное название не согласуются: *на улице Балчуг, на улице Коровий Брод.*

Не согласуются:

1) названия местечек, кишлаков, аулов, застав, озер, каналов, заливов, бухт, островов, гор, горных хребтов, пустынь: *на озере Байкал, извержение вулкана Везувий, в проливе Босфор;*

2) названия зарубежных административно-территориальных единиц: *в штате Техас, в княжестве Лихтенштейн;*

3) астрономические названия: *к планете Венера, Яркий свет звезды Сириус;*

4) названия станций и портов: *на станции Рязань-1, из польского порта Гдыня.*

Затрудняет понимание текста **скопление одинаковых падежных форм**. Чаще всего встречается нанизывание родительных падежей, например: *«В целях лучшей постановки дела повышения профессионального уровня...»; «Для решения задачи ускорения подъема уровня заработной платы...»; «Закон о перестройке школы был принят в целях дальнейшего улучшения качества воспитания подрастающего поколения»; «Для выполнения требования устранения отставания производства деталей намечены конкретные меры».*

При правке обычно отглагольные существительные заменяют инфинитивами или другими конструкциями, распространенные обороты — придаточными предложениями, устраняют лишние слова и т.д., например: *Чтобы повысить профессиональный уровень...; С целью повысить заработную плату...*

Следует также избегать падежных форм с одинаковыми предлогами, например: *«Беседа с инженером с большим производственным стажем» (ср.: Беседа с инженером, имеющим большой производственный стаж);*

«Обращение к стремящейся к овладению английским языком молодежи» (ср.: Обращение к молодежи, стремящейся овладеть английским языком).

Требуют правки также конструкции с одним только родительным падежом, если он может быть воспринят и как родительный субъекта и как родительный объекта, например: *«Проверка Сбербанка показала...»* (возможные варианты в зависимости от смысла: 1) *Проверка, проведенная Сбербанком, показала...;* 2) *Проверка работы Сбербанка показала...;* *«Характеристика старосты была положительной»* (ср.: *Характеристика, выданная старостой... -Характеристика, выданная старосте... Ср. также канцелярские обороты: Характеристика со стороны старосты... - Характеристика на старосту)* [9].

Словарный состав языка (лексика) охватывает отдельные слова и приравняемые к ним составные наименования (типа *акционерное общество, альтернативная служба*), а также устойчивые (фразеологические) словосочетания типа *бежать сломя голову, без году неделя*. Поэтому под лексическими нормами понимают правильность словоупотребления: использование указанных словарных единиц в соответствии с их значением, стилистической окраской и оценочными свойствами.

Важнейшим условием нормативности речи является правильный выбор слов, **лексическая сочетаемость** которых определяется значением, принадлежностью к тому или иному стилю речи, эмоционально-экспрессивной окраской. Для правильного употребления слов в речи недостаточно знать их точное значение, вместе с этим необходимо учитывать особенности лексической сочетаемости слов, т. е. их способности соединяться друг с другом. Таким образом, прилагательные-синонимы *длинный, длительный, долгий, долговременный, продолжительный* по-разному соотносятся с существительными: *длительный период, продолжительный период* (но не *длинный, долгий, долговременный период*); *долгий путь, длинный путь; продолжительные сборы, долговременный кредит*. Нередко слова с одинаковым значением могут иметь разную лексическую сочетаемость (ср.:

истинный друг — подлинный документ; словосочетания *подлинный друг* и *истинный документ* являются отступлением от норм лексической сочетаемости).

В приведенных ниже предложениях из периодической печати лексическая сочетаемость также нарушена.

«Наступила война». Наступает то, что закономерно, неизбежно: *наступает утро, наступила весна*. Поэтому следовало сказать: *началась война*.

«На стадионе жители приморского города стали свидетелями большого театрализованного представления». Зрители и свидетели — разные понятия, в данном случае можно было написать: *увидели большое театрализованное представление*.

Небрежное отношение к языку может стать причиной **речевой недостаточности** — случайного пропуска слов, необходимых для точного выражения мысли: *Дирекции надо стремиться от этого равнодушия (пропущено «избавиться»); Картины маслом помещают в рамы (пропущено «написанные»)*. Речевая недостаточность часто возникает в устной речи, когда говорящий торопится и не следит за правильностью высказывания.

Вследствие речевой недостаточности нарушаются грамматические и логические связи слов в предложении, затемняется его смысл. Пропуск слов может совершенно исказить мысль автора: *Для улучшения производственных показателей необходимо объединить всех работников, занимающихся вопросами экономики (надо: объединить усилия всех работников); Ввиду холода в помещении делаем только срочные переломы - объявление на двери рентгенкабинета (имеются в виду срочные рентгенологические снимки переломов)*.

Умение найти точные слова для наименования тех или иных понятий помогает добиться краткости в выражении мысли, и, напротив, стилистическая беспомощность нередко приводит к **речевой избыточности - многословию**.

Речевая избыточность связана с повторной передачей одной и той же мысли, например: *Их потрясло зрелище пожара, свидетелями которого они были.*

Объектом лексической правки должны быть плеоназм и тавтология, употребленные без особого стилистического задания. **Плеоназм** — оборот речи, содержащий лишние слова, частично повторяющие друг друга по значению, например: *вернулся назад; жестикулировал руками; упал вниз.* **Тавтология** — повторение сказанного однокоренными словами, например: *спросить вопрос, ответить в ответ.* В документах и официально-деловом общении можно заметить следующие примеры: *в мае месяце* (в названии *май* уже содержится понятие «месяц»); *пять рублей денег* (слово *рубль* обозначает денежную, а не какую-либо другую единицу); *хронометраж времени* (слово *хронометраж* обозначает «измерение затрат времени на что-либо»; ср. *хронометраж трудовых процессов*); *свободная вакансия на медицинском факультете* (одним из значений слова *вакансия* является «свободное место в учебном заведении для учащегося», т.е. в приведенном выше сочетании *вакансия* может быть только «свободной»); *первая премьера* (*премьера* обозначает «первое представление театральной пьесы, оперы, балета и т.п.»); *памятный сувенир* (*сувенир* обозначает «подарок на память»).

В различных стилях речи широко используются фразеологические обороты — устойчивые словосочетания, образующие смысловое единство. Фразеологические обороты воспроизводятся точно, в том виде, в каком они закрепились в языке. Неоправданное разрушение фразеологизма противоречит литературной норме. Ср. встречающиеся в печати неправильные сочетания: *играет значение* (вместо *играет роль* или *имеет значение*, результат контаминации, т.е. смешения, двух последних оборотов: от первого заимствован глагол, от второго — зависимое имя существительное); *взять себе львиную часть* (вместо *львиную долю*); *приподнять занавес над этой историей* (вместо *приподнять завесу*); *красной линией проходит мысль* (вместо *красной*

нитью); качество изделий желает много лучшего (вместо оставляет желать лучшего).

3 Система и взаимодействие функциональных стилей

В рамках литературного языка выделяются две основные функциональные сферы: **книжная** и **разговорная речь**. В этих сферах литературного языка сформировались самостоятельные разновидности, получившие название *функциональных стилей*. Каждый функциональный стиль современного русского литературного языка — это такая его подсистема, которая определяется условиями и целями общения в какой-то сфере общественной деятельности и обладает некоторой совокупностью стилистически значимых языковых средств. В соответствии со сферами общественной деятельности в современном русском языке выделяют следующие функциональные стили: 1) научный, 2) официально-деловой, 3) газетно-публицистический, 4) художественно-литературный и 5) разговорно-бытовой.

Научный стиль зародился в античную эпоху, когда в языке начала создаваться научная терминология. Этот стиль применяется в устной и письменной речи для общения в сфере науки и техники, ориентирован на систематизацию знаний. Научному стилю присущи определенные языковые особенности: предварительное обдумывание, монологический характер высказывания, строгий отбор языковых средств. Научный стиль отличается тщательным отбором языкового материала (аргументов, фактов). Основная его функция — точная передача и доказательное изложение научной информации. Кроме того, научный стиль выполняет функцию активизации логического мышления читателя.

Для письменного изложения научных изысканий существуют различные **жанры**. Каждый жанр определяет цель и форму изложения результатов труда ученого:

- **реферат** содержит краткое изложение всех существующих письменных работ по выбранной проблеме;
- **доклад** готовится автором научного исследования для представления коллегам полученных результатов, часто он описывает научное открытие;
- **трактат (монография)** описывает научные взгляды ученого, его концепцию по поводу конкретного изучаемого явления;
- **диссертация** — результат авторского исследования проблемы, собственный взгляд ученого, который необходимо отстаивать в кругу коллег, доказать справедливость и объективность именно такого подхода к разрешению проблемы;
- **лекция** излагает общепринятые сведения о научном явлении и в зависимости от адресата, как правило, носит учебный или популяризаторский характер.

Официально-деловой стиль ориентирован на точную передачу деловой информации. Жанрами этого стиля являются: устав, закон, приказ, распоряжение, договор, инструкция, жалоба, протокол, рецепт, различного рода заявления, объяснительная записка, докладная записка, автобиография, анкета, статистический отчет и др. Для каждого типа документов характерно наличие стандартной внешней формы.

Деловой стиль характеризуется точностью, сжатостью изложения, использованием штампов: *довожу до вашего сведения, в рабочем порядке, согласно приказу, на основании вышеизложенного, в соответствии с постановлением, оплата гарантируется* и т.п.

Отличительной особенностью деловой речи являются употребление специфической лексики (*докладная записка, заявление, хода'тайство, получатель, заявитель, вышеизложенный*), отсутствие лексики ограниченного употребления (диалектизмов, просторечий), эмоционально окрашенной лексики. Все слова употребляются в прямом значении. Метафоры и устойчивые словосочетания (пословицы, поговорки) в деловом стиле неуместны. Широко

употребляются отыменные предлоги (*ввиду, в соответствии с..., в связи с..., вследствие* и др.), сложные союзы (*в связи с тем что, в силу того что* и др.).

Публицистический стиль — это функциональный стиль, который обслуживает широкую область общественных отношений: политических, экономических, культурных, спортивных и др. Он используется в средствах массовой информации (СМИ) — журналах, газетах, на радио и телевидении.

Основные функции публицистического стиля — информационная и воздействующая. Кроме того, публицистический стиль призван формировать мировоззрение читателя, решать просветительские, воспитательные и другие задачи. В публицистическом тексте не только содержится сообщение о чем-либо, но и выражается отношение автора к высказыванию.

Выделяются следующие **жанры** публицистического стиля: заметка, репортаж, интервью, отчет, передовая статья, очерк, эссе, памфлет, фельетон, рецензия и др.

Публицистический стиль характеризуется строгой логичностью изложения, точностью фактов (в этом публицистический стиль сходен с научным), а также эмоциональностью, что сближает публицистику со стилем художественной литературы. Внутрителиевые черты определяют лексические и грамматические особенности публицистики.

Отбор языковых средств в публицистике происходит исходя из задач информирования и воздействия, связанного с созданием у читателей (зрителей) определенного отношения к передаваемой информации.

В публицистических текстах используется лексика разных пластов: общественно-политическая, книжная (*свершение, сплоченность, единодушно, индустрия, гласность, оппозиция, пропаганда, общество* и др.), где особо можно выделить термины (*атмосфера, климат, азимут* и др.); разговорная (*молодчик, шумиха* и др.). Широко используются оценочная лексика (*военищина, кляузничать, деликатничать*), иноязычные слова (*тайм-аут* ('перерыв в спортивной игре'), *консенсус* ('соглашение'), *брифинг* ('короткая пресс-конференция для журналистов')), фразеологизмы (*загрести жар чужими*

руками, работать не покладая рук, холодная война, уровень жизни, народные избранники и др.) клише или речевые штампы (*важный шаг, достойный вклад, неуклонный рост* и т.п.), изобразительные средства языка, такие как эпитеты, метафоры, сравнения и др. (*бегущая по волнам памяти, луноликие представительницы среднеазиатских народов* и т.п.).

Художественно-литературный стиль — это стиль художественных произведений: рассказов, повестей, романов, пьес, стихотворений и т.д. Художественный стиль выполняет воздействующую и эстетическую функции. Он отличается образностью, выразительностью, эмоциональностью. Образность речи создается благодаря использованию писателями и поэтами ярких слов, т.е. слов, помогающих описать события, явления, рассказать о чем-либо. Слово переводит понятие в образ, чему помогают тропы и стилистические фигуры. **Тропы** основаны на переносном употреблении слов (метафоры, олицетворения, сравнения, эпитеты и др.), а **стилистическими фигурами** называются выразительные средства, образованные синтаксически (инверсия, риторический вопрос, риторическое обращение, антитеза, многосоюзие, бессоюзие и др.).

Пониманию замысла автора способствует и звучание текста. Большое значение для понимания стихотворного произведения имеют строй и ритмика стиха (его поэтические размеры: ямб, хорей, дактиль, амфибрахий и анапест). Звукопись — один из важнейших приемов поэтических текстов.

В филологии возник вопрос о существовании художественно-литературного стиля речи, некоторые исследователи полагают, что есть только индивидуальный стиль автора (идиостиль). Такая позиция связана с тем, что в художественно-литературном произведении могут быть использованы языковые средства всех стилей и даже диалектные, жаргонные и просторечные слова. Язык художественного произведения учит понимать и ценить родное слово, воспитывает чувство прекрасного.

Разговорно-обиходный стиль используется в неофициальной обстановке как в устной, так и в письменной речи.

Разговорная речь — это речь непринужденная, без специального, предварительного отбора языковых средств. Она создается в процессе говорения и зависит от ответной реакции собеседника (собеседников). Большую роль в звучащей речи играют интонация, логическое ударение, темп, паузы. Важную роль при произнесении и понимании разговорной речи играют жесты и мимика.

Отличительной чертой разговорного стиля являются неофициальный характер отношений между участниками общения, их непосредственное участие в разговоре. К разговорной речи предъявляются менее строгие требования, чем к другим стилям, но она имеет свои особенности как в лексике, так и в грамматике.

Основу лексики разговорного стиля составляют общеупотребительные, нейтральные слова. Они наиболее частотны в разговорной речи. В то же время встречаются разговорные и просторечные слова, имеющие в толковых словарях и словарях синонимов стилистическую помету: *обучение, преподавание, учение* — *выучка, учеба* (разг.); *столько* — *стока, столечко* (прост.), *столовая* — *столовка* (прост.). В свою очередь, слова, имеющие оттенок книжности, торжественности (*воздвигнуть, шествовать, единодушно, отчизна, ходатайство, декларация* и подобные), неуместны в разговорной речи.

Для разговорной речи характерно использование экспрессивной лексики: *домище, ножища, большущий, мальчонка, работага* и под.

Разговорный стиль имеет свои особенности и в грамматике. Так, к морфологическим особенностям относится прежде всего широкое использование местоимений, местоименных наречий, частиц, междометий. Например: *Ну, я пошел туда, ну... где мы вчера были, в общем, в парк; А какой вчера фильм шел? — Да какой-то детектив... даже толком не поняла, о чем там речь...; Шуку вчера поймал. Ого-го, какая...*

Синтаксис разговорного стиля предопределяется формой диалога. Поэтому в разговорной речи основной единицей общения являются короткие

простые предложения, среди которых наиболее частотны односоставные и неполные.

Многообразии жанровых разновидностей создается различной коммуникативной направленностью, т.е. целями общения. Именно цели общения диктуют выбор стилистических приемов, композиционной структуры речи для каждого конкретного случая. Каждый функциональный стиль речи характеризуется преобладанием определенного типа лексики: общеупотребительной (*верх, препятствие, бояться, прогнать, волноваться*), книжной (*вершина, преграда, опасаться, изгнать, тревожиться*) или разговорной (*макушка, поеха, трусить, выставить, психовать*).

Современное состояние языка характеризуется **«взаимодействием и взаимопроникновением стилей»** речи. Этот процесс связан в первую очередь с усложнением общественной жизни, описываемой языком. В современной языковой ситуации происходит процесс ослабления литературно-языковой нормы, в связи с этим описание функциональных стилей через перечни употребляемых в них языковых единиц (лексических, грамматических и др.) оказываются неубедительным, на первый план выходит коммуникативная установка текста. Текст строится из единиц языка соответствующих логике его построения и замыслу автора.

На месте словарно-грамматических списков, характеризующих суть стилевых явлений, возникает описание законов составления текстов и их типология.

За основание классификации разнообразных текстов можно принять стилевые установки, задающие не специфичные наборы средств выражения и приемы их конструирования, а специфичные направления их выбора из общего источника, т.е. общенационального языка.

В современных условиях исследователи предлагают рассматривать следующие **группы текстов**.

1 Книжные специальные тексты. Их основная функция — сообщение. Это тексты, рассчитанные на адресатов со схожим опытом, специально

подготовленных, например, представителей одной профессии. В текстах данной группы доминирует установка на объективную передачу информации. Отсюда использование терминов, сложных синтаксических конструкций, детально описывающих действительность, стремление уйти от всего личностного. К этой группе чаще всего относят научные, технические, деловые и юридические тексты.

2 Книжные неспециальные тексты характеризуются тем, что автор стремится в полной мере раскрыть свою индивидуальность и привлечь читателя. К книжным неспециальным текстам относятся публицистика и художественная литература, научно-популярная литература, дневники, воспоминания, личная переписка. Здесь представлено все языковое богатство, помимо коммуникативной функции неспециальные тексты ориентированы на функцию эстетическую.

3 Разговорные тексты воспроизводятся как непосредственно в живом общении, так и опосредованно, например, в электронной переписке. Основной формой разговорного текста является диалог. Между общающимися лицами создается установка на поддержание устойчивой ситуативной связи, при этом тема общения может быть практически любой. Для адресанта и адресата текстов этой группы очень важны непринужденная среда общения и личностный контакт в ней. Нормой можно считать общение между собеседниками с равным социальным статусом.

Для привлечения и удержания внимания собеседника используются все средства: от сниженной, экспрессивной лексики и языковой игры до смены темы и содержания общения. Для разговорных текстов характерны перебивы, неоконченные фразы, повторы, они сопровождаются мимикой и жестами.

4 Массово-коммуникативные тексты выполняют функцию информирования читателя или слушателя и воздействие на него. Цель общения условна, потому что участники общения (ведущий ток-шоу и телезрители, журналист и читатели, радиоведущий и слушатели) на самом деле разобщены, получатель информации — лицо неопределенное. Реальное общение в

массовой коммуникации заменяется его имитацией, подделкой. Постоянно возникающие и интенсивно повторяющиеся речевые штампы поддерживают устойчивость общения, но для сохранения экспрессии быстро сменяются новыми. Требование непрерывного контакта со всей полнотой реализуется, например, в реплике-штампе радиоведущих: «Оставайтесь с нами!»

4 Структура научного текста и устного выступления

Композиция текста – это схема организации и структурной упорядоченности целого текста (произведения), отражающая строение, соотношение и взаимное расположение его частей, членение на смысловые элементы, степень и характер выраженности этих элементов, порядок их следования и взаимосвязь между ними.

Понятие «композиция» традиционно используется для характеристики художественного произведения как целого со стороны его содержательной формы. В литературоведении композиция определяется как "построение художественного произведения, определенная система средств раскрытия, организации образов, их связей и отношений, характеризующих жизненный процесс, показанный в произведении" (*А.И. Ревякин*).

Композиция нехудожественных текстов обычно понимается как последовательность трех основных частей речевого сообщения: вступления, главной части и заключения. Можно говорить о структуре нехудожественного текста.

Вступление предполагает введение в тему и содержание текста, представление материала, постановку проблемы, конкретизацию аспекта ее рассмотрения и др. Нередко (особенно в публицистических и научно-популярных жанрах) введение преследует психологические цели, т.е. отражает стремление автора завладеть вниманием читателя (слушателя), вызвать его интерес, установить психологический контакт с аудиторией. С этой целью могут использоваться яркие образы, интересные, интригующие сообщения о

каких-либо фактах, парадоксальные суждения, проблемные вопросы, обращения к аудитории и др.

Главная (основная) часть содержит развитие концепции, намеченное вступлением. Здесь непосредственно и разносторонне раскрывается тема, решаются поставленные проблемы, сообщаются основные сведения. В этой части особенно важно соотношение общих и частных вопросов, абстрактных понятий и конкретных примеров, фактических и статистических сведений и т.п. В главной части автор излагает основной материал, в отношении которого выносится суждение или оценка; анализирует (отвергает или принимает) чужие суждения или оценки, предлагает свое понимание темы. Коммуникативное намерение субъекта речи реализуется посредством констатации, доказательства, опровержения и других способов аргументации, включающих тезис (основное положение, которое доказывается в процессе речи), аргументы (положения, которые приводятся в обоснование тезиса и истинность которых является доказанной независимо от тезиса, в качестве аргументов также используются проверенные научные положения, достоверные факты, аксиомы), демонстрацию (форму соотнесенности аргументов и тезиса). Важнейшая роль в основной части принадлежит тезису, его подтверждению или опровержению.

Существуют различные конструктивные приёмы организации текста в основной его части. Изложение может быть *ступенчатым* (автор последовательно переходит от одного аспекта темы к другому) и *концентрическим* (на протяжении всего текста автор несколько раз возвращается к сказанному, но на новом уровне).

В заключении обычно подводятся итоги, со всей определенностью формулируются выводы, суммируется сказанное, намечаются новые задачи и проблемы, требующие разрешения, содержатся призывы к аудитории и т.п.

Часто концовка представляет собой обобщающее предложение с обобщающим словом. Здесь могут быть и вводные слова, указывающие на законченность, завершенность, полную исчерпанность мысли (*наконец, так, следовательно, таким образом, одним словом и т. п.*). Существуют и другие

грамматические средства оформления концовки, например союз *и*, который может открывать последнее предложение текста или замыкать в нем ряд однородных членов.

Рассмотрим структуру текста на примере реферата. **Реферат** отражает главную информацию, содержащуюся в первоисточнике, новые сведения, существенные данные. Реферирование — это интеллектуальный творческий процесс, включающий осмысление текста, преобразование информации аналитико-синтетическим способом и создание нового (вторичного) текста.

Введение содержит обоснование актуальности выбранной темы – следует показать суть проблемной ситуации. Проблема в науке – это противоречивая ситуация, требующая разрешения. Такая ситуация возникает тогда, когда ни одна из теорий не может объяснить вновь обнаруженные факты. Следует рассказать о современном положении вещей, охарактеризовать изученность темы (назвать имена ученых, занимающихся рассматриваемыми вопросами).

Введение включает формулировку цели и задач работы. Цель – результат вашей работы. Например:

- разработка рациональной формы организации;
- разработка научно-практических рекомендаций;
- разработка методических подходов к организации системы кредитования;
- изучение теоретических основ принятия управленческих решений;
- обобщение опыта исследования систем реального времени.

Задачи – шаги, которые нужно предпринять для достижения цели, задачи выделяются с опорой на содержание работы и формулируются при помощи глаголов: *изучить, описать, установить, вывести форму, произвести расчет и др.*

Рассмотрим пример реферата на тему «Языковые нормы и Интернет».

Цель работы: изучить и проанализировать влияние Интернета на изменение языковых норм.

Задачи работы:

- дать определение терминов "русский литературный язык", "языковая норма";
- рассмотреть язык Интернета, используемый в социальных сетях;
- выяснить происхождение некоторых сленговых слов в интернет-общении;
- охарактеризовать влияние языка Интернета на подрастающее поколение;
- выявить пути повышения уровня грамотности носителей русского языка.

Во введении научной работы выделяют **объект и предмет исследования**. Объект исследования – это процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию. Предмет исследования – это то, что находится в границах объекта. Рассмотрим примеры.

1 *Объект: проблемы экономики и управления автотранспортным обслуживанием.*

Предмет: организационно-экономический механизм управления автотранспортным обслуживанием.

2 *Объект: система управления региональной кредитной кооперацией.*

Предмет: организация информационно-аналитической системы кредитной кооперации региона.

Исследование может вестись при помощи различных методов: наблюдение, сравнение, измерение, эксперимент.

Основная часть делится на параграфы и пункты. Реферат обычно объединяет информацию из разных источников, текст может быть организован на основе трех принципов.

1 **Принцип подчинения** - материал одного источника более подробно раскрывает одну из тем, затронутых в другом источнике, развивает и конкретизирует ее. Например, в одном источнике дается общая информация, а в другом описывается частный случай, приводится пример и т. д.

Более подробно этот вопрос рассмотрен в работе...; Детали этого процесса описаны (кем?)...; Конкретный пример этого явления проанализирован в статье... и т. д.

2 Принцип соединения — материалы двух источников раскрывают одноуровневые понятия, два разных аспекта темы, не пересекаясь между собой. Например, один источник сообщает об одной особенности явления, второй — о другой особенности, третий — о его причинах, четвертый — об изучении этого явления, о его применении и т. д.

Другой аспект этого явления рассматривается в работе...; Причины этого явления изучены автором в статье...; Исследованию перспектив развития этой проблемы посвящена работа... и т. д.

3 Принцип противопоставления — материалы двух источников представляют две точки зрения на одно явление, одну проблему. Например, *два объяснения одного явления, два метода решения одной проблемы (их нужно сопоставить, сравнить, сделать вывод и аргументировать его).*

Другую точку зрения на... высказывает (предлагает) автор в работе...; Другое объяснение... представлено в работе... и т. д.

Основная часть обычно содержит ссылки на источники информации, т.е. для реферата создается список использованной литературы и система обозначений, показывающая номер источника в списке, страницу, на которой помещена цитата. Например: [5, с.25], [Андреев, с.25].

В заключении работы формулируем выводы в виде связного текста или тезисов. Важно, чтобы в заключении не содержалось новой информации.

В заключении необходимо подвести общий итог работы (*таким образом, итак, анализ... показал, что...*), сформулировать выводы (*рассмотрение... позволяет сделать вывод о том, что...; изучение... дает возможность предположить, что...*). Выводы должны быть обоснованы.

Последняя часть — **список использованной литературы**.

Некоторые особенности следует учитывать при редактировании текста реферата. Реферат — жанр научного стиля речи, поэтому выбор языковых средств должен соответствовать требованиям научного стиля речи.

В произведениях научного стиля речи принято выражать свое мнение с помощью авторского «мы» и безличных конструкций (*рассмотрим, можно сделать вывод, следует отметить, необходимо отметить, нужно подчеркнуть, следует выделить, следует рассмотреть, как нам представляется, по нашему мнению* и т. д.).

При изложении точки зрения какого-либо автора необходимо использовать языковые средства реферативного изложения:

- ◆ *проблема рассматривается (где? кем?), исследуется, анализируется;*
- ◆ *данной проблеме посвящена работа (кого?);*
- ◆ *автор рассматривает, описывает, анализирует, исследует, выделяет, определяет., подчеркивает, уточняет, отмечает., сравнивает, обращает внимание на, предлагает, утверждает, высказывает предположение, мнение, подвергает критике, дает определение, характеристику, оценку, приводит данные, приводит пример, иллюстрирует, в качестве доказательства приводит следующие аргументы, приходит к выводу; в работе описан эксперимент., приведены данные, представлены доказательства, дано определение и т. д.*

Существует ряд правил оформления заголовков: не допускаются переносы; точку в конце заголовка не ставят; если заголовок состоит из двух частей, его разделяют точкой; заголовок и текст не должны оказаться на разных страницах, заголовок нельзя подчеркивать.

Реферат — письменный жанр, часто информацию, представленную в нем, требуется вить в устной форме. В этом случае следует написать доклад. Время, предоставляемое для доклада, регламентируется и может составлять от 5 минут до полутора часа. Чтобы отобрать необходимое количество информации, нужно учитывать, что одна страница текста (*12 шрифт, интервал 1,5*) в среднем читается за 2 минуты.

Доклад сообщает о результатах научной работы одного или нескольких исследователей, сочетая функцию передачи информации с функцией воздействия. Для того чтобы слушатели легче воспринимали текст на слух, автор-докладчик упрощает синтаксис: употребляет больше простых предложений, использует **парцелированные** («рубленые», «разорванные») **простые и сложные предложения и конструкции**. Это облегчает восприятие информации адресатом.

Доклад следует начинать с обращения (например, *уважаемые преподаватели и студенты*) и информирования о теме (*тема моего доклада:...*). Важно обозначить актуальность выбранной темы, цель и задачи исследования, отразить в основной части рассуждение, содержащееся в главах и параграфах реферата.

Для установления и поддержания контакта с аудиторией необходимо использовать специальные **контактоустанавливающие** средства. К ним относятся:

а) этикетные формулы приветствия, прощания, благодарности и т.д. (*Уважаемые коллеги! Разрешите мне..., Благодарю за внимание..., Позвольте мне на этом закончить*);

б) апелляция к предварительным знаниям слушателей (*Ну, вы прекрасно знаете..., Вы помните, что..., Вероятно, вам известно, что...*);

в) прямые призывы к сомышлению (*Вслушайтесь..., Представьте себе..., Давайте предположим..., Давайте вместе подумаем...*);

г) прямые вопросы аудитории (*Вы согласны со мной!*).

Для облегчения восприятия выступления используют специальные **метакоммуникативные** (комментирующие собственную речь) средства, которые служат для аудитории ориентирами восприятия речи. Метакоммуникативные средства выполняют следующие функции:

- членение выступления на части (*Я начну с..., Моей сегодняшней задачей является..?*);

- переход к новой теме (*Я перехожу ко второму вопросу*);

- введение цитаты, иллюстрации (*Я приведу конкретный пример...*);
- характеристика речи (*Я кратко остановлюсь на...*).

Текст доклада должен содержать выводы по материалам исследования. При подведении итогов повторяют основную мысль. В зависимости от жанра выступления концовка может включать в себе призыв к аудитории, благодарность, предложение и т.д. Заключение — очень важная часть выступления, потому что именно она лучше всего запоминается. Именно поэтому не рекомендуется заканчивать выступление извинением («*Извините, если утомил(а) вас!*», «*Простите за сумбуренность, времени было мало, я не успел(а) все рассказать*»). Не стоит ничего дополнять после того, как вы уже сделали вывод, это разрушает впечатление законченности вашего выступления.

Учебная аудитория - коллективный адресат. Выступающий учитывает подготовленность и знание темы, свойственное аудитории, настроение и особенности внимания. В устной научной речи следует использовать более простые предложения, чем в письменной. Для убедительной и уверенной подачи информации доклад может сопровождаться презентацией.

5 Коммуникация в организации: корпоративные СМИ

Профессиональное общение предусматривает несколько составляющих:

- лингвистическая компетенция (знание терминологии и особенностей стиля профессиональной речи);
- коммуникативная компетенция (умение общаться, умение налаживать целесообразные отношения с участниками производственного процесса);
- поведенческая компетенция (соблюдение этических норм и требований этикета).

Важными элементами здесь являются владение нормами литературного языка, умение эффективно отбирать языковые средства в соответствии с целями коммуникации, владение правилами речевого воздействия. Формирование коммуникативной компетенции технического специалиста

предполагает также знакомство с профессиональной средой и лексикой, распространенной в ней. Процесс коммуникации в организации предусматривает реализацию личных качеств, использование возможностей коллектива и применение информационных технологий.

В любой организации существуют и продуктивно используются как минимум два коммуникативных канала — официальные и неофициальные средства общения. Это коммуникации — устные (информационные сообщения, совещания, «летучки», «пятиминутки» и т.д.) и письменные (заметки, записки, инструкции, задания, приказы, распоряжения и т.д.). В более крупных организациях в качестве каналов коммуникации используют: внутрикорпоративные печатные средства распространения информации — газеты; информационные листки новостей; информационно-справочные публикации для менеджеров (или управленческие публикации); ежегодные отчеты организации; стенгазеты, доски объявлений и наглядной агитации; внутрикорпоративные системы оповещения (радио, телевидение, видео и пр.); Интернет (электронная почта); собрания, конференции и встречи трудового коллектива с руководителями; слухи и т.д. Наличие или отсутствие всех этих видов внутренних коммуникаций является показателем культуры внутриорганизационных отношений и формирует образ организации в глазах ее сотрудников. Эффективно использовать все эти каналы коммуникации помогает система «public relations».

Понятие «public relations» (PR) часто переводят как связи с общественностью. Общественность или целевая группа может предполагать как внешнюю, так и внутреннюю среду организации. Соответственно в современной теории и практике **под связями с общественностью понимается** процесс установления доверительных взаимоотношений на основании своевременного и полного информирования. Сегодня связи с общественностью предполагают в первую очередь налаживание каналов коммуникации, по которым пойдет сообщение, подготовку сообщения с точки зрения целевой аудитории, т.е. коллектива предприятия или отдела. Связи с общественностью

предполагают прежде всего последовательную долгосрочную работу, нацеленную на создание и поддержание репутации компании или отдельно взятого человека, а также преодоление различных проблем, проявляющихся в коммуникативном пространстве организации (снижение эффективности деятельности сотрудников, преодоление барьеров в общении и конфликтных ситуаций, сложностей, связанных с появлением новых сотрудников или реорганизацией, улучшения психологического климата и воспитание корпоративной культуры общения [3, с. 22].

Взаимоотношения администрации с сотрудниками являются важной частью PR. При этом используются все виды каналов: это радио, газеты, журналы, живое общение. Внутриорганизационная коммуникация осуществляется при помощи листовок новостей, внутрикорпоративных газет, досок наглядной агитации и объявлений, информационных стендов, собраний, совещаний, организацию культурных и просветительских мероприятий.

Рассмотрим подробнее наиболее часто используемые в большинстве отечественных организаций внутрикорпоративные каналы коммуникации — **корпоративные СМИ, в частности корпоративные газеты.**

Современные корпоративные СМИ принято рассматривать как один из главных инструментов бизнес-коммуникаций. Газета становится неким объединяющим ресурсом, способствующим консолидации сотрудников предприятия, определяющим фактором в формировании корпоративной культуры. Газета помогает созданию позитивного имиджа организации как ведущей социально ответственной и «прозрачный» бизнес.

А.С. Быкадорова отмечает: «**Корпоративная пресса** – развивающаяся система принадлежащих частным или государственным организациям печатных изданий (журналов и газет), которые выполняют функцию информирования определенной аудитории (сотрудников, партнеров, клиентов или потребителей услуг организации) о деятельности, сфере интересов и влияния организации» [2, с. 3]. Отсюда ключевые **особенности корпоративных СМИ:** ориентированность на значимые для развития

компаний аудиторные группы (сотрудники, партнеры, реальные и потенциальные клиенты, инвесторы и другие), характер редакционной политики, выбор тем, особенности подачи информации. Д.А. Мурзин считает, что объективность корпоративной прессы принципиально ограничена интересами корпорации, а их повестка напрямую зависит от интересов компании [2, с. 7]. Редактор в данном случае выполняет часть функций специалиста по связям с общественностью.

Корпоративные издания безусловно следует относить к журналистике, так как любое СМИ (в том числе и корпоративное) стремится создать качественный, интересный и востребованный медийный продукт, а достичь этого можно лишь понравившись читателю. Несмотря на то, что корпоративные издания ставят перед собой маркетинговые цели, без приемов и методов классической журналистики газета или журнал не будут вызывать интерес аудитории [2, с. 4]. Обычно внутреннюю газету определяют как некоммерческое издание, выпускаемое организацией для поддержания контакта с сотрудниками и с заинтересованной широкой общественностью за пределами организации. Так называемые «многотиражки» настолько сильно отличаются друг от друга — размерами, стилем, шрифтами и пр., что их легче классифицировать по составу читателей. Они издаются для внутреннего пользования, для распространения за пределами организации или для этих двух групп читателей одновременно. Иногда в некоторых организациях считают целесообразным издавать два вида фирменных печатных изданий: для распространения среди сотрудников (для внутреннего пользования) и для внешней среды компании.

Внешний вид информационных материалов может быть выполнен в виде тематических форматных сборников или отдельных самостоятельных листовок. Выпуск по конкретной тематике (новости рынка, новые проекты, персонал) может, например, окрашиваться в свой собственный цвет. Распространение листовок по подписке позволяет сотрудникам отдела по связям с общественностью выяснить рейтинг того или иного вида информации у

сотрудников; актуальность поднятых вопросов; заинтересованность сотрудников, занятых (упомянутых?) в информации, содержащейся в листках и пр. Листки могут также распространяться по принципу «прочитал — передай другому» или адресно руководителям структурных подразделений. Кроме того, они могут выкладываться в нескольких местах в специальных лотках открытого доступа, где сотрудники могут их свободно получать. Листок новостей должен выходить регулярно, в установленные и заранее известные (определенные в приказном порядке) сроки и в заданном объеме. Для сотрудников, упомянутых в подобных информационных бюллетенях, это должно быть дополнительным мотивационным событием. Они должны его ждать с нетерпением. Листок должен служить важным средством управленческой коммуникации и одновременно — мощным орудием в руках подразделения, регулирующего взаимоотношения между сослуживцами компании. Для повышения эффективности воздействия важно также постараться предусмотреть механизм обратной связи, чтобы он обеспечивал двустороннюю коммуникацию, выражая не только позицию руководства фирмы, но и мнения других сотрудников.

Редактору листка приходится решать ряд проблем. Отбор информационных фактов, событий, поводов и прочего должен фокусироваться на организационных стратегиях и управленческих целях. Необходимо освещать организационные изменения — реструктуризацию, поглощения, изменения в структуре и иерархии менеджмента, перестановки в руководстве компании и т.д. Статьи должны отражать события во всех месторасположениях и отделениях организации, так же как и показывать различные типы людей, занятых в организации. Во многих корпоративных СМИ заметно смещение акцента в сторону топ-менеджмента как главного героя эфира и публикаций в газете и на сайте. В сетке вещания преобладают фильмы о руководстве и практически отсутствуют материалы о сотрудниках. Эта проблема может быть решена за счет взаимодействия сайта и газеты, принадлежащих организации. Материалы в разных источниках не должны быть одинаковыми, для создания гармоничной информационной среды стоит использовать различные жанры,

тематические выпуски и страницы. Если газета будет заниматься только вопросами корпоративной культуры, то она будет скучной, как бы оригинально ни подавались материалы. Поэтому в газете должны быть статьи и на более общие темы, интересующие сотрудников и связанные с их профессиональной деятельностью.

Если говорить о **системе жанров**, используемых в корпоративных СМИ, то большую часть материалов, как правило, составляют журналистские жанры: репортажи, фоторепортажи, новостные заметки, аналитические статьи, интервью, очерки и другие. Жанры, распространенные в пиаре (байлайнеры, пресс-релизы, биографии, кейс-стори) также используются, однако реже и обычно менее эффективно. С точки зрения особенностей и отбора выразительных средств языка корпоративные медиа выделяются из общего ряда, так как тексты обладают некоторыми специфическими свойствами. Исследователи отмечают особенности дискурса и формирования информационной повестки дня [1, с. 10].

Внутрифирменные издания не должны быть лозунговыми и заумными. Их язык обязан быть доступным и не нравоучительным. PR-тексты, различаясь по форме, жанру, структуре и коммуникативным задачам, имеют ряд общих черт и признаков, которые отличают их от других текстов массовой информации, в частности журналистских и рекламных.

Любой PR-текст характеризуется рядом признаков:

— краткость и ясность;

— простота изложения, сочетающаяся с использованием общеупотребительных и нейтральных слов литературного языка, за исключением тех случаев, когда необходимо использование специальных терминов и сложных названий;

— отказ от частого использования прилагательных и наречий, которые загромождают текст, в некоторых случаях следует отказаться от использования причастных и деепричастных оборотов;

— активное использование глаголов и существительных придает тексту динамизм и облегчает его восприятие получателем (сотрудник организации, журналист, редактор или непосредственно представитель общественности);

— краткие и ясные предложения не должны содержать более одной идеи или образа (средняя длина предложения не должна превышать 20 слов, оптимальная длина предложения составляет 12-15 слов);

— ритм текста создает сочетание предложений, имеющих определенную длину (одинаковая длина предложения создает ощущение монотонности, наиболее удачным ритмом, т.е. чередованием предложений разной длины, считается «длинное» - «короткое» — «очень короткое» — «немного длиннее»).

Главной задачей корпоративных СМИ является создание в коллективе чувства единой семьи, укрепление доверия к руководству, разъяснение политики организации, привлечение работников к сотрудничеству с администрацией, пробуждение у них интереса к делам организации. Корпоративные СМИ имеют множество перспектив развития. Продолжится формирование тематических направлений региональных корпоративных газет и журналов. Отмечается гендерная сегментация читательской аудитории. С учетом развития современной техники можно предположить ситуацию, при которой корпоративные СМИ будут изготавливаться в расчете на конкретных 5-10 человек, получающих доступ к изданию в смартфоне или планшете. При этом сам издатель будет продолжать создавать универсальный информационный продукт, а читатель через систему фильтрации и интеллектуальную систему формирования контента будет получать конечный продукт, полностью соответствующий его интересам [1, с. 16].

6 Жанр внутриорганизационного PR-проекта

Одна из главных целей связей с общественностью — формирование и текущая информационная поддержка ее позитивного имиджа компании, фирмы или организации. Это осуществляется путем налаживания и поддержания

общественных связей с различными целевыми группами, например, представителями деловых кругов, органов власти, СМИ, потребителями и сотрудниками. Связи, направленные во внешнюю среду, включают мероприятия по первоначальному и последующему позиционированию в деловой среде. Так называемый "**внутренний пиар**" направлен на формирование у сотрудников "корпоративного духа" и предполагает проведение комплекса мероприятий, направленных на формирование имиджа (разработку символики, создание истории фирмы, функционирование фирменных СМИ, проведение мероприятий, посвященных значимым событиям корпоративной, государственной, общественно-культурной жизни) [11, с. 7].

В процессе формирования и поддержания внутренних связей с общественностью реализуются различные **PR-проекты**. Результатом реализации PR-проекта становятся хорошие отношения на работе и высокий уровень производительности труда.

Цель PR-проекта определяется проблемой, возникшей в организации.

Среди задач внутрикорпоративного PR-проекта могут быть следующие:

- создание атмосферы доверия между нанимателем и служащим;
- организация потока информации;
- обеспечение удовлетворенности своим статусом и участием в общем

деле для каждого сотрудника;

- обеспечение работы без конфликтов;
- создание здорового окружения;
- достижения успеха для предприятия;
- поддержание оптимизма в отношении будущего.

Корпоративные PR-проекты являются важной частью развития организационной культуры, а поэтому в их планирование и реализацию должны вовлекаться представители высшего и среднего менеджмента, а иногда и все сотрудники.

Первоначально PR-проект оформляется как текстовый документ, формулирующий цель и задачи деятельности, описывающий методы и способы

работы для решения какой-либо проблемы, предусматривающий план мероприятий [9, с. 21].

PR-проект – это мероприятие в области связей с общественностью, направленное на достижение определенных результатов, имеющее определенные сроки и ресурсы. Как и любой другой проект, PR-проект должен иметь цели, задачи, временные рамки (сроки выполнения), план реализации. Рассмотрим некоторые этапы планирования и разработки PR-проекта.

1. Создание стратегии PR-проекта.
2. Определение целевой аудитории.
3. Создание общей концепции PR-проекта.
4. Подготовительный этап и выбор формата.
5. Разработка бюджета PR-проекта.
6. Оценка разработанного PR-проекта.
7. Подготовка места проведения PR-проекта (при разработке мероприятий).
8. Организация работы с поставщиками и подрядчиками (персонал, артисты, полиграфические центры и др.).
9. Комплексная работа со средствами массовой информации.
10. Реализация PR-проекта, контроль каждого этапа.
11. Подведение итогов, качественная и количественная оценка эффективности.

Каждый из этих этапов должен быть зафиксирован документально, т.е. требуется составить текст, служащий инструкцией для достижения поставленных целей.

PR-проект — это официально-деловой текст, содержащий элементы различных жанров и определяющий план деятельности организации в сфере связей с общественностью (внутренней и внешней).

PR-проект должен иметь поставленную цель и задачи, исходя из которых строится деятельность в сфере связей с общественностью. Документ указывает на методы (способы действия) и формы проведения мероприятий. В PR такими

методами являются технологии Public Relations. Методы имеют определенные формы реализации. В “публик рилейшнз” этих форм множество и их число постоянно растет. Это обусловлено тем, что это специфическая деятельность предполагает свободу в выборе форм, подключение фантазии.

Учебный PR-проект в рамках дисциплины «Русский язык и культура речи» может представлять собой план мероприятий для формирования корпоративной культуры общения и популяризации следующих тем: «Русский язык в деловом общении», «Этикет в деловом общении», «Владение речью – основа взаимопонимания», «Положение русского языка в мире». Для реализации PR-проекта следует разработать тексты выступлений в рамках какого-либо мероприятия, проекты тематических стендов и презентаций, информационные листки или брошюры, сообщения для сайта или газеты по итогам мероприятия и др.

Приведем пример PR-проект, разработанного студенткой второго курса.

PR-проект для строительной компании «ДОМ»

Характеристика компании (коллектива и ситуации)

На долю группы компаний «ДОМ» за 2015 год приходится 40% в общем объеме жилья, введенного в эксплуатацию в Рязани, или 23% в общем объеме жилья, введенного в эксплуатацию в Рязанской области в целом.

Цель PR-проекта: формирование образа организации как члена социума путём обеспечения коммуникации во внешней и внутренней среде.

Задачи:

- создание благоприятного психологического климата в организации;
- формирование информационной политики (потока информации относительно определенных тем);
- разрешение и предотвращение кризисных ситуаций;
- распространение рекламных и информационных сообщений об организации (разработка структуры оповещения).

Методы:

- исследовательские, связанные со сбором, обработкой и анализом информации;
- планирующие, связанные с определением целей, задач и разработкой плана мероприятий по их реализации;
- организаторские, заключающиеся в участии специалиста в реализации намеченных мероприятий.

Планируемый результат проекта:

- повышение уровня лояльности и мотивации персонала, а значит, и эффективности его деятельности;
- создание позитивного имиджа компании в глазах сотрудников, который повлияет на имидж компании во внешней среде, так как персонал является одним из каналов трансляции информации вовне.

Таблица 1 - Планируемые мероприятия и их тематика

№	Сообщение	Канал	Частота
1	Перечень целей фирмы	Доска объявлений, собрание менеджеров среднего звена для обсуждения, собрание по отделам	Три раза в месяц
2	Сообщение о создании миссии, ее участниках и текст миссии	Газета, доска объявлений	Еженедельно
3	Конкурс «Лучший сотрудник месяца» (определяется непосредственным руководителем подразделения)	Доски объявлений в отделах	Один раз в месяц

Продолжение таблицы 1

4	Выставки (лучший способ для организации заявить о себе, показать своё преимущество среди конкурентов)	Публичное место (выставочный центр, конференц-зал в офисе и др.)	Один раз в месяц
5	Пресс-конференция (представляет собой результативную личную встречу представителей организации с журналистами)	Конференцзал	Один раз в 3 месяца
6	Пресс-ланчи (представители СМИ получают уникальную возможность встречи с руководителями фирмы в неформальной обстановке)	Ресторан	Один раз в полгода
7	Презентации с сообщением о результатах, которых достигла фирма. Следует отметить индивидуальный вклад сотрудников)	Конференцзал	Один раз в месяц
8	Экскурсии (в данном случае сотрудники получают возможность посетить с профессиональными целями объекты, это способствует формированию сплоченности коллектива)	Различные архитектурные музеи и постройки	Один раз в 3 три месяца

Работа со средствами массовой информации — это залог успешного проведения PR любой компании. Причина этого очень проста: масс-медиа являются наиболее универсальным и доступным посредником между

организацией и общественностью. Иначе говоря, во многом только благодаря журналистам мы можем донести до общественности позитивную информацию об организации. Работа со СМИ в текущем году будет включать размещение сообщений в региональных СМИ.

Заключение

Во всех сферах деятельности людей используется языковая (вербальная) коммуникация. В условиях, когда все чаще продаются не вещи, а новые идеи и информация, роль точной и выразительной речи возрастает.

Формирование цифровой экономики и распространение сферы опосредованного общения создают особые условия для развития языковой личности. С одной стороны мы наблюдаем свободу формы подачи информации, выработку новых жанров и изменение стилистических норм, с другой — оказывается, что создать текст, способный воздействовать на аудиторию в соответствии с целью, может только грамотный человек, хорошо владеющий письменной речью. Свобода влечет за собой ответственность и необходимость глубокого проникновения в специфику общения во внутренней и внешней среде организации. Эту тенденцию отражают корпоративные СМИ.

Корпоративные СМИ позволяют увидеть различные языковые процессы и явления: функционирование техницизмов и корпоративного сленга на фоне литературного языка, перспективы развития СМИ и общения в сфере массовой коммуникации.

Русский язык как средство коммуникации продолжает развиваться и формировать новые специфические черты.

Вопросы для самоподготовки

- 1 Культура речи как особая наука. Культура речи и общество.
- 2 Понятие языка и речи. Понятие коммуникативной языковой компетенции.
- 3 Языковая норма как основа, обеспечивающая коммуникацию.
- 4 Орфоэпические и акцентологические нормы современного русского 5 литературного языка.
- 5 Грамматические нормы (употребление имен существительных, имен прилагательных, имен числительных в речи).
- 6 Грамматические нормы (употребление местоимений, глаголов в речи, порядок слов в предложении, согласование сказуемого с подлежащим, согласование определений).
- 7 Лексические нормы.
- 8 Аспекты культуры речи: нормативный, коммуникативный, этический.
- 9 Русский литературный язык. Диалект. Жаргон. Просторечие.
- 10 Коммуникативные качества речи.
- 11 Формы и сферы существования языка.
- 12 Система функциональных стилей русского литературного языка.
- 13 Взаимодействие функциональных стилей.
- 14 Характеристика разговорного стиля речи.
- 15 Особенности публицистического стиля речи.
- 16 Язык художественной литературы.
- 17 Речь как показатель социального статуса говорящего.
- 18 Качественная речь.
- 19 Изменения в русском языке последних десятилетий.
- 20 Ответственность за нарушение норм публичного речевого общения.
- 21 Коммуникативные техники ведения диалога. Невербальные сигналы в общении.
- 22 Общая характеристика книжной речи.

- 23 Жанровая дифференциация, отбор языковых средств в публицистике. Речевая агрессия в СМИ.
- 24 Сфера функционирования, видовое разнообразие, языковые черты официально-делового стиля.
- 25 Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи.
- 26 Унификация языка документов. Речевой этикет в документе.
- 27 Язык и стиль распорядительных и инструктивно-методических документов.
- 28 Язык и стиль коммерческой корреспонденции.
- 29 Реклама в деловой речи. Особенности языка рекламы.
- 30 Особенности составления резюме.
- 31 Научный стиль. Особенности научной речи. Конспект. Реферат.
- 32 Особенности устной публичной речи. Виды красноречия. Подготовка речи.
- 33 Оратор и его аудитория. Виды аргументов.
- 34 Ведение полемики.
- 35 Устная научная речь.
- 36 Фактор адресата в устной научной речи.
- 37 Русская разговорная речь.
- 38 Культура телефонного разговора.
- 39 Особенности общения в Интернете.
- 40 Корпоративные СМИ: суть деятельности, языковые особенности.
- 41 Жанры, используемые корпоративными и СМИ
- 42 Структура PR-проекта

Список использованной литературы

- 1 Быкадорова, А. С. Типология региональной корпоративной прессы (на примере юга России): автореф. дис. канд. филол. наук / А. С. Быкадорова — Воронеж, 2015. — 23 с.
- 2 Витковская, Н.Г. Понятие корпоративных СМИ и основные подходы к их систематизации // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. — №3. — Том 2, 2017. — С. 9—18.
- 3 Загородников, А.Н. Управление общественными связями в бизнесе / А.Н. Загородников — М.:КНОРУС, 2011. — 288 с.
- 4 Игнатьева, Т.В. Языковая игра в художественной литературе: автореф. дис. канд. филол. наук / Т.В. Игнатьева. — Вологда, 2012. — 22 с.
- 5 Клушина, Н. И. О городской речевой среде ... [электронный ресурс]. — Русская речь. — №1. — 2017. — Портал «Русская грамота». — gramota.ru
- 6 Кронгауз, М. Лекция «Я не граммар-наци, но...» [электронный ресурс].— Портал «Русская грамота» — gramota.ru
- 7 Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика / И.Н. Кузнецов — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. — 332 с.
- 8 Панова, М.Н. Русский язык в сфере государственного управления и литературная норма. — Русская речь. — №3. — 2017. — С. 33-39.
- 9 Розенталь, Д.Э. Справочник по правописанию и литературной правке / Д.Э.Розенталь; под ред. И.Б. Голуб. — М.: Айрис пресс, 2012. —368 с.
- 10 Сидорова, Т.И. Университетское телевидение как инструмент формирования корпоративной культуры вуза: автореф. дис. канд. филол. наук / Т. И. Сидорова — Воронеж, 2015. — 22 с.
- 11 Шарков, Ф.И. Паблик рилейшнз / Ф.И. Шарков — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. — 408 с.

Учебное издание

**ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ
В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Учебное пособие

Подписано в печать. Тираж 25 экз.

Рязанский институт (филиал) Московского политехнического университета

390000, г. Рязань, ул. Право-Лыбедская, 26/53