

Министерство образования и науки РФ
Ярославский государственный университет им. П. Г. Демидова
Кафедра теории и практики коммуникации

Л. Г. Антонова

Профессиональные жанры речи

Практикум

*Рекомендовано
Научно-методическим советом университета для студентов,
обучающихся по направлению Филология*

Ярославль
ЯрГУ
2014

УДК 801.161.1(072)
ББК Ш100.5я73
А72

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2014 года*

Рецензент
кафедра теории и практики коммуникации
Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова

Антонова, Любовь Геннадьевна.
А72 Профессиональные жанры речи : практикум / Л. Г. Антонова. — Ярославль : ЯрГУ, 2014. — 108 с.

Практикум включает материалы для самостоятельного изучения и систему коммуникативно-творческих заданий для домашней работы в курсе «Профессиональные жанры речи».

Курс посвящен одной из ключевых проблем современного коммуникативного пространства — аналитическим опытам с профессионально значимыми формами речи. В ходе обучения поэтапно формируются основные умения личности, компетентной в определении жанровой специфики, в анализе и интерпретации продуктов современной профессионально значимой для филолога коммуникативной практики.

Предназначен для студентов, обучающихся по направлению 45.04.01 (032700.68) Филология (дисциплина «Профессиональные жанры речи», цикл М2), очно-заочной формы обучения.

УДК 801.161.1(072)
ББК Ш100.5я73

© ЯрГУ, 2014



Тема 1. Основные понятия теории жанра

Задание 1

Познакомьтесь с **основными характеристиками понятия «жанр»**.

- Вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей (К. Ф. Седов)

- Мы говорим только определенными речевыми жанрами, то есть все наши высказывания обладают определенными и относительно устойчивыми типическими формами построения целого. Мы отливаем нашу речь по определенным жанровым формам, иногда штампованным и шаблонным, иногда — гибким и пластичным и творческим... Эти речевые жанры даны нам почти так же, как нам дан родной язык (М. М. Бахтин)

- Жанры — средство формализации коммуникации — переходное явление между языком и речью. Горизонт ожидания для слушающих и модель построения для говорящих (С. Гайда)

- Жанры приносят в речь и коммуникацию системность, стандарт и семиотическое начало (Э. Бенвенист)

- Знание жанровых канонов обеспечивает идентификацию жанра получателем, то есть ориентировку в речевом событии, активизацию соответствующего сценария, хранящегося в долговременной памяти, настройку на определенную волну... включение соответствующей установки. Перцептивной и деятельностной... возможность прогнозирования... В основе РЖ лежат устойчивые типичные комбинации определенных значений параметров коммуникативной ситуации» (К. А. Долинин)

- Жанр как форма социального взаимодействия (В. К. Салимовский)

- В ходе своего социального становления личность «врастает» в систему жанровых норм. В свою очередь, эта система «врастает»

в сознание говорящего индивида по мере его социализации, определяя уровень его коммуникативной (жанровой) компетенции, влияя на характер его дискурсивного мышления (К. Ф. Седов)

На основе представленной информации подготовьте мини-реферат на тему: «Подходы к характеристике жанровой модели и их обоснование». Сопроводите информационные материалы визуальными знаками — слайдами, содержащими краткую информацию об отдельных характеристиках жанровой природы высказывания.

Задание 2

Познакомьтесь с основными моделями представления жанровой формы высказывания. Обратите внимание на каждый параметр оценки в жанровых моделях; соотнесите их с содержательными характеристиками жанровой формы высказывания. Как вы понимаете метафорический контекст терминологии, используемый при характеристике жанра: «анкета», «паспорт», «сценарий»?

«Анкета» жанра (Т. В. Шмелева)

Коммуникативная цель

Образ автора

Образ адресата

Диктум

Фактор прошлого

Фактор будущего

Формальная организация

(+ Языковое воплощение)

Сценарий жанра (А. Вежбицка)

Думаю (ставлю задачу)

Оцениваю твой опыт (мотивация адресата)

Делаю (говорю, творю)

Обобщаю (возвращаюсь к своей задаче и мотивации адресата)

Типы жанровых форм

Первичные и вторичные

Элементарные и комплексные

Риторические и повседневные

Субжанры

Гипержанры

Жанроиды

Какой **визуальный образ** (визуальную графическую метафору) можно выбрать для передачи **специфики жанровой формы высказывания**?

Задание 3

Существует несколько подходов к характеристике жанровых форм речи, в основу которых положены **разные принципы**:

- По **исходной информации**, на которой создается жанровая модель: «*первичная*» или «*вторичная*» информация положена в основу при оформлении жанровой модели.

Вторичные жанры: конспект, реферат, тезисы, обзор, отзыв, рецензия.

- По **функционально-культурному контексту**, в котором данная жанровая форма создается:

- жанры публицистики (заметка, статья, хроника, интервью, репортаж, эссе...)

- жанры деловой речи (заявление, резюме, расписка, протокол, договор, оферта, рекламация...)

- жанры научной речи (тезисы, статья, доклад, диссертация, монография...)

- жанры обиходной практики (речевые акты и события: извинения, просьбы, порицания, поздравления...)

- жанры профессиональной речи (рекламный ролик, рекламная статья, пресс-релиз, бэкграундер, байлайнер, вопрос — ответ...)

- По **интенциональному признаку** — ключевой стратегии, которая реализует намерение:

- информационные жанры (сообщение)

- аналитические жанры (убеждение и обоснование)
- воздействующие (гедонистические: развлечение и мотивация)
- комплексные (смешанные)

При описании определенной жанровой модели необходимо обращать внимание на **все основания для классификационной характеристики** жанровой формы.

Приведите свои примеры (2–3) жанровых видов высказывания, функционирующих в разных типах речи, и назовите основные *классификационные характеристики* выбранного жанра.

Задание 4

4.1. Аналитические упражнения на основе текстов определенного жанра. Ниже представлены три текста. Определите их жанровую принадлежность на основе внешних признаков жанра: сферы использования, типа адресата, интенции автора.

Выберите один из жанров и проведите многокомпонентный анализ жанровой формы высказывания, с опорой на «анкету» жанра, представленную в задании 2.

Оформите письменное жанровое описание выбранного для анализа текста.

Текст 1

Как правильно критиковать

Критика — это не умение вовремя сказать гадость, а целое искусство, призванное что-то улучшить или усовершенствовать. Как донести свою мысль, не обидеть человека и при этом добиться результата, мы расскажем в этой статье.

Что такое критика? Это детальный разбор полетов. Критика нам нужна для того, чтобы улучшить имеющийся проект, отношения и другие нужные в быту, личной жизни или на работе вещи. Кажется бы, критика должна быть во благо. У нас же хорошие намерения — сделать как лучше, однако зачастую критика выходит нам боком. Обиды, недопонимание — обычное дело. Люди склонны считать, что критика, направленная в их адрес, всегда несправедлива.

Поэтому критиковать нужно всегда только по делу. Но имейте в виду, что даже в этом случае она может восприниматься болезненно. В науке конфликтологии есть целый раздел «Критика». Едкая критика разрушила не одни отношения. Чтобы с вами этого не произошло, не поленитесь прочитать наши советы.

Правила конструктивной критики

1. Главное отличие конструктивной критики от обычной — не просто указание на промахи, а с прицелом на то, как исправить имеющиеся ошибки и не допустить их в дальнейшем. Имейте в виду, что обвинение — это не только юридический термин, но и часть критики. В конструктивной же критике они просто недопустимы. Помните о трех китах грамотной критики — позитив, конструктив и результат.

2. Сформулируйте свои мысли, используя местоимение «я» вместо «ты». «Я-сообщения» — это излюбленный прием психологов (от этого не менее актуальный). Итак, вместо того чтобы сказать: «Ты завалил проект», скажите: «Я считаю, ты не справился с проектом». Чувствуете разницу? Положа руку на сердце, от этого проект не оказался менее провальным, но оппоненту гораздо легче это принять, что очень важно.

3. Не обобщайте, даже если вы помните университетский курс высшей математики вкупе с курсом логики. Не стоит выражаться следующим образом: «Вы никогда не доводите дело до конца». Обсуждайте конкретную ситуацию: «В этот раз проект оказался недовершенным до конца». Дома это правило также работает.

4. Думайте о результате. Чего вы хотите добиться? Если вам нужно, чтобы отчет был написан к завтрашнему утру — это одно, а если вы хотите, чтобы человек систематически делал красочные и высокотехнологичные презентации — это другое. Исходите из долгосрочных целей и планов. Часто хорошие отношения — залог отлично выполненной работы. Но фамильярность здесь ни при чем. Перед тем как критиковать, задайте себе следующие вопросы (не обязательно вслух): «Я хочу обидеть человека?», «Я хочу добиться справедливости или результата?», «Я хочу поупражняться в остроумии или хочу просто выразить свою мысль?».

5. Не сравнивайте собеседника с другими людьми. Фраза «А Петя делает лучше, а Коля зарабатывает больше и уже стал большим начальником» — залог того, что человек, которого вы критикуете, заработает кучу комплексов.

Как правильно критиковать?

Не родились еще такие сотрудники, которых не нужно было бы критиковать. Но чтобы критиковать приходилось как можно реже, следуйте нашим советам.

1. Похвалите. Как известно, доброе слово и кошке приятно. Эта поговорка в офисе тоже работает. Вот только коллеги не всегда такие милые, как котята из вашей френд-ленты. Прежде чем критиковать, обязательно похвалите. Ученые доказали, что на каждый пункт критики, должно быть два пункта похвалы. Пример: «Спасибо, что подготовили пресс-релиз вовремя. Вы проделали большую работу и собрали качественный материал. Да, это рекламный материал, но, может быть, сделаем его более живым?». Итак, ваши медоточивые речи достигли своей цели, ваш подчиненный или коллега, ничего не подозревает, расслаблен и готов к диалогу. Переходите сразу ко второму пункту.

2. После похвалы важно не сказать «но», хотя оно так и произойдет. Этот союз перечеркивает весь хвалебный эффект ваших фраз. Так, если вы говорите «отличный проект, но вот бюджет на него требуется такой, что мы не потянем», подчиненный будет слышать только то, что проект не подходит. Имейте это в виду и заменяйте «но» на «и», «а», «хотя». «Однако» — это то же, что «но», поэтому нам не подходит.

3. Бизнес-коучи считают, что самая лучшая критика — это вопрос. Когда вы похвалили, спросите, можно ли было сделать что-то по-другому. «Если бы у вас было больше времени на этот отчет, что бы вы в нем изменили?». «Мне очень нравится 1, 10, 18 пункты вашей презентации. А по вашему мнению, какой самый удачный пункт? А неудачный?» Вызовите подчиненного на диалог — так вы узнаете его мнение. Эффективно и довольно просто!

4. Опирайтесь конкретными фактами. Если хвалите, найдите парочку реальных достижений и хвалите их, а не восторгайтесь

проектом вообще. Правило работает и в другую сторону. Ругаете — ругайте отдельные вещи, а не «ужасный проект, все переделывать, и вообще, набрали дураков по объявлению». Поменьше лирики, побольше дела. Хотите увидеть результат, укажите на вещи, требующие доработки. Ваши подчиненные не телепаты, намеки в таком деле не нужны. И не забывайте про запрет на употребление слов «всегда», «никогда».

5. Не переходите на личности. Пусть критике подвергаются проекты, презентации, отчеты, макеты, а вот сам подчиненный должен оставаться неприкосновенным. У вас же действительно нет к нему никаких претензий?

6. Не переходите на крик. Этим вы показываете свое бессилие. Доброжелательность и готовность вместе исправить возможные промахи в работе делают из вас хорошего руководителя, а не просто руководителя-критикана. Излишняя эмоциональность сведет на нет все ваши усилия. Следите за своим тоном и интонациями. Нейтральные слова, сказанные раздраженным тоном, перестают быть нейтральными. Замечания выражайте в максимально корректной форме.

7. Несмотря на ошибки и промахи, на которые вы указали, полезно подчеркнуть свою уверенность в том, что в следующий раз работа будет выполнена на совесть и ваш подчиненный справится. «Заранее спасибо за хорошую работу» — фраза, которая должна прописаться в вашем лексиконе, если вы хотите получать качественную работу, выполненную аккуратно и в срок. «Я считаю вас добросовестным сотрудником и жду от вас хороших результатов. Вы справитесь». Это действительно важно — верить не только в свои силы, но и в возможности подчиненных.

8. Ваши замечания не должны носить негативный характер. Сравните две фразы: «Почему ты не пришел на совещание вовремя?» и «Мне хочется, чтобы ты не опаздывал на важные мероприятия, так как я не могу начать обсуждать серьезные вещи». Первая фраза заставляет сразу перейти в оборонительную позицию и начать оправдываться («Я опоздал, потому что...»). Вторая объясняет, почему важно приходить вовремя, и в следующий раз сотрудник приложит все усилия, чтобы не опоздать, несмотря

на обстоятельства. Во второй фразе есть сообщение о ваших ожиданиях на будущее, а разве не этого вы добивались?

9. Привычка публично отчитывать взрослого человека (впрочем, как и ребенка), а ваш подчиненный именно взрослый человек, ни к чему хорошему не приведет. Массовка в виде коллег хороша во время бизнес-ланча, а в важном процессе под названием «критика» лучше действовать с глазу на глаз. Вы и критикуемый в приватной обстановке (подойдет ваш личный кабинет) и без свидетелей сконцентрируетесь на недочетах и сможете, не привлекая к себе лишнего внимания, обсудить все важные моменты.

10. Войдите в положение другого человека. «Я понимаю, как тяжело вам дался этот макет», «Я уверена, вы приложили много сил и времени, чтобы закончить его». Чувствуете, как с языка хочет сорваться частичка «но»? Подумайте вместе, как и в какой срок можно исправить ошибки. Всегда отмечайте пусть маленькие, но достижения. Приятнее и намного легче критиковать «головокружение от успехов», чем систематические недочеты в работе.

(По материалам журнала «Карьера». 2014. № 4. С. 45)

Текст 2

Способы урегулирования конфликтов

Конфликтные ситуация являются важным аспектом рабочего пространства. Конфликт — это ситуация, когда интересы, потребности, цели или ценности вовлеченных сторон сталкиваются друг с другом. Конфликт является распространенным явлением в рабочей среде. У разных участников могут быть разные приоритеты; конфликты могут возникать между членами команды, отделами, проектами, организацией и клиентом, начальником и подчиненным, нуждами организации и личными нуждами. Часто конфликт — это результат восприятия. Является ли конфликт плохим явлением? Не обязательно. Нередко конфликт предоставляет возможность для улучшения. Таким образом, важно понимать (и применять) различные техники урегулирования конфликтов.

Принуждение

Также известно как конкуренция. Человек решительно отстаивает свою точку зрения, вопреки сопротивлению другого человека. Это может включать продвижение одной точки зрения за счет другой или поддержание сопротивления действиям другого человека.

Примеры, когда насилие может быть уместным

- В определенных ситуациях, когда все другие, менее принудительные методы, не работают или не эффективны.
- Если вам нужно отстоять свои права, противостоять агрессии и давлению.
- Когда необходимо принять быстрое решение и использование силы оправдано (например, при угрозе жизни, в целях остановить агрессию).
- Как последнее средство разрешения длительного конфликта.

Возможные преимущества насилия

- Может обеспечить быстрое решение конфликта.
- Возрастает чувство собственного достоинства и вызывает уважение, когда стойкое сопротивление было ответом на агрессию или враждебные действия.

Некоторые факторы против насилия

- Насилие может в конечном итоге отрицательно повлиять на ваши отношения с оппонентом.
- Может вызвать такую же реакцию оппонента, даже если он изначально не был настроен на насилие.
- Нельзя воспользоваться достоинствами сторонами оппонента.
- Такой подход может потребовать много энергии и истощать силы некоторых людей.

Взаимовыгодная ситуация (сотрудничество)

Также известна как конфронтация проблемы или решение проблемы. Сотрудничество включает попытку работы с другим

человеком для нахождения взаимовыгодного решения проблемы — того, которое устроит обе стороны. Взаимовыгодный подход рассматривает решение проблемы, как возможность прийти к обоюдovыгодному результату. Он включает определение основных нужд оппонентов и нахождение альтернативы, которая будет удовлетворять нужды сторон.

Примеры, когда сотрудничество может быть уместным

- Когда важна согласованность и обязательства других сторон в среде сотрудничества.
- Когда необходимо обратиться к интересам нескольких заинтересованных сторон.
- Когда достигнут высокий уровень доверия.
- Когда важны длительные отношения.
- Когда вам необходимо работать, не испытывая тяжелых чувств, неприязни и т. д.
- Если вы не хотите нести полную ответственность.

Возможные преимущества сотрудничества

- Приводит к решению актуальной проблемы.
- Приводит к взаимовыгодному результату.
- Укрепляет взаимное доверие и уважение
- Закладывает фундамент для эффективного сотрудничества в будущем.
- Коллективная ответственность как результат.
- Вы приобретаете репутацию хорошего участника переговоров.
- Для вовлечённых сторон результат разрешения конфликта менее стрессовый (тем не менее процесс нахождения и принятия взаимовыгодного решения может быть очень тяжелым — смотрите факторы «против»).

Некоторые факторы против сотрудничества

- Требуеt обязательства с каждой стороны для поиска обоюдopриемлемого решения.
- Может требовать больше усилий и времени, чем некоторые другие методы.

- Взаимовыгодное решение может быть не очевидным.
- По той же причине сотрудничество может быть непрактичным при согласовании сроков и при необходимости принять быстрое решение или найти быстрый ответ.
- Когда стороны или одна из них теряет доверие оппонента, обращаются к другим методам разрешения конфликта. Таким образом, все вовлеченные стороны должны приложить усилия для поддержания сотруднических взаимоотношений.

Компромисс

Компромисс нацелен на поиск целесообразного и взаимовыгодного решения, которое хотя бы частично удовлетворяет обе стороны.

Примеры, когда компромисс может быть уместным

- Когда цели имеют умеренную важность и не стоят использования более агрессивных методов, таких, как принуждение или сотрудничество
- Для достижения временного урегулирования сложных вопросов, для принятия целесообразных решений по важным вопросам.
- В качестве первого шага, когда вовлеченные стороны хорошо не знают друг друга или еще не достигли высокого уровня обоюдного доверия.
- Когда сотрудничество или принуждение не работает.

Возможные преимущества компромисса

- Более быстрое решение вопроса. Компромисс может быть более практичным, когда время является показателем.
- Может обеспечить временное решение, во время поиска взаимовыгодного решения.
- Снижает уровень напряжения и стресса, который возникает при конфликте.

Некоторые факторы против использования компромисса

- Может привести к ситуации, когда обе стороны не удовлетворены результатом (ситуация, где оба проиграли).

- Не способствуют установке доверительных отношений в итоге.
- Может потребовать тщательного контроля выполнения всех договоренностей.

Отклонение

Также известно как «избегание». Это происходит, когда человек не преследует свои личные цели или цели оппонента. Он не прибегает к конфликту, отступает в сторону, откладывает или просто уклоняется.

Примеры, когда отклонение может быть уместным

- Когда проблема тривиальна и не стоит усилий.
- Когда есть более важные проблемы и у вас нет времени решать эту проблему.
- В ситуациях, где отсрочка с ответом идет вам на пользу, например если сейчас не время и не место решать данную проблему; если вам нужно время, чтобы подумать и собрать информацию, перед тем как действовать (т. е. если вы не готовы или вас застали врасплох).
- Когда вы не видите возможности решения вашей проблемы или вам необходимо приложить неоправданные усилия.
- Если вы имеете дело с враждебностью.
- Когда вы не в силах уладить конфликт (т. е. если вы слишком вовлечены эмоционально или другие могут справиться с этим лучше).

Возможные преимущества отклонения

- Когда оппонент вызывает / предпринимает попытки агрессии, вы можете отклонить или отсрочить свой ответ, пока не окажетесь в более благоприятной ситуации.
- Отклонение — это подход с низким уровнем стресса при коротком конфликте.
- Предоставляет возможность / время сфокусироваться вместо этого на более важных проблемах.
- Дает вам время лучше подготовиться и собрать информацию перед действием.

Некоторые факторы против отклонения

- Может привести к ослаблению или потере вашего положения; бездействие может быть расценено как соглашение. Использование стратегии отклонения без негативного действия на положение требует определенных навыков и опыта.

- Если вовлечено несколько сторон, отклонение может негативно повлиять на ваши взаимоотношения со стороной, которая ожидает от вас действий.

Сглаживание

Также известно как приспособление. Сглаживание является приспособлением к проблеме или другим людям прежде всего вместо решения собственных проблем.

Примеры, когда сглаживание может быть уместным

- Когда важно обеспечить временное облегчение от конфликта или выиграть время, пока вы не окажетесь в лучшем положении, для того чтобы ответить.

- Если проблема для вас настолько же не важна, как и для другой osoby.

- Когда вы соглашаетесь с тем, что вы не правы.

- Когда у вас нет выбора или если продолжение конкуренции окажет негативное влияние.

Возможные преимущества сглаживания

- В некоторых случаях сглаживание может помочь защитить более важные интересы и отказаться от менее важных.

- Дает возможность пересмотреть ситуацию под другим углом зрения.

Некоторые факторы против сглаживания

- Существует риск злоупотребления, т. е. оппонент может постоянно пытаться использовать вашу тенденцию к сглаживанию/приспособлению. Таким образом, важно сохранять правильный баланс, а это требует некоторых навыков.

- Может негативно повлиять на вашу уверенность в возможности отвечать агрессивному оппоненту.
- Делает более сложным переход к взаимовыгодному решению в будущем.
- Некоторым из ваших сторонников может не нравиться подход сглаживания, и они могут отвернуться от вас.

(По статье Левиной А. // Карьера. 2014. № 5. С. 23–24)

Текст 3

Хорошие и плохие приметы офисного мира

Пожалуй, у каждой компании есть собственный офисный фольклор — от страшилок про черного завхоза, сгинувшего после очередного корпоратива, но регулярно возникающего из небытия, чтоб попугать новобранцев, до трогательной приметы про «беременный» стул, посидев на котором сотрудницы без промедления отправляются в декретный отпуск.

И офисные страшилки, и местечковые необъяснимые знаки, конечно, весьма забавны, но речь сегодня не о них, а о приметах, общих для разных компаний.

На собеседование — с правой ноги!

Если встал с левой ноги и надел рубашку наизнанку....

Уже при первом знакомстве с компанией-работодателем не стоит перечить устоявшимся приметам. Так, вставшие в утро собеседования с левой ноги или надевшие наизнанку рубашку (платье) вряд ли могут рассчитывать на успешный исход встречи. Но мы — оптимисты: никто не запретит нам рассматривать эти приметы как своеобразные сигналы опасности, приняв которые во внимание нужно лишь изменить тактику поведения. К примеру, надетая наизнанку одежда — свидетельство вашего волнения, излишнего драматизирования предстоящей встречи, что, конечно же, не придаст вам уверенности на интервью. Значит, надо успокоиться, сделать дыхательную гимнастику или просто вспомнить какое-либо из своих профессиональных достижений.

Звонок мобильного и старые джинсы...

Да и сам процесс собеседования так же оброс всевозможными приметами. К примеру, звонок сотового, раздающийся из кармана соискателя, — это очень плохая примета. Как и решение явиться на интервью в любимых рваных джинсах («Но ведь Ковальчук забил канадцам победную шайбу, когда я был в них!»). Увы, «джинсовая магия» оказывается побеждена магией офисного этикета.

Сел в мягкое кресло — сел в лужу на собеседовании...

Еще одна плохая примета — мягкое кресло в кабинете, где проходит интервью. «Мягкое кресло — жесткий разговор». И действительно, сидя на собеседовании в мягком кресле, можно расслабиться и пропустить подвох в вопросе коварного рекрутера. А кто-то из соискателей, утопая в подушках злосчастного кресла, будет комплексовать от того, что сидящий на стуле интервьюер возвышается над ним и подавляет. Опять же достаточно трудно сохранить невозмутимость и представительность, выкарабкиваясь по окончании разговора из объятий мягкого кресла...

Если зависить зарплатные ожидания...

Нельзя забывать и о хороших приметах. К примеру, интервью закончится для вас успешно, если, говоря о своих зарплатных ожиданиях, вы назовете сумму, чуть больше той, на которую на самом деле рассчитываете. И действительно, когда в процессе «торга» вы согласитесь снизить цифру, работодатель будет пребывать в счастливой уверенности, что он удачно сэкономил и вы — выгодное приобретение для компании.

Почему разговор о размере зарплаты под запретом

Еще одна офисная мудрость гласит: «Новоприбывший, да не засвети размер своей зарплаты! Ибо это очень плохая примета». И тут уж не поспоришь! Ведь среди ваших коллег наверняка найдутся те, кто вспомнит, что он, будучи новобранцем, получал намного меньше. И даже не примет в расчет инфляцию, когда возьмется за пилу, чтоб подпилить ножку вашего стула.

На чей стул сядешь, тем и станешь

Кстати, раз уж мы упомянули стул, можно вспомнить также и ряд примет, связанных с этим предметом офисной мебелировки. Так, если пересесть на стул (кресло) ушедшего на повышение коллеги, можно достичь не менее впечатляющих карьерных высот. Тогда как занимать место уволенного неудачника не самая лучшая идея. Как и решение позаимствовать забытые им вещи, будь то степлер или шариковая ручка.

Правило «счастливой» ручки...

К слову, плохая примета — потерять «счастливую» ручку, которой подписывались знаковые для жизни компании документы. Такие ручки бережно хранят и расчехляют лишь для подписания наиболее важных бумаг.

О порог споткнуться — в деле промахнуться!

Принято считать, что, если при входе в кабинет начальника споткнешься о порог, жди беды. Впрочем, доброжелатели уверяют: если затем постучать каблуком об этот злосчастный порог, ничего плохого не случится. Но это сработает только в том случае, если ваш шеф предпочитает чечетку совещанию.

Посидеть в кресле начальника — к успеху

А вот если вам представится возможность посидеть в кресле начальника или просто потрогать его стол, обязательно воспользуйтесь ею — считается, что это хорошо скажется на вашем карьерном росте. Стоит ли говорить, что все эти манипуляции желательно проводить в отсутствие самого шефа!

Таким образом, следуя старым добрым приметам, но не забывая и о здравом смысле, можно не только избежать подводных камней офисного быта, но и придать положительный импульс своей карьере.

(По материалам журнала «Карьера». 2014. № 6. С. 15–16)

4.2. Аналитико-конструктивные упражнения на основе текстов определенного жанра. Выберите один из текстов, представленных в предыдущем упражнении.

Разработайте ситуацию репрезентации данной информации:

- Какой целевой аудитории он может быть адресован?
- Как данная информация может быть интерпретирована (видоизменена)?
- Предложите жанровую интерпретацию данного материала и свое оформление (новое пространство для данной информации). Используйте возможности интернет-коммуникации, теле- или радиовещания, специализированных (профильных) изданий.
- Подготовьте новый информационный продукт для презентации в аудитории.
- Представьте данный материал в письменной форме.

4.3. Конструктивные упражнения на основе текстов определенного жанра. Выберите один из текстов, представленных в предыдущем упражнении. Подготовьте его для устного пересказа: выделите тематические и смысловые опоры, составьте композиционную схему.

Разработайте ситуацию репрезентации данной информации в определенной аудитории; охарактеризуйте ситуацию общения, выберите нужную жанровую форму высказывания. Подготовьте устный текст.

Задание 5

Выберите коммуникативно целесообразные жанровые формы высказываний для решения задач эффективного общения в следующих ситуациях.

Ситуация 1. Вы обнаружили, например, что в вашем недавно отремонтированном офисном помещении не всё благополучно: появились надписи на стендах, сломанные стебли у цветов в горшках на окне, небрежность в деловых документах, лежащих

на столах сотрудников. Вам необходимо призвать к порядку своих коллег, используя возможности высказывания определенного жанра. Выберите нужную жанровую форму и составьте текст (устный или письменный).

Ситуация 2. Вам нужно собрать участников клуба «Деловой английский» на интересную встречу с иностранным гостем. Подготовьте высказывание в необходимом жанре и предложите устный и письменный его варианты.

Ситуация 3. Вы не смогли выполнить деловое поручение администрации (подготовить бумаги, дозвониться до шефов, подписать договор со спонсорами). У вас есть уважительные причины, «оправдывающие» невыполнения порученного.

Аргументируйте свою позицию и предложите компромиссное решение; не забудьте о долговременных контактах. С учетом этих особенностей ситуации общения составьте письменный и устный текст определенного жанра.

Ситуация 4. Вы придумали повод, чтобы поднять настроение своих коллег в конце напряженной трудовой недели. Выберите оригинальную жанровую форму для такой ситуации общения. С учетом особенностей ситуации общения составьте письменный и устный текст.



Тема 2. Обиходно-разговорные жанры речи

Задание 1

В статье Т. В. Тарасенко «Этикетные речевые жанры: опыт описания» предлагается подробная характеристика наиболее востребованных этикетных жанров (см.: Тарасенко Т. В. Этикетные речевые жанры: опыт описания (на примере описания жанра поздравления) // Жанры речи. Саратов, 2003. С. 34–35).

Внимательно прочитайте статью, подготовьте опорный конспект.

Будьте готовы дать **анализ основных разновидностей этикетных жанров, характерных для бытовой сферы общения**. Приведите примеры подобных жанров из собственной коммуникативной практики. **Подготовьте письменную версию вашего ответа.**

Задание 2

В статье С. В. Шаталовой «Особенности траурной эпидейктической речи» (см.: Шаталова С. В. Особенности траурной эпидейктической речи // Коммуникативные исследования. Ярославль, 2009. С. 45–48) рассматривается такой востребованный жанр повседневного бытового общения, как **эпидейктическое высказывание**.

Эпидейктическая речь — это так называемая «речь на случай», речь торжественная, произносимая в коммуникативных ситуациях особого рода: на юбилеях, других торжественных актах. К эпидейктическому красноречию относятся юбилейная речь, приветственная речь, застольная речь, благодарственная речь, надгробная речь.

2.1. Внимательно прочитайте выдержку из статьи С. В. Шаталовой «Особенности траурной эпидейктической речи» и будьте го-

товы назвать основные особенности такой разновидности эпидейктической речи, как траурное этикетное высказывание.

Надгробные речи по-другому называются **траурными, или речами-соболезнованиями**. Как и иные эпидейктические речи (поздравления, тосты), они содержат похвалу лицу по особому случаю и соотнесенность биографии данного лица с культурно-социальным контекстом, к которому оно имеет отношение, — это особого рода портретная характеристика в рамке современного историко-культурного периода.

Исследователи пишут, что соболезнования часто выражаются публично и совмещают торжественный и официальный тон выражения. С близкими друзьями в такие минуты мы просто рядом, иногда почти без слов утешения. Официальные же соболезнования оформлены стилистически высокими фразами типа: *«Примите мои соболезнования, Прошу принять мои глубокие соболезнования...»*.

Проанализируем современные примеры траурной эпидейктики с точки зрения соответствия речи торжественности момента, который диктует выбор композиции, стиля, средств выразительности, используемых адресантом для реализации своего намерения.

В качестве образца траурной речи может выступать «Обращение Владимира Путина к гражданам России» по поводу смерти первого Президента РФ Бориса Николаевича Ельцина.

Начинается «Обращение» с **констатации факта** смерти, ухода из жизни конкретного человека, но с обязательным указанием на историко-культурный, социально-исторический контекст его деятельности: *«Умер Борис Николаевич Ельцин — первый Президент России. С этим званием он навсегда вошел в историю страны и всего мира»*.

Затем В. В. Путин перечисляет, что было сделано этим человеком, какой страна стала благодаря Б. Н. Ельцину: описываются заслуги человека в профессиональной сфере, дела, которые характеризуют первого Президента как выдающегося политика нашего времени.

«Ушел из жизни человек, благодаря которому началась целая эпоха. Родилась новая, демократическая Россия — свободное,

открытое миру государство. Государство, в котором власть действительно принадлежит народу. Сила первого Президента России заключалась в массовой поддержке его идей и устремлений гражданами страны.

Благодаря воле и прямой инициативе Бориса Ельцина была принята новая Конституция, провозглашавшая права человека высшей ценностью. Она открыла людям возможность свободно выражать свои мысли, свободно выбирать власть в стране, реализовать свои творческие и предпринимательские планы. Эта Конституция впервые позволила начать строительство реальной, эффективной Федерации».

Как видим, **фактологический строй высказывания** поддержан **аргументативным строем**, оформлен с использованием **абзацного членения**; торжественность создают книжные эпитеты, высокие оценочные обороты.

Далее В. В. Путин объясняет, каким человеком был Б. Н. Ельцин, какими личностными качествами он обладал, за что его ценили окружающие.

«Мы знали Бориса Николаевича как мужественного и при этом сердечного, душевного человека. Это был прямой и смелый национальный лидер и при отстаивании своих позиций всегда был предельно откровенен и честен.

Борис Ельцин брал на себя полную ответственность за все, к чему призывал, к чему стремился, за то, что пытался сделать и делал ради страны, ради миллионов россиян. Все беды, все невзгоды России, трудности и проблемы людей он неизменно пропускать через себя».

Прием противопоставления позволяет оттенить «общественное» и «личное» в характеристике человека; **прием лексического повтора и использование рядов однородных членов** обеспечивает полноту и насыщенность информативного строя при краткости изложения; информационная емкость достигается **использованием единиц дейксиса** — местоименных конструкций с обобщающим значением.

Затем второй Президент России выражает соболезнования семье и близким умершего: *«Я выражаю самые искренние,*

глубокие соболезнования Наине Иосифовне, родным и близким Бориса Николаевича. Мы скорбим вместе с вами».

Использование риторических фигур **субъективации** и **солидаризации** в одном контексте создает необходимый в данном эпидейктическом высказывании смысловой контекст «торжественной приобщенности» и «объединенности» в минуты скорби и «осознание утраты».

В заключение В. В. Путин говорит еще несколько слов о первом Президенте России, о том, что этот человек останется в нашей памяти навсегда: *«Мы сделаем все, чтобы память о Борисе Николаевиче, его благородные помыслы, его слова «Берегите Россию!» всегда служили нам нравственным и политическим ориентиром. 25 апреля 2007 года объявляю Днем общенационального траура».*

Принятая эпидейктическая традиция торжественного обещания и клятвенного заверения перед лицом или событием, обладающим ритуальным статусом, действует и в этом фрагменте текста: в использовании лексики семантических групп «память», «помыслы», «нравственные ориентиры», форм будущего времени.

Таким образом, **композиция** траурной речи включает **вступление**, в котором констатируется факт смерти, ухода из жизни какого-либо человека как утрата, потеря в контексте историко-культурной памяти, в социально-нравственном смысле. За вступлением следует **похвала**: прославляются поступки, дела, личностные качества, выражается благодарность человеку. При этом «прошедшее» оценивается как значимое и значительное. **В заключении** траурного эпидейктического высказывания содержится не только пожелание об упокоении и о вечной памяти умершего, но и совет-рекомендация слушателям, чтобы «делам и добродетелям» усопшего последовали. Слова соболезнования семье и близким усопшего могут произноситься как в конце, так и в начале речи.

Приведем пример: *«Уважаемая Наина Иосифовна! В этот понедельник мы все понесли действительно невосполнимую утрату. Трудно и горько осознать, что первого Президента России, нашего земляка, которого мы помним и уважаем, больше нет среди нас. (...) Держитесь, Наина Иосифовна, в эту скорбную*

минуту наша поддержка, наше искреннее человеческое сочувствие и сочувствие всей России с Вами. И пусть слабым и недостаточным, но все-таки утешением послужит то, что такие, как Борис Николаевич, нас не покидают — они принадлежат не только нам, но и истории, и в истории остаются навечно».

Стиль официальной траурной речи — торжественный, печальный, преобладает «Вы»-общение (местоимение «я» почти не употребляется: *«мы скорбим»*, *«мы помним»*), средств интимизации речи нет или крайне мало, что придает высказыванию официальное звучание, социально значимый тон. Усиление эмоционального эффекта достигается чаще всего за счет различного рода повторов, иногда сравнений, метафор.

В целом современная траурная эпидейктическая речь следует традициям надгробных речей XIX в.: она сохраняет набор стандартных компонентов, формул соболезнования и обращения к памяти и совести собравшихся (*«выражаю глубокое (искреннее), соболезнование»*, *«помним, скорбим»*, *«хотим заверить»*); синтаксический и интонационный строй, как и в классических речах, подчинен торжественности момента.

Найдите в интернет-ресурсах примеры траурной эпидейктики и будьте готовы дать комплексный анализ жанровых и стилистических особенностей выбранных примеров высказываний.

2.2. К числу эпидейктических высказываний относятся и жанры **поздравления и благодарности**.

Прочитайте информацию о данных жанрах. Составьте описание (анкету) жанра поздравления и благодарности.

Бытовое поздравление как жанр находится на границе, пролегающей между официальной и бытовой речью. В этом и заключается основная причина трудностей для коммуникантов: при создании поздравления адресанты используют формулы, шаблоны и клише, характерные для официального поздравления, и в результате этого текст становится сухим, неэмоциональным. Понимая это, коммуниканты, как правило, пытаются привнести нечто свое, индивидуальное, пытаются сделать свое поздравление

запоминающимся для адресата, адресант использует самые разнообразные вербальные и невербальные средства, поскольку поздравление как жанр требует передачи личного отношения, выражения эмоционального настроя.

Жанр **благодарности** так же, как и соболезнование, четко прописан в плане речевого этикета. Официальную благодарность выразить «легко» с помощью определенных формул, и данные примеры нередко предлагаются даже в газетно-журнальной публицистике. В бытовой практике же благодарность, как пишут многие исследователи, может не выражаться. Русский человек вообще «не любит быть благодарным». Вот почему обычно часто используются самые распространенные и традиционные формулы благодарности (характерные и для официальной речи), и свое отношение к тому или иному лицу люди чаще выражают невербально, используя вещественный символ — подарок.

Задание 3

3.1. Познакомьтесь с теоретическим материалом о письменных жанрах обиходно-разговорной сферы. На основе представленного материала **подготовьте реферативное сообщение о жанровых особенностях личного эпистолярия**; для организации информационного и познавательного диалога используйте слайд-сопровождение.

Письменные жанры обиходно-разговорной сферы общения

К письменным жанрам обиходно-разговорной сферы общения принято относить записи личного плана, типа дневниковых, личный эпистолярий и записки личного содержания. В жанрах обиходно-разговорной речи основная коммуникативная задача — общение. В каждом отдельном случае основная целеустановка может иметь более конкретный характер: обеспечить поддержку и дружеское участие; поделиться впечатлениями об увиденном или услышанном; поразмышлять наедине с самим собой или приобщить к раздумьям своего адресата.

Для письменных речевых жанров обиходно-разговорной речи характерны непринуждённость, естественность тона изложения, наличие индивидуально-авторской оценки событий и фактов; организация диалога с реальным или воображаемым собеседником.

Письменные жанры обиходно-разговорной сферы не имеют, как правило, жёсткой, стандартизированной структуры. Они строятся с учётом эпистолярных традиций или традиций дневниковой прозы, содержат известные всем коммуникантам композиционные части, но в то же время всегда предполагают свободную форму изложения, возможность варьирования, объединение компонентов внутри одной записи, «текучесть, размытость традиционной формы» (М. П. Брандес) в зависимости от авторской воли.

Личные письма выполняют традиционные для этой древней формы речевой практики функции: сообщения, уведомления, поздравления, поддержки и т. п.

Эпистолярный жанр возник, как известно, в связи с необходимостью входить в речевое общение при отсутствии непосредственного контакта. В отличие от контактного, непосредственного устного общения, через письмо осуществляется дистантное монологическое общение. При этом письмо как жанр требует особого учёта адресантом ответного восприятия адресатом. За многовековую историю существования жанр письма приобрёл особую форму, свою композицию и структуру. Выделяются несколько типов письма в зависимости от ситуации общения, целевой установки текста, тематики писем, степени стандартизации текста. Разные ситуации общения предполагают разные виды писем.

В зависимости от цели написания они могут быть классифицированы следующим образом:

- письма-повествования (описательные): письмо-сообщение, письмо-извещение, письмо о жизни, делах, событиях и т. п.;

- побудительные письма: письмо-приглашение, письмо-просьба, письмо-требование, письмо-запрос, письмо-совет, письмо-предостережение и т. п.;

- эмоционально-оценочные письма: письмо-жалоба, письмо-утешение, соболезнование, письмо-упрёк, письмо-оправдание, письмо-одобрение и неодобрение и т. п.;

- этикетные письма: письмо-поздравление, письмо-благодарность, письмо-извинение, контактоустанавливающие письма и т. д.

Целевая направленность письма (если всё письмо подчинено одной теме) или части письма микротекста (если письмо многоплановое) формулируется вводными фразами текста, которые являются фразами-клише в официальном письме и довольно устойчивыми сочетаниями (блочными клише) в неофициальной корреспонденции.

В личной коммуникативной практике языковой личности встречаются почти все разновидности эпистолярного жанра. Но особое место занимают письма-сообщения, письма-со-размышления и письма-поддержки. Рассмотрим их особенности.

Жанровые признаки эпистолярных высказываний

<i>Предмет речи</i>	<i>Основное намерение</i>	<i>Жанровые особенности</i>
События жизненной практики через призму собственного «я»	Сообщить об интересном	Письмо-сообщение. «Эпистолярный» диалог — основа письма. Разговорность, непринуждённость
Проблемный вопрос, требующий «дидактической критики»	Пригласить к соразмышлению. Предложить материал для проблемного диалога	Письмо-соразмышление. «Эпистолярная полемика», публицистичность, доказательность, аргументированность
Морально-этическая проблема, событие, поступок, предложения для обсуждения адресатом	Оказать поддержку, помочь разобраться, дать квалифицированный совет	Письмо-поддержка. «Эпистолярное наставление» («увещевание») Доказательность, аргументированность, критическое описание конкретного опыта, вопросно-ответная оформленность, скрытая дидактичность

3.2. Выберите, с опорой на современный социокультурный контекст или ваш личный опыт, 2–3 ситуации общения, которые дают возможность (или «ставят перед необходимостью») **оперативного использования жанров личной переписки**.

Подготовьте варианты писем данной жанровой разновидности.

Используя материал таблицы «Жанровые признаки эпистолярных высказываний», проведите **комплексный анализ полученных материалов**.

Задание 4

В современной практике коммуникации в бытовой сфере общения активно используются **электронные средства переписки**. Ниже представлена **статья М. В. Борисовой «SMS-сообщения как речевой жанр»**.

4.1. Внимательно прочитайте статью, подготовьте опорный конспект. Будьте готовы **объяснить основные особенности такой разновидности личного эпистолярия, как SMS-послание**. Особое внимание обратите на особенности **языкового оформления высказывания**.

Подготовьте вариант **устного непринужденного монолога-объяснения особенностей SMS-коммуникации и возможностей ее применения** в личной практике языковой личности.

SMS-сообщения как речевой жанр

SMS (Short Message Service) — это услуга, которая позволяет посылать и принимать текстовые сообщения с помощью мобильного телефона. Каждое сообщение может содержать до 160 символов. SMS-сообщения поступают в сервисный центр, который занимается их доставкой. Сервисный центр сохраняет SMS в своем банке данных, а затем посылает сообщения дальше. Приняв сообщение, центр SMS проверяет, находится ли требуемый абонент в данный момент в сети, и, если он доступен, сообщение будет доставлено ему немедленно. Если же абонент в данный момент отключен от сети, сообщение хранится в SMS-центре до тех пор,

пока не появится возможность его доставить или пока не истечет срок доставки сообщений, который может задать сам отправитель.

Популярность услуги объясняется несколькими важными причинами:

- во-первых, сообщение SMS стоит дешевле, чем обычный звонок;

- во-вторых, такой способ общения удобен, если окружающая обстановка не располагает к телефонному разговору, а информацию необходимо передать (например, в театре, на совещании, или, наоборот, — в очень шумном окружении);

- в-третьих, некоторую информацию (длинные номера, адреса и т. п.) легче посылать в печатном виде;

- в-четвертых, если нужный абонент в данный момент недоступен, отправленное SMS-сообщение дождется его появления в сети, а SMS-центр уведомит пользователя о его появлении, пошлав подтверждение о доставке.

Говоря о **распространенности SMS-коммуникации**, нельзя не сказать о разновидностях каналов передачи информации. Каждый SMS-пользователь может общаться не только со знакомыми, посылая SMS на абонентский номер, записанный в памяти телефона, но и обмениваться какой-либо информацией в SMS-чате или в службах знакомств. Все здесь зависит от того, кому и какую информацию хочет передать автор сообщения.

Первый вариант канала для передачи информации — передача SMS-сообщений, как это принято называть в среде пользователей, «с номера на номер». SMS-центр принимает сообщение пользователя и отправляет его адресату, номер которого указывает автор послания. Участники общения, как правило, знакомы и чаще просто передают информацию. Например: *Оля, жду тебя на остановке в 2 ч, не опаздывай.*

Второй вариант — ЧАТ-общение. Это общение не предполагает того, что «собеседники» знают друг друга, напротив, смысл электронного общения в том, что можно говорить о чем угодно и как угодно, придумать свою биографию, разместить в чате неверную информацию о себе и при этом быть раскованным и не бояться осуждения. Чат-общение происходит анонимно, под условными именами (NICKами). Например:

- СНАТ-УСНЕВКА-Багира>+ Все, кто смотрит футбол и болеет за ЦСКА, пишите в чат мне. А ТО СКУКА ТАКАЯ:(

NICKи в чате заменяют настоящие имена и являются своеобразной маской, которая выполняет две функции: делает автора анонимным и в то же время отражает его характер (Диссидент, Леди, Валенок, Vredinka, UMnichKA, Охотница), намекает на его внешность (Секси, Яга, Красотка), раскрывает занятия (Хакер, Хирург, Экстремалка) и увлечения (РоК, Бумер, Олимпиец). Имена знаменитых людей, героев кино или литературы, наименования представители растительного и животного мира также служат средством раскрытия своего образа, как внешнего, так и внутреннего (ИскаНДеР, КлеGG, Томми_Ли, Клубничка, Тюльпанчик, Ворон). Иногда NICK служит средством привлечения внимания (DeaD_ik_MoroZ, Tarasbulba, СНУСмумрик, Ка-100рочка). Часто пользователи входят в чат под своими именами (Аршавин, Аля, Лейла, Лёлик).

Темы общения в чате различны, они задаются одним участниками чата. Темой может стать новый фильм массового проката, новинки книжного мира, результаты спортивных матчей, личные ситуации участников чата и др. В сети крупнейших компаний мобильной связи существует огромное количество SMS-чатов. Одним из примеров может послужить чат УСНЕВКА в сети Bee-Line по номеру 684. Этот чат считается чатом для начинающих, здесь новички могут научиться общаться в этом режиме, узнать правила общения, техническую специфику общения и научиться создавать свои чаты. Некоторые чаты в этой сети пользуются популярностью и занимают первые места в рейтинге, который публикуется на сайте по номеру 000 в сети BeeLine. В каждый из чатов приходят постоянные посетители: как правило, они регистрируются в нем, узнают друг друга по NICKам и общаются. Новичков в таких чатах обычно не любят, а в таких случаях трудно завязать с кем-либо разговор.

И третий вариант — SMS-служба знакомств. Здесь, как правило, участники публикуют важные для них параметры: внешность, увлечения, семейное положение и др. Пример: *Privet 25 190 74 ;) A kak tebya zovut? Menya Anton. :) Mozhno s toboj poboltat`?*

Опубликовав свои объявления, «посетители» службы знакомств получают подобные объявления от лиц противоположного пола. После выбора подходящего партнера пользователи могут общаться отдельно от всех, для этого необходимо перед текстом сообщения поставить букву, которая является кодом участника. При этом сообщения выглядят так:

- G Привет, познакомимся!? Но я совсем не люблю спорт! Как ты относишься к театру?

Специфика общения в службе знакомств заключается в том, что постепенно, по мере общения анонимность пропадает. Собеседники хотят лучше узнать друг друга, чтобы потом, возможно, встретиться, перейти из виртуального плана общения в реальный. В этой разновидности каналов передачи информации не используются NICKи, высказывания более сдержанны и, как правило, правдивы.

Интересен вопрос о **способах предъявления языковой личностью себя** в подобных SMS-посланиях. Для представления «речевого портрета» языковой личности мы составили модель анализа, которая основана на концепции трехуровневой классификации языковой личности, предложенной в работах Ю. Н. Караулова. Мы предлагаем рассмотреть **лексику и графическое оформление SMS-текстов (лексико-грамматический уровень)**, проанализировать **тематическое наполнение записи, отражение в ней интереса к типичным реалиям жизни (когниции, лингво-когнитивный уровень)**, и, конечно, охарактеризовать **типичные цели обращения к SMS-коммуникации (прагматический уровень)**. Каждое SMS-сообщение будет проанализировано с привлечением социального контекста, так или иначе отраженного в тексте.

Первый пример:

СНАТ-УСНЕВКА-МаСянЯ>+ Да комп дембил...:(Глюкает...:(Ща попробую без пароля зайти.

Это сообщение было взято из SMS-чата УСНЕВКА в сети BeeLine по номеру 684. МаСянЯ — один из постоянных участников SMS-Чата. Его NICK говорит о том, что реальный пользователь смотрел мультсериал о Масыне, созданный в виртуальной

реальности. Атрибутами фильмов о Масяне были шутки, анекдоты, затрагивались и серьезные вопросы.

Лексическое оформление текста изобилует молодежными жаргонизмами. Слово «комп» — сокращенное от «компьютер»; «глюкает» — производное от сленгового «глючить», т. е. плохо работать, давать сбои; «дембил» — от слова «дебильный» с ругательным, осуждающим значением, заменено в данном случае, потому что в чате запрещено использовать грубую и бранную лексику. Слово «зайти» употреблено в переносном значении, в данном случае имеется в виду открытие чего-либо (например, документа) в компьютере. Слово «ща» очень популярно в SMS-коммуникации, оно заменяет слово «сейчас», такая замена связана с тем, что слово «ща» намного короче и экономит место на экране мобильного телефона. Синтаксис в целом рваный, но о парцелляции говорить нельзя, т. к. в данном тексте это явление не преследует экспрессивной цели. После первых двух предложений автор текста расставил смайлики, которые выражают его эмоциональное состояние — огорчение. Использование названной лексики, смайликов, свобода в построении синтаксических конструкций, выбор NICKa свидетельствуют о том, что пользователь МаСянЯ, вероятнее всего, входит в социальную группу молодежи. Текст не дает нам возможности определить пол участника чата — сказать, что МаСянЯ принадлежит к мужскому полу, можно после прочтения других его SMS-сообщений в этом Чате. Сообщение представляет собой краткий рассказ об этапе работы с компьютером. Коммуникативное намерение (цель) — поделиться результатами проделанной к данному моменту работы с другим пользователем — достигнута. Можно предположить, что общение в чате и SMS-сообщения для него — способ быстрого реагирования на проблему, инициация подобного общения «по поводу» и «без заморочек».

Второй пример:

Poznakomlyus' s simpati4noj devushkoj iz Yaroslavlya, 4uvstvo yumora obyazatel'no! O sebe: u4us` i rabotayu, 27let, ne kuryu i vam ne sovetuyu!

Это сообщение было опубликовано в службе знакомств в сети BeeLine по номеру 684. Текст написан на латинице от лица

мужчины с определенной целью — познакомиться с девушкой, что абсолютно соответствует назначению данного канала передачи информации. Тема сообщения — самореклама, что также соответствует характеру данного канала передачи информации. SMS-сообщение состоит из двух частей, в первой из которых автор перечисляет качества девушки, которую он ищет, а во второй рассказывает о себе. Графической особенностью этого текста является то, что автор сообщения заменяет букву «ч» цифрой 4, буквы «ю» и «я» пишет с помощью сочетаний букв «уи» и «уа», **не делает пробелов** после знаков препинания, что существенно экономит место на экране мобильного телефона. Все это говорит об опыте и, скорее всего, успешности автора в данной коммуникации. Здесь в чертах речевого портрета языковой личности мы опять наблюдаем «суровый» прагматизм и нацеленность на скорое и успешное решение личной проблемы с применением возможного арсенала средств воздействия: от саморекламы до графической унификации записи.

Обобщая опыты анализа SMS-текстов, можно высказать некоторые замечания о специфике и тенденциях развития SMS-переписки.

Как правило, SMS-пользователь как автор текстов не стремится сделать свое сообщение эстетически ценным и сознательно нарушает правила и нормы русского языка, что говорит о сосредоточении внимания пользователя на других прагматических задачах оформления текста. Пишущий торопится передать суть информации и стремится сделать это экономно, лапидарно, но понятно. Эти операции свертывания, сжатия и резюмирования при оформлении информации далеко не каждому удаются. Электронные средства общения, как правило, лишают нас возможности выделиться, мы пишем текст так, как требует от нас программа электронного средства общения. Индивидуальность письменного электронного текста в наше время проявляется не в особенностях почерка личности, а в отборе необходимых лексико-графических элементов, передающих «разговорность» в письменной речи и отражающих оценку и переживание при уникальной графической системе (транслитерация, смайлики). И именно графический режим записи, отражающий смысловой и тональный строй речи, — главный инструмент идентификации личности в SMS-послании.

Темы общения в чате в основном бытовые, приземленные. Цели, которые преследуют пользователи, иногда предельно прагматичны, но в то же время требуют определенного умения в передаче информации. Неточные формулировки в передаче содержательного плана текста часто приводят к его полному непониманию адресатом, а значит, не ориентируют его на ответную реакцию, затрудняют письменную коммуникацию. К сожалению, лексический и грамматический строй речи в SMS-тексте свидетельствует о том, что пользователь SMS-коммуникации, в большинстве случаев, недостаточно образован и недостаточно компетентен, чтобы быть успешным в прагматических намерениях в режиме нового вида коммуникативной практики, какой является SMS-переписка, но данный опыт очень активно приобретается (Борисова М. В. SMS-сообщения как речевой жанр // Коммуникативные исследования. 2010. С. 6–8).

4.2. Подготовьте SMS-послания в следующих ситуациях общения.

Ситуация 1. Вы должны оперативно собрать всех участников проекта «Электронные библиотеки — юношеству» в связи с новыми поступлениями в ваш фонд электронной библиотеки.

Ситуация 2. Вы должны поздравить ваших друзей-одноклассников с юбилейной датой окончания школы и высказать предложение о возможной встрече старых друзей.

Ситуация 3. Извинитесь перед родителями или вашими домашними за вынужденное опоздание.

Ситуация 4. Сообщите другу о дате возвращения из командировки.

Активно используйте возможности *электронного графического режима записи*, отражающего смысловой и тональный строй вашей речи при SMS-переписке.

Задание 5

Прочитайте информацию о новом и чрезвычайно востребованном жанре обиходной речи — блоге, или интернет-журнале.

Слово «блог», как известно, происходит от английского «blog», что является производным от *weblog*, виртуальный «сетевой журнал или дневник событий». Блог — это своеобразный «дневник наоборот», потому что записи (посты) автора блога хранятся на электронных носителях в обратном порядке. Такое расположение записей отвечает задачам блогодискурса: в первую очередь автора и адресата должны интересовать события дня нынешнего, и этому посвящен, как правило, очередной «пост».

Пост блога — каждая конкретная запись в электронном журнале автора. Она является иницилирующей записью и часто интересна и эффективна только с последующими комментариями.

Практически любой современный региональный блоггер ставит цели большие, чем поведать адресатам о собственных эмоциях или каких бы то ни было личных переживаниях, частично наделен функционалом журналиста. Можно сказать, что блоггеры (и блогосфера как пространство адресантов и адресатов коммуникации в блогах) создают *особый коммуникативный продукт информирования* своих потребителей, находящихся с ними в контакте пользователей, о тех или иных событиях: иницилируют подачу информационного повода для коммуникации, дают оценку представленной информации под тем или иным углом журналистского зрения.

Используя стратегию «заинтересованного информационного пользователя», обратитесь к блогowym записям известных вам региональных журналистов или политиков. Оцените, прежде всего, как на страницах блога отражены ключевые события текущей недели, как создаются «информационные поводы» и как они «оправдывают» ожидания адресата. Оцените своеобразие стилового оформления записей.

Подготовьте материал для публичного представления опытов интернет-дневника в аудитории.

Задание 6

Прочитайте информацию о своеобразии жанрового оформления записей в интернет-дневниках (блогах).

Большинство авторов интернет-дневников пишут о себе, о своих проблемах и радостях, о том, чем они живут и как вписываются в мир. Блоговые записи можно условно сгруппировать в *тематические блоки*.

1. Рассказы о недавних событиях в жизни с выражением отношения к ним (эта тематика вводится сразу после приветствия, как и бывает в обычном письме, где после «Здравствуйте!» адресант рассказывает о том, как живет).

2. Ответы на вопросы, заданные или читателями в комментариях, или журналистами когда-то давно и ответами на которые автору хочется поделиться (такие темы задаются обычно сразу после приветствия «Здравствуйте!» с помощью формул «хочу рассказать вам о...», «меня однажды спросили», «вы спрашиваете меня» или в связи с какой-то другой поднятой темой).

3. Рассказы о гастролях и путешествиях, где лаконичные «протокольные» перечисления деталей поездки сменяются красочными впечатлениями (иногда такие путевые заметки об одном и том же месте могут растягивать на несколько записей).

4. Воспоминания, обычно веселые (они вводятся в текст чаще всего формулами «Я тут вот что вспомнил», «Когда я делал [что-то], я вспомнил, как...»).

Таким образом, видно, что обыденность становится предметом разговора не случайно: обыденная жизнь становится для авторов символом защищенности, убежищем от тревожностей внешнего мира, источником комфорта.

А «устность» и «разговорность» — залог успешности записей личного характера или записей исповедального плана. (По О. Е. Дьяченко)

Выберите для себя одно из представленных *тематических направлений и оформите свои записи как блогговую информацию*. Активно используйте возможности визуального сопровождения записи: шрифтовые и цветовые выделения или тематически связанные рисунки и фотографии. Не забудьте о принадлежности жанра интернет-дневника к обиходно-разговорному стилю речи.

Будьте готовы представить вашу запись как письменный текст для обсуждения в аудитории.



Тема 3. Жанры деловой сферы общения

Задание 1

Познакомьтесь с основными личными жанрами деловой сферы общения. Обратите особое внимание на такой жанроопределяющий признак, как *структура делового документа* и соответствующий *языковой маркер* в оформлении структурного элемента.

<i>Вид документа</i>	<i>Структура документа</i>
<p>1. Заявление — документ, содержащий просьбу, предложение или жалобу какого-либо лица, адресованный организации или должностному лицу учреждения.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Наименование адресата — должность, фамилия, инициалы (в Д. п.). • Фамилия, инициалы подавшего заявление (в Р. п.). Если заявление пишется на имя работника <i>той же организации</i>, к которой относится автор заявления, то последний должен указать свою <i>должность</i> после фамилии и инициалов, а если заявление адресовано в какую-либо <i>иную организацию</i>, то подающий заявление указывает свой <i>адрес</i>. • Заголовочная часть (наименование документа пишется в середине листа). • Текст заявления. • Опись прилагаемых документов. • Подпись заявителя (внизу справа). • Дата подачи заявления (ниже подписи и слева листа, число и год пишутся цифрами, а месяц — словами).
<p>2. Доверенность — документ, дающий кому-либо право (полномочия) действовать от имени лица, выдавшего доверенность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Наименование документа. • Фамилия, имя, отчество (иногда должность, адрес, паспортные данные в зависимости от цели написания доверенности) доверителя. • Фамилия, имя, отчество (иногда должность), адрес, паспортные данные доверенного лица.

<i>Вид документа</i>	<i>Структура документа</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Содержание доверенности (КТО — ДО- ВЕРЯЮ — КОМУ — ЧТО СДЕЛАТЬ) (суммы пишутся цифрами и в скобках — прописью). • Подпись доверителя. • Дата выдачи доверенности. • Наименование должности и подпись лица, удостоверяющего подпись доверителя. • Дата удостоверения.
3. Объяснитель- ная записка — до- кумент, содержащий объяснение причин какого-либо наруше- ния в производствен- ном процессе.	<ul style="list-style-type: none"> • Наименование адресата (руководитель организации, подразделения). • Фамилия, инициалы, должность работни- ка, пишущего объяснительную записку. • Заголовочная часть (наименование доку- мента пишется в середине листа с заглавной буквы). • Текст объяснительной записки. • Описание прилагаемых документов. • Подпись (внизу справа). • Дата написания объяснительной записки (ниже подписи и слева, число и год пишутся цифрами, а месяц — словами).
4. Расписка — официальный документ, удостове- ряющий получение чего-либо (денег, документов, ценных вещей и т. п.), за- веренный подписью получателя.	<ul style="list-style-type: none"> • Наименование документа (в центре, с за- главной буквы). • Фамилия, имя, отчество, должность лица, дающего расписку. • Наименование учреждения, предприятия или лица, от которого получено что-либо. • Точное наименование полученного с ука- занием количества или суммы (количество и сумма пишутся сначала цифрами, затем в скобках прописью). • Подпись получателя (справа). • Дата составления расписки (слева). <p>Если расписка имеет особо важное значе- ние, то подпись лица, давшего расписку, заве- ряется в учреждении или у нотариуса.</p>

Структурная схема делового письма

<i>Структура текста</i>	<i>Речевые конструкции</i>	
1. Обращение Используется стандартное обращение (должность, фамилия, имя, отчество). Возможно использование прилагательных. Если не предполагается конкретное лицо, обращение можно опустить.	<i>Уважаемый (многоуважаемый, высокоуважаемый (к высокопоставленным чиновникам))</i> <i>Дорогой (к хорошо знакомому адресату)</i> <i>Уважаемые коллеги!</i>	<i>Господин Иванов!</i> <i>Господин директор!</i> <i>Дамы и господа!</i> <i>Коллеги!</i>
2. Вводная часть Излагается повод для письма.	<i>В связи с ...</i> <i>Согласно контракту от 21. 02. 08 № 15/10...</i> <i>Нами рассмотрены Ваши предложения...</i>	
3. Основная часть Формулируется цель письма (отказ, сообщение, предложение, запрос, просьба, гарантия, напоминание, приглашение, благодарность, рекламация). Суть дела излагается от первого лица в ед. ч. или мн. ч., а также от третьего лица. Необходимо четкое деление на абзацы (абзац — замкнутая смысловая единица).	<i>Рады сообщить Вам...</i> <i>Информируем Вас о том, что...</i> <i>Извещаю, что...</i> <i>Ставлю Вас в известность, что...</i> <i>Сообщаю Вам, что...</i> <i>Имеем честь предложить Вам...</i> <i>К сожалению, мы не можем принять Ваши условия...</i> <i>Компания не может принять Ваши условия...</i> <i>Со своей стороны хотели бы попросить Вас...</i> <i>Просим рассмотреть вопрос /подтвердить заказ/ сообщить о решении...</i> <i>Прошу ответить...</i> <i>Просим выслать...</i> <i>Направляем Вам...</i> <i>Высылаем Вам...</i> <i>Напоминаем Вам...</i> <i>Подтверждаю, что...</i>	

<i>Структура текста</i>	<i>Речевые конструкции</i>
4. Заключение Выражается надежда на ответ, на положительное решение вопроса, признательность, пожелание, чтобы переписка была продолжена и т. п.	<i>Надеемся получить ответ в ближайшее время...</i> <i>Просим ответить в двухнедельный срок...</i> <i>Ожидаем Вашего согласия...</i> <i>Выражаем надежду (надеемся) на дальнейшее сотрудничество (продолжение нашего сотрудничества)...</i> <i>Заранее благодарны...</i> <i>Искренне Ваш...</i> <i>С уважением...</i>

Выберите один из представленных жанровых вариантов высказываний деловой сферы; подберите соответствующие примеры жанровой формы высказывания и представьте его развернутую характеристику-обоснование.

Задание 2

Найдите и исправьте ошибки в жанровом и языковом оформлении текста доверенности. Отредактируйте текст и грамотно его оформите.

ДОВЕРЕННОСТЬ

Я, Зотова В. А., доверяю моему мужу, Зотову С. П., получить мою зарплату за декабрь месяц. В связи с тем, что я нездорова и нахожусь в больнице.

20 мая 2010 года

В. А. Зотова

Задание 3

Прочитайте тексты резюме. Проанализируйте предложенные тексты и соотнесите их с известными вам правилами жанрово-композиционного и языкового оформления резюме. Предложите правильный вариант данной жанровой формы.

Смирнова Мария Сергеевна	Электронная почта 111@mail.ru 8 903 6920005 г. Ростов
Сведения о себе	28. 08. 1985, русская, не замужем
Цель	Получение должности специалиста по рекламе и маркетингу
Образование	Ростовский государственный университет, Филология, преподаватель русского языка и литературы
Опыт работы	04. 2010–14. 07. 2010 ООО «Набор». Специалист по рекламе филиала оконного комбината «Светоч». Должностные обязанности: создание и развитие рекламы в дилерской сети, взаимодействие со СМИ, ведение документооборота, отчетности, проведение тендеров
	12. 2009–4. 2010 «Семь факториал». Специалист по рекламе РА «Семь +». Должностные обязанности: развитие клиентской базы, проведение промоакций, презентаций, развитие промо-отдела, работа с корпоративными клиентами
	6. 2008–12. 2009 ООО «Нэм». Руководитель отдела промо и полиграфии РА «НЭМ». Должностные обязанности: подготовка РА к началу работы, составление прайс-листов и коммерческих предложений, разработка логотипа компании, обучение менеджеров по рекламе
	9. 2007–5. 2008 ООО «Пандора». Старший менеджер по рекламе. Должностные обязанности: обучение менеджеров по рекламе, контроль изготовления заказов, написание рекламных текстов, работа с дизайнерами, медиапланирование
Личные качества	Порядочность, ответственность, коммуникабельность, умение работать в команде, пунктуальность
Интересы и увлечения	Чтение, театр, спорт, музыка, клубы
Хобби	Чтение
Другие навыки	Написание рекламных текстов и слоганов, умение составлять различного вида документацию, выступать перед аудиторией, опытный пользователь

Куликов Евгений Владимирович	Дата рождения: 2 августа 1980. Предпочтительный способ связи — e-mail. Город — Москва
Пожелания к будущей работе	Менеджер по рекламе. Отрасль: маркетинг, реклама. Зарплата (минимум): 800 USD. Возможный переезд
Опыт работы	Нет опыта работы. Центр Языковой подготовки при кафедре иностраннных языков МГАН, с сентября 2006 по настоящее время. Должность — преподаватель английского языка
	С января 2006 по апрель 2007 ООО «Директ Стар». Должность: менеджер по продажам. Специалист по продажам телефонного центра: продажа банковских продуктов, кредитные проверки, активация карт
	ООО ТТД (группа компаний «Мегаполис») с декабря 2003 по ноябрь 2005. Должность: торговый представитель мерчендайзинг и продажа сигарет
	ОАО «Волжские моторы», с февраля 2002 по ноябрь 2002. Должность: менеджер по экспорту. Продажа автомобильных двигателей запчастей, переговоры с покупателями из дальнего и ближнего зарубежья, подготовка документов к экспортным отгрузкам
Профессиональные навыки	Тренинги — инвестиционные продукты, техника продаж, основы информационной безопасности, страховые программы
Образование	Основное — высшее. Специальность «Коммерция». Английский язык — свободное владение. Компьютер — уверенный пользователь

Задание 4

Найдите ошибки в жанрово-композиционном оформлении личного заявления. Отредактируйте документ.

*Директору ОАО «Чайка»
Гвоздевой И. А.
от менеджера по продвижению
Алексеевой Т. В.*

Заявление.

Я, Алексеева Тамара Витальевна, прошу Вас освободить меня от занимаемой должности 27. 09. 2010 по семейным обстоятельствам.

28. 09. 2010

Задание 5

Подготовьте документы личной официально-деловой переписки, соблюдая жанрово-стилистические и языковые особенности писем в следующих ситуациях общения.

Ситуация 1. Заявление в профсоюзный комитет с просьбой предоставить вам путевку на базу отдыха; заявление с просьбой принять вас на работу.

Ситуация 2. Доверенность на получение стипендии; доверенность на получение каких-либо материальных ценностей.

Ситуация 3. Объяснительная записка на имя руководителя предприятия по поводу опоздания на работу.

Ситуация 4. Официальная автобиография.

Ситуация 5. Резюме, предполагая, что Вы претендуете на одну из должностей: менеджер по продажам коммерческой фирмы, секретарь-референт, менеджер по работе с персоналом.

Задание 6

Познакомьтесь с теоретическим материалом о таких важных письменных жанрах деловой сферы, как **докладная записка и служебная записка**. На основе представленного материала **подготовьте краткую информацию о данных жанрах в виде визуальных информационных материалов для справочника начинающего документоведа.**

Докладная записка — документ, адресованный руководителю данной или вышестоящей организации, сообщающий о сложившейся ситуации, о выполнении работ, содержащий выводы и предложения составителя, оформляется на общем бланке, имеет заголовок. Подписывает докладную записку составитель, если она адресована руководителю организации. Если записка адресована вышестоящей организации, то ее подписывает руководитель данной организации. Во вводной части текста излагаются факты, послужившие поводом для составления записки, в основной части содержатся выводы, предложения о конкретных действиях. По результатам ее рассмотрения на нее проставляется резолюция.

Объяснительная записка оформляется аналогично. Объяснительные записки делятся на 2 группы:

1. Служебного характера. Например, сопровождают какой-либо документ (план, отчет).
2. Личного характера по поводу каких-либо происшествий, поступков, поведения работников. Пишутся от руки, подписываются составителем.

Задание 7

На справочных электронных порталах «Работа.ру» или «Профессионалы.ру» найдите примеры объяснения специфики оформления личной деловой документации; установите, о каких частотных ошибках в оформлении личных документов говорят профессионалы. **Подготовьте полученную информацию как реферативное сообщение для обучающего семинара начинающих менеджеров.**

Задание 8

Реализуя требования **культуры речевого поведения в деловой коммуникации**, выполните следующие задания, **предполагающие выбор определенной жанровой формы высказывания**.

Ситуация 1. Продавец (менеджер) решает конкретные проблемы с «неудобным» клиентом, убеждая его приобрести товар. Монолог должен быть информативным, аргументированным, этикетно грамотным.

Ситуация 2. Составьте характеристику-презентацию вашего коллеги, возможного претендента на звание «Лучший менеджер фирмы».

Ситуация 3. Составьте монолог-рекомендацию для начинающего менеджера, приступающего к работе в вашем корпоративном сообществе.

Ситуация 4. Разработайте концепцию и план подготовки к мероприятию «Корпоративная вечеринка». Представьте устное рекламное объявление для корпоративных клиентов.

Задание 9

Прочитайте представленный ниже текст и определите его жанровую разновидность. Выделите жанрово-стилевые особенности этого высказывания.

15 способов побороть лень на рабочем месте

1. Просто начните дело. Возможно, вы чувствуете нехватку сил для того, чтобы начать деятельность. В таком случае себя нужно перебороть, и после этого организм незаметно втянется в работу.

2. Не забывайте отдыхать. Если не уделять должного внимания отдыху и сну, это может привести к лени. Поэтому отдыхать нужно как следует.

3. Мысленно установите время, когда следует приступить к делу. Для этого просто сформулируйте, через сколько минут вы собираетесь начать работу, и ни при каких условиях не откладывайте этот момент.

4. Установите максимально сжатые сроки. Такой способ является одним из самых эффективных, ведь когда времени катастрофически не хватает, ни о какой лени думать не приходится.

5. Придумайте для себя вознаграждение, которое вы сможете получить после завершения дела, и сосредоточьтесь на нем, а не на рабочих трудностях.

6. Если предстоит объемная работа, то придумайте вознаграждение для каждого выполненного этапа. Вознаграждая себя за пройденный шаг, вы тем самым создадите мотивацию для прохождения последующих этапов.

7. Вообразите, что может случиться, если вы не выполните поставленные задачи. Неудобства, к которым может в результате привести ваша лень, могут стать отличным стимулом. Особенно это касается ситуаций, которые могут принести вред другим людям.

8. Работайте в команде. Партнерские отношения — это прекрасный способ борьбы с ленью, потому что к ответственности перед самим собой прибавляется еще и ответственность перед своим партнером.

9. Свободное время следует сократить до минимума. Отказавшись от праздного времяпрепровождения, вы сможете победить лень раз и навсегда. Чем больше вы будете заниматься делом, тем меньше вас будет привлекать состояние безделья.

10. Разделите объем работы на несколько частей. Лень во многих случаях возникает из-за того, что предстоящая работа слишком объемная и кажется очень трудной. Чтобы избавиться от такого впечатления, поделите работу на несколько более легких частей и выполняйте их по очереди.

11. Составьте план действий. Порой мы ленимся, если не совсем понятно, что же следует сделать далее. В связи с этим следует всегда заранее планировать последующие шаги. С хорошо составленным планом работы вы гораздо быстрее придете к финишу.

12. Одно дело следует сделать в один заход. Не стоит пытаться сделать сразу все: чаще всего это оканчивается неудачей, и у человека пропадает былой энтузиазм.

13. Фиксируйте результаты. Наглядное представление уже пройденных этапов отлично мотивирует, так как вы можете легко оценить результаты. В связи с этим стоит фиксировать все пройденное (и не пройденное тоже) в виде схем, таблиц или графиков и держать непосредственно перед глазами.

14. Оценивайте достижения других людей. Чужой успех и превосходство может стать прекрасным стимулом для ускорения собственной деятельности. Не стесняйтесь следить за чужим прогрессом, чтобы вдохновиться.

15. Помогите другому человеку. Возможно, что вам просто не хватает собственной энергии. Помогите кому-нибудь с выполнением той или иной задачи. Чужой энтузиазм нередко действует заразительно. Надеюсь, советы из глобальной Сети были вам полезны. Если нет, то предлагайте ваши варианты, как настроить себя на работу.

На основе этой информации **подготовьте и оформите краткие рекомендации для сотрудников**, которые можно разместить на корпоративном сайте.

Задание 10

Вернитесь к связным высказываниям в теме 1. Используя текстовую информацию о проблемах преодоления конфликтов и организации профессиональной поддержки, подготовьте **проблемную беседу** для сотрудников вашего офиса. Для усиления коммуникативного воздействия используйте средства визуальной наглядности: записи на доске или информационные слайды.



Тема 4. Жанры научной сферы общения

Задание 1

Прочитайте внимательно данный ниже текст. Докажите его принадлежность к жанру научной статьи: произведите жанрово-стилевой анализ. Обработайте информацию и представьте ее в любом из вторичных жанров.

Что нужно знать о культуре речи и стиле

Коммуникативно-стилистический аспект культуры речи предполагает знание функциональных стилей языка и умение их использовать в целях оптимизации общения. В коммуникативном плане невозможно говорить о культуре владения языком вообще, а только о культуре отбора языковых средств в связи с разными стилями общения.

С. И. Ожегов писал: *«Культура речи заключается не только в следовании нормам языка. Она заключается ещё и в умении найти не только точное средство для выражения своей мысли, но и наиболее доходчивое (то есть наиболее выразительное) и наиболее уместное (то есть самое подходящее для данного случая) и, следовательно, стилистически оправданное».*

К области культуры речи в широком смысле слова относятся не только собственно культура речи как система средств, но и культура языкового общения, коммуникации. Среди явлений, обозначаемых термином «культура речи», следует разграничивать, во-первых, заботу о языке, его культуре и уровне общения и, во-вторых, сам этот уровень, то есть разработанность языка или языкового общения, отдельных актов и результатов.

Культура языковой коммуникации отличается следующими чертами:

- она касается высказываний (текстов) и их восприятия и интерпретации;

- она связывает языковое построение с содержательно-тематической составляющей и стилеобразующими факторами, ситуацией, личностями общающихся и т. п.;

- асимметрия между культурой речи и культурой общения заключается в том, что в коммуникации используется весь национальный язык в целом, а не только КЛЯ.

Таким образом, **культура речи выступает как часть более широкого понятия «культура общения», в которое входит и культура мышления, и психологическая культура воздействия и взаимодействия.**

Стилистика — учение о словесном мастерстве, о наиболее удачных способах использования языковых средств, о лучших образцах речевой культуры. Стилиевые нормы детальнее, чем общезыковые или межстилевые (орфоэпические, лексико-фразеологические, грамматические), они строже и тоньше, они развивают и обогащают их. Они в то же время допускают большую свободу творчества, большее отражение индивидуальности.

Функционально-стилевые нормы — это нормы реального использования языка в данной сфере общественной жизни и одновременно правила, а также приёмы речевого творчества, отвечающие конкретным задачам коммуникативного характера.

С точки зрения М. Н. Кожиной, *«стилистические нормы — это исторически сложившиеся и вместе с тем закономерно развивающиеся общепринятые реализации заложенных в языке стилистических возможностей, обусловленные целями, задачами и содержанием речи определённой сферы общения; это правила наиболее целесообразных в каждой сфере общения реализаций принципов отбора и сочетания языковых средств, создающих определённую стилистико-речевую реализацию. Стилиевые нормы касаются трёх основных параметров стиля: отбора языковых средств, правил их сочетаемости между собой и соотношений межстилевых и собственно стилиевых языковых явлений. Стиль должен быть таким, чтобы использованные в нём средства и их организация давали необходимый эффект, то есть наилучшим образом обслуживали соответствующие им сферы человеческой деятельности (Кожина М. Н. Стилистика русского языка. М., 1980).*

Задание 2

Проведите жанрово-стилевой анализ представленного ниже текста. Подготовьте устный вариант реферативного анализа. Используйте приемы пояснения, конкретизации в научном диалоге с аудиторией.

Принципы транзакционного анализа.

Структурный анализ

Сущность транзакционного анализа заключается в изучении состояний Я, каждое из которых представляет собой устойчивый рисунок чувств и переживаний, непосредственно связанный с определенным устойчивым рисунком поведения. Каждый человек проявляет три типа состояний Я. Состояние, которое ориентировано на родительское поведение, мы будем называть Родительским состоянием Я, состоянием Родителя или просто Родителем. В этом состоянии человек чувствует, думает, действует и реагирует так, как это делал один из его родителей, когда он сам был ребенком. Это состояние Я активно, например, при воспитании собственных детей. Даже когда человек не находится в этом состоянии Я, оно влияет на его поведение как «Родительское воздействие», исполняя функции совести. Состояние Я, в котором человек объективно оценивает окружение, рассчитывает свои возможности и вероятности тех или иных событий на основе прошлого опыта, называется Взрослым состоянием Я, состоянием Взрослого или просто Взрослым. Взрослый функционирует, как компьютер. У каждого человека внутри заключен маленький мальчик или маленькая девочка, которые чувствуют, думают, действуют, говорят и отвечают точно так, как он или она поступали, будучи ребенком определенного возраста. Это состояние Я называется состоянием Ребенка. Ребенок не рассматривается как нечто «ребяческое» или «незрелое» — это слова Родителя, — но просто как ребенок определенного возраста, и очень важным здесь является возраст, который может в обычных обстоятельствах колебаться от двух до пяти лет. Каждому необходимо понять своего Ребенка не только потому, что с ним придется прожить всю жизнь, но также потому, что это наиболее ценная часть его личности. (По Э. Берну)

Продумайте использование *дополнительной информационной наглядности*: схем, таблиц, примеров и пояснений, которые характерны для жанров научно-популярного изложения. Будьте готовы представить эту информацию в аудитории как **реферативное сообщение на научную тему**.

Задание 3

Обратитесь к тексту **рецензии на литературное произведение**.

Проведите **жанровый анализ** представленного текста рецензии: оцените полноту раскрытия содержания исходного текста; определите доминирующую авторскую стратегию оценки текста Т. Толстой; оцените корректность использования автором рецензии оценочных высказываний. Подготовьте устный вариант жанрового анализа.

Татьянин день

(Татьяна Толстая. День: Личное. М.: Подкова, 2002. 416 с.)

После бледного успеха романа «Кысь» Татьяна Толстая издала малую прозу последних лет.

Недостатки и впрямь продолжение достоинств. Нет, здесь, наоборот: достоинства фельетонов и эссе писательницы приистекают из свойств ее художественной прозы. (Теперь, правда, говорят по-другому: fiction, non fiction... тьфу! Мы же неприличными словами не выражаемся.) Излишняя, точнее — заметная выстроенность (скелет, держащий текст, со всеми своими ребрами, косточками и позвонками ощутим с первой страницы до последней), насмешка над читателем вместо любви и доверия к нему и прочие раздражающие в рассказах и романе свойства Татьяны Толстой в ее «публицистике» оказываются уместны и желанны.

Сама писательница, вероятно, не желала бы иметь с «публицистикой» ничего общего, ведь газетный лист пачкает краской, но... пора пришла, она влюбилась... и с перестроечных пор в тогдашних «Московских новостях» зазвучал, загремел, словом, донесся из-за океана голос, который не мог молчать. Тогда несколько смущало, что именно из-за океана голос начал несколько поучать соотечественников, как им следует жить, но ведь

время-то было какое, очарованное было время, всем тогда казалось, что ведают, как именно увести страну от пережитков большевизанства к светлым идеалам рынка и демократии. Тогда-то, наверное, и приохотилась до той поры подающая надежды носительница громкой фамилии к стальному перу публициста.

Эссе и фельетоны, собранные в новой книге, объединяют несколько для их автора равновеликих свойств: злость, талант, отчужденность от «местной» жизни. Не думаю, что последнее можно объяснить лишь тем, что большую часть года Т. Толстая жила в США. И в СССР она жила и выросла в специфическом закрытом мире старой ленинградской интеллигенции, обладавшей особым, отличным и от провинциального и от московского, сознанием собственной кастовой исключительности. Хочет Толстая того или нет, но о чем бы она ни писала — об американском судопроизводстве, журнале для мужчин или путевых впечатлениях, — суждения ее хоть немного, но свысока. Даже пиететная статья памяти Иосифа Бродского, где Толстая делится воспоминаниями о встречах с поэтом, резко отличается тональностью от общего хора. Что ж, тем, как говорится, и интересна.

«Если бы мне пообещали, что я всю жизнь буду жить только в России и общаться только с русскими, я бы, наверное, повесилась». Такой вызывающей фразой начинается эссе «Русский мир», полное тонких и метких наблюдений над тем, что называется «русский характер». Не менее примечателен и конец его: *«Когда очень уважаемый мной человек спросил меня, как я определяю свое место в этом сумасшедшем русском доме, я ответила ему, что считаю себя патриотом без национализма и — одновременно — космополитом без империализма. “Вот потому-то, — заметил он, — все вы русские одновременно и шовинисты, и империалисты...” Печально. Он не понимает меня, я — его. А поймет ли меня кто-нибудь, если я скажу, что если бы мне пообещали, что я никогда не вернусь в Россию и не встречу ни с одним русским, то я бы, наверное, повесилась?».*

В публицистике Толстой замечательно соединение общелиберальных принципов с постоянным нежеланием плыть по течению. Толстая легко покушается на знаковые фигуры (ироническое развенчание «Черного квадрата» Казимира Малевича),

но она бывает и откровенно восторженной там, где пишет о Фазиле Искандере или фильме Александра Сокурова «Телец». Лишь однажды она выходит из себя и прямо-таки мечет громы и молнии, дойдя до прямых оскорблений «объекта». Угадайте, кого — и приз в студию! Да, Леонид Якубович со своим «Поле чудес» вызвал у писательницы приступ ярости. Уподобив потребление передачи миллионами зрителей таковому же вынужденному употреблению отравленной воды или дешевого спирта с дешевой закуской, она предлагает за его мерзкие загадки и шутки взять *«грязного старикашку за жирный затылок и рылом, рылом тыкать в вертящееся и сверкающее колесо»*. *«Человек, по Якубовичу, есть алчное, жадное, полупьяное животное, ежеминутно желающее лишь жрать да трахаться. Человек не хозяин своей судьбы — он раб колеса. <...> Загляните в его глаза, голубые, как яйца дрозда, — в них не светится ничто человеческое. Можете плюнуть в них. Ничего ему не сделается»*. Признаться, мне мало доводилось глядеть угадку Якубовича, ее поклонников мне понять трудно, но степень обличений меня поразила: неужто «Поле» и впрямь столь вредоносно?

Ругательная стезя тем удивительнее для Толстой, что она редкостно владеет убийственной иронией. Чего стоит ядовитое изложение истории о том, как Зураб Церетели, отдыхая на греческом острове Родос, вспылал идеей воссоздать легендарную статую Колосса Родосского (*«Дедушка-дедушка, отчего у тебя такие большие статуи?»*). Ирония Татьяны Никитичны непридуманно адресуется как соотечественникам, так и американцам. Скажем, «Николаевская Америка» о борьбе с курением в США. Если запрет на курение на улицах в николаевской России был мерой вынужденной, *«скорее противопожарной, нежели протекающей из тиранического характера режима»*, то американские антитабачные «загибы» возмущают и веселят русскую писательницу: *«Стоит закурить в кафе, как к тебе немедленно обернутся несколько человек чаще женского пола и “золотого” возраста (т. е. попросту старух, как ни некорректно звучит), <...> “почему вы курите и отравляете мое здоровье своей сигаретой?!”, хотя сами они только что завернули по смертельно*

опасному гамбургеру из химически отбеленной муки и искусственного маргарина, с гидропонным помидорчиком, бледным, как промокашка, облученным салатом и жирно-тяжелой котлетой из мяса коровы, рожденной и убитой на конвейере, а стало быть — насыщенного химией печали, залив адский конструкт адским же конкоктотом из синтетического кофе с заменителем молока и канцерогенным сахаринотом, безошибочно вызывающим у мышей саркому. “А вы что, хотите умереть здоровыми?” — удивляетесь вы, чтобы насладиться взрывом гневного клокотания, вызванного неприличным словом “умереть”».

Порой она просто предлагает вообразить чисто американскую ситуацию у нас, как, например, всеамериканское празднование 70-летия Микки-Мауса: *«Высадка американцев в Нормандии в 1944 году проходила под секретным кодовым названием “Микки-Маус” (представим Иосифа Виссарионовича, склонившегося с трубкой над планом операции “Буратино”); 50-летие Мышии праздновалось в Белом доме (вообразим Чебурашку в Георгиевском зале, Суслова с Крокодилом Геной под блицами фотовспышек)».*

Порой ей достаточно процитировать опрометчивые интервью знаменитостей, что она проделывает, параллельно цитируя интервью Бориса Березовского и Юрия Башмета журналу «Культ личности»: *«плоть от плоти сограждан усталых, я горжусь, что в их тесном строю в магазине, в кино, на вокзалах я последняя в кассу стою, — строчки Беллы Ахмадулиной, под которыми я готов подписаться»* (Березовский), *«Когда мой старенький “мерс” дребезжит по Москве»* (Башмет).

Мастер, мастер эта Татьяна Толстая. И мастер того рода, что не романы с повестями ей только сочинять, а выдавать свою жесткую, умную, веселую, «личную» эссеистику.

(Боровиков С. Татьянин день // Знамя. 2003. № 3. С. 35–36.)

«Сверните» информацию: подготовьте **анонс** готовящейся публикации на вышедшую книгу малой прозы Татьяны Толстой. Подготовьте **письменный вариант анонса** для публикации в газете «Книжное обозрение».

Задание 4

Прочитайте рекомендации к написанию эссе, которые традиционно дают начинающим рецензентам. Выделите в тексте рекомендаций конкретные указания на жанрово-композиционные признаки рецензии. Внимательно проанализируйте требования к языковому оформлению текста рецензии.

Рекомендации к написанию эссе

Эссе в переводе с французского языка означает «попытка», «опыт», «набросок», «проба», «очерк». Эссе — жанр философской, научной, эстетической, художественной, публицистической литературы. Эссе — это *реализованное в свободной форме рассуждение, выражающее индивидуальную позицию автора, его соображения по обозначенной теме*. Жанр эссе предполагает возможность изложения материала в *нестандартной, оригинальной форме, выражения собственной точки зрения, личной оценки предмета рассуждения*.

Общие требования к написанию эссе

1. Эссе должно демонстрировать *содержательно-теоретический уровень владения историко-обществоведческой и историко-культурной тематикой*.

2. Эссе должно отражать личное мнение автора по излагаемому вопросу (т. е. оценочные суждения — мнения, основанные на авторских убеждениях или взглядах).

3. Содержание эссе должно быть *продуманным, логически правильно выстроенным и структурированным*.

4. Желательно указать *источники информации*, на которые ссылается автор эссе.

5. В ходе размышления следует предусмотреть *анализ разных (противоположных) подходов* к высказанной идее (проблеме).

Структура эссе

Вступление (введение) — это *определение отправной идеи (проблемы)*, связанной с предложенной темой; *обоснование актуальности и значимости* предлагаемой для размышления темы.

Содержание (основная часть):

- *оценочное авторское суждение (или суждения) как «отправной» тезис-положение, формулирующий «видение» проблемы автором;*

- *доказательство как обоснование своей позиции, своих взглядов с опорой на аргументы.* (Желательно указывать на источники информации, фактов, цифр. Важные историко-обществоведческие или историко-культурные понятия, входящие в эссе, должны систематизироваться, иллюстрироваться примерами. Суждения, приведенные в эссе, должны быть доказательными.)

Заключение (окончательные выводы по теме):

- *суммирует основные идеи, высказанные в основной части;*
- *предлагает сумму суждений, которые оставляют поле для дальнейшей дискуссии;*

- *содержит метафорический (аллегорический) вывод по изложенной теме.*

Критерии оценки эссе

1 критерий. Уровень владения проблематикой. Авторская оригинальность:

- *умение оценить значимость (направленность) историко-культурного процесса, общественных изменений;*

- *умение в отдельном общественном или культурном явлении увидеть общие закономерности социокультурного развития.*

2 критерий. Уровень полноты содержания и фактологичности:

- *умение проиллюстрировать ход этого развития примерами, опираясь на свой интеллектуальный багаж и опыт своей жизни;*

- *умение уместно и продуктивно использовать в ходе рассуждения материал по предметам гуманитарного цикла; полнота и оригинальность привлеченного материала.*

3 критерий. Уровень логики организации и построения рассуждения:

- *умение осуществлять анализ и оценку информации;*

- умение пользоваться логическими приемами построения суждений; приемами доказательства и оппонирования;
- умение строить письменный текст-рассуждение в соответствии с требованиями цельности и связности.

4 критерий. Уровень речевой выразительности:

умение оформлять высказывание в соответствии с требованиями точности и выразительности речи; использование индивидуальных средств выразительности и приемов речевого воздействия.

5 критерий. Уровень правильности речевого оформления:

умение оформлять письменное высказывание, соблюдая требования стилевого единства, грамматической и языковой правильности речи.

Представьте, что вам необходимо объяснить младшим коллегам жанровые требования к публикации в форме эссе. Будьте готовы на основе представленных материалов подготовить **научно-популярный доклад на тему «Учимся писать эссе»**. Продумайте использование дополнительной информационной наглядности: схем, таблиц, примеров и пояснений, которые характерны для жанров научно-популярного изложения. Будьте готовы изложить эту информацию в аудитории.

Задание 5

На основе представленных критериев *оцените рецензию*, подготовленную Вашим коллегой — начинающим журналистом.

Заметки зрителя

Прошедший Манхэттенский фестиваль короткометражного кино разочаровал. Разочаровал не представленными лентами, они были разнообразны и, большей частью, оригинальны, а скорее итогами голосования и вкусом общественности к киноискусству.

Победившая картина — «Кафе Кисмет» — является практически полным повторением ленты «Playing hard to get», представленной на том же фестивале в 2008 г., только вместо глухонемой

девушки история разворачивается вокруг глухонемого парня. Сюжетный поворот выбран в классических традициях голливудского семейного кино со счастливым концом, да и музыка, исполняемая «средней американкой», приближена к массовым вкусам, в отличие от картины 2008 г. Типичная романтическая история, которую можно наблюдать в огромном количестве полнометражек. Голос у исполнительницы главной роли действительно симпатичный, это единственный плюс победителя фестиваля. Хотя, нет, есть и второй, решающий, уже упомянутый: максимальное приближение к лёгкому «поп»-жанру.

Второе место в мировом голосовании заняла «Черта оседлости», смонтированная, по уверениям автора, за 35 минут. В России этот фильм вызвал бурю справедливого негодования, и если об историческом периоде Крымской войны и фактах её отображения можно спорить, то съемки и некоторые сюжетные нестыковки вызывают серьёзное недоумение. Мог ли мальчик с простреленной рукой взобраться на летящий на всех парах мимо громадный паровоз? Могла ли его семья, молочник и маленькая девочка сорваться из Западной Украины и переехать в США по завершении войны к дальним родственникам, которых непонятно каким образом нашел этот сбежавший еврейский юноша? В эпизоде, где симулирующую смерть женщину, скрывавшую мальчика, убивают, вообще непонятно, что происходит. От выстрела кровь появляется в кадре на стене с большой задержкой, в то время как на теле жертвы, её нет. Да и сама жертва умирает совершенно неестественно, а точнее не умирает, если судить по кадру. Тогда откуда новое варенье на стенах?

Лента, получившая третье место в мировом голосовании, «Я — огромный шар печали», также являет собой столкновение реализма и попытки выйти за границы обывательского. Темы, миллионы раз поднимавшиеся в «популярных» полнометражных картинах. Обывательское вновь победило, но пальмы первенства не смогло захватить, так как финал короткометражки остаётся всё же открытым и не столь «сахарным», как в «Кафе Кисмет».

Зрители России и мира были единодушны не только в выборе победителя фестиваля, но и лучшего актера. Им стал

Риис Ной из фильма «Пятница». Необходимо добавить, что сложная лента с обилием крупных планов располагала к тому, что именно там стоит искать победителя номинации. Стоит также отметить блестящую игру второстепенных персонажей ленты, во многом обеспечивших яркое восприятие главного героя «Пятницы». Становится обидно за недооценённый труд режиссера, сумевшего в условиях небанальной, нечеткой, нешаблонной сюжетной линии создать «облако» настроения, сквозь призму которого и воспринимался характер мальчика.

Массовое голосование на Манхэттенском фестивале короткометражного кино, к сожалению, ведёт к появлению все большего числа шаблонных картин, подгонке задачи под ответ, в данном случае картины под вкус толпы. А вкус этот формируется не на основе эстетического восприятия кино как искусства, а на основе возможности отрешиться от повседневных забот, проще говоря, предоставить возможность режиссеру думать за зрителя. (Анна Т., магистрант ФФиК)

Подготовьте **аргументированное высказывание на основе проведенного анализа**. Помните, что ваша рецензия должна отвечать требованиям научного стиля изложения.

Задание 6

Прочитайте текст Л. Петрушевской «Сказка, ё».

В соответствии с рекомендациями подготовьте рецензию в форме **эссе** на основе прочитанного и проанализированного текста.

Сказка, ё

Пока я ставил чайник, Широков выцедил стакан и взялся рассказывать:

— Как до хутора добрался, гляжу — Лёха с мужиком сидит, мужик страшный... как тюрьма. Водку пьянствуют. Кострома хозяйкой: грибочки накладывает, капусту из подпола тянет. Я в измену: коли пьянка, зачем шухер? Объяснили. Ну, собрались, Лёха пару листов от рессоры приготовил. Подхватил нас одноглазый,

и дунули. Мехалыч, я три зоны прошёл, Салехард до звонка от-
тянул — такого страха не видал. Летим, дышалку перехватывает,
задубели, по низу чисто глобус — вся география на виду. Приле-
тели. Снег, как сахар: не нашенский снег, не хрустит и не мнётся.
Блюдце стоит, огнями поигрывает. Шнырь, на котором летели,
крутанул хвостом — и привет, гумза [1] позорный. Дальше —
в блюдце надо проникать? Придумали: где нога упёрлась, ко-
торая всю железку держала, снег подрыли, стронулось блюдце,
перекосилось. Лёха мне чекушку сунул, от лучей ихних. Ну, и от-
крыли уроды дверцу, выскочили, а после мы вошли...

Мехалыч, горло не казённое, налей...

Зашли, значит. Посередке в пузыре Лёхин родственник сидит.
Ох, Мехалыч, такое увидишь — бивнем [2] станешь. Главный,
который с обручем, как Лёху признал, заскучал, ручкой кривой
махнул и сдался. После летали, Лёха командовал. Родственника
на глубину опускали, ныряли в океан. На хутор под утро добра-
лись. В дороге базарили. Одного урода я чуток помял, нарезал
по шнифтам [3]. Короче, когда уходили, я апельсин [4] в корыте
припрятал, так спокойнее будет. Ладно, на посошок, и всё, зате-
лежил [5] я. Мехалыч, сегодня отосплюсь, с утра режим на дялян-
ке сделаю. Всё будет путём...

[1] Дрянь-человек.

[2] Свихнувшийся.

[3] Глаза.

[4] Ручная граната.

[5] Захмелел.

*(Печатается по тексту: Чхатарашвили Б. Рубрика «Иные
жанры» // Зарубежные записки. 2009. № 20)*

**Будьте готовы «защитить» свою позицию рецензента
в диалоге с участниками дискуссии в аудитории.**



Тема 5. Жанры публицистики. Медиажанры

Задание 1

Познакомьтесь с основными положениями оценки современных жанров публицистики с их характерными признаками поликодовости.

Используя предложенную модель анализа, проведите анализ медийных текстов, представленных на портале **журнала «Сноб»** или **«Дилетант»**. Представьте письменный вариант оценки жанровой специфики.

МОДЕЛЬ АНАЛИЗА ЖАНРОВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ МЕДИАТЕКСТА

Первый уровень

Анализ контекстных признаков публикаций:

- Обращаем внимание на медиапаспорт издания, в котором опубликован материал (ангажированность; фактор коллективно-адресанта и адресата; сегментирование читательской аудитории; социокультурный статус аудитории; сложившиеся традиции газетно-журнального медиадискурса).

- Отмечаем внешние знаки медиапубликации (указание на специальное издание, специализированная рубрика, визуальные знаки принадлежности фактологического материала конкретному субъекту, указание на принадлежность автора к определенному корпоративному сообществу).

- Оцениваем графические знаки идентификации материала на газетной или журнальной полосе, в соответствии с требованиями медийного дискурса и индивидуального стиля издания.

Второй уровень

Анализ структурно-композиционных особенностей материала:

- Форма подачи материала (особенности макета на полосе и оценка «юзабилити» («пользуемость», «доходчивость», «по-

нятность»): структурно-композиционная адекватность; рубрикация; соотнесенность вербальных и визуальных компонентов; общий объем текста; шрифтовое и цветовое варьирование).

- Формальные признаки жанровой рамки («узнаваемость» и «воспроизводимость»).

- Навигационные знаки, привлекающие и организующие внимание адресата.

Третий уровень

Анализ жанрообразующих и жанроопределяющих признаков:

- Диктум (содержание) и составляющие (топы) содержательного плана.

- Концепция (авторская идея) и способы ее предъявления на разных уровнях текста.

- Временной континуум (знаки прошлого, настоящего и будущего в тексте).

- Отношения «автор — адресат» (авторские знаки и знаки адресата в тексте).

- Медиаинструментарий: медиаэлементы, репрезентирующие когнитивно-номинативную план высказывания (фотография; фото и номинативные вербальные знаки; номинативные знаки заголовка; шрифтовые выделения; анонсирование) и медиаэлементы, репрезентирующие оценку и селекцию предложенных концептов (символические видео- и фотообразы; символические графические знаки; индексальные знаки навигации; выноски; прецеденты и интертексты).

- Стилистические и языковые особенности вербального ряда.

Четвертый уровень

Выводы и рекомендации:

- Рецензирующее заключение.

- Проективный разбор.

В качестве примера воспользуйтесь материалом приложения, где представлен образец комплексного анализа медийного текста.

Задание 2

На основе представленной ниже информации подготовьте миниреферат на тему: **«Основные теоретические сведения о жанровой природе медиа»**. Сопроводите информационные материалы *визуальными знаками* — слайдами, содержащими краткую информацию об отдельных характеристиках жанровой природы медиавысказываний.

Основные теоретические сведения о жанровой природе медиа

Медiateкст — текст, отражающий жизненные события и явления с использованием медиаресурсов и предназначенный для трансляции в СМИ.

Ведущие признаки современного медiateкста:

- **медийность**, т. е. передача информации адресату при помощи медиасредств, как то: телевидение, радио, Интернет, сотовая связь и пр., — максимальное использование возможностей данного канала связи (оперативность, массовость, полиадресность, социальная ангажированность, возможность коллективного авторства);

- **гипертекстовость**: медийный текст существует в пространстве не изолированно, он обязательно включает тематические или смысловые «ссылки» на уже существующие информационные контексты;

- **поликодовость**, т. е. передача информации при помощи знаков различной природы (воспринимаемых визуально, аудиально), наличие знаков индексального, символического и образного письма, активное использование графемики при передаче информации;

- **доступность передаваемой информации массовой аудитории**: используемые в медiateксте коды и знаки должны быть известны и понятны любому представителю целевой аудитории;

- **«читабельность» медийного текста и наличие специализированных навигационных знаков**, облегчающих восприятие информации и обеспечивающих оперативность при ее восприятии;

• **оптимизированность передаваемой информации:** сообщение сведений достоверных, социально значимых, несущих позитивную гуманитарную информацию;

• **особый характер обратной связи:** сообщение создается для целевой аудитории и активно поддерживается в дискурсивном режиме (комментарии, оценки, рассуждения).

Новые тексты, созданные как **медиапродукты** массовой коммуникации, отражают все особенности миро- и самоощущения современного человека: **интертекстуальность, эмоциональность, мультипликационность (клиповость), персонифицированность.**

Медийные тексты особым образом **макетировались**, прежде всего обращает на себя внимание **полифункциональность рамочной композиции медийного текста:** многие из них бывают поддержаны на уровне пространственного кодирования (текст может быть предложен в графической рамке, его границы могут быть маркированы индексами раздела или рубрики, цветовая «подложка», на которой располагается материал, как фон, обеспечивает актуализацию представленной в тексте информации).

Медийный текст разбит на **сегменты, колонки, микромодули.** Подобные презентативные маркеры позволяют дифференцировать информацию и создают удобство для чтения: обеспечивают порционность подачи информации, поддерживают избирательность читательского восприятия, помогают быстро вернуться к ранее прочитанному.

Можно говорить, что наметились тенденции в **оформлении «авторства» в медийном тексте.** К числу сложившихся традиционных приемов можно отнести представление **опосредованных знаков авторской принадлежности:** указание на логотип организации, лицом которой является автор; оформление его «авторского права» на публикацию с указанием на историю получения доступа к представленной информации, включение дополнительных сведений о биографии автора или организации, фотопортрет автора или фотосессия, дающая представление о контексте событий в авторской интерпретации, что приветствуется сегодняшними законами позиционирования социальных (и медийных,

в том числе) субъектов; указание на приобщенность к эталонным контекстам и достоверным редакционным материалам, вплоть до признания авторства через представление подлинной авторской подписи под событийными материалами. Все эти приемы, безусловно, усиливают субъективную позицию автора и дают читателю указание на достоверность, фактологичность информационного пространства, *демонстрируют «ответственность автора» в медийном пространстве «автор — адресат-читатель».*

Активно функционируют в медийных жанрах и традиционные приемы выражения авторского отношения, формирующие «ожидание» адресата: обращение к приемам *концептуального озаглавливания; смысловая «игра» с заголовками* на основе визуальных кодов (подчеркивание, графическое выделение, цветное маркирование).

На основе представленной информации подготовьте **научный доклад «Жанровая природа медийного текста».**

Продумайте использование дополнительной информационной наглядности: схем, таблиц, примеров и пояснений, которые характерны для жанров научной презентации. Будьте готовы изложить эту информацию в аудитории.

Задание 3

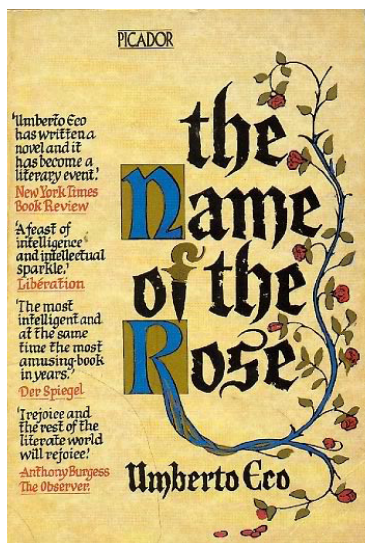
Используя известные критерии оценки медийных жанров публицистики, **оцените** медиатекст, подготовленный для публикации в «Студенческом вестнике Демидовского университета».

ЧИТАЙТЕ ЗАРУБЕЖКУ!

Русскую литературу должен знать каждый образованный человек в нашей стране. Литература зарубежная — это уже дело вкуса. Но культурные люди, конечно, не станут ограничиваться знанием отечественных шедевров, они не оставят в стороне и зарубежных авторов. Но есть и такие люди, которые просто обязаны знать зарубежную литературу так же хорошо, как и русскую. Эти люди — филологи.

Я, как представитель филологов, хотела бы поделиться своими впечатлениями по прочтении замечательной книги итальянского писателя У. Эко «Имя розы».

Как известно, в школе зарубежную литературу не преподают, за исключением каких-нибудь редких случаев, когда в рамках домашнего чтения задают прочесть книги, без которых уж совсем нельзя жить грамотному человеку.



Так вот, будучи школьником, я как-то не особо задумывалась над тем, что кроме русской литературы есть еще и зарубежная. Весь мой читательский опыт состоял из программных книг русских классиков и «Ромео и Джульетты» Шекспира. Но когда я поступила на филологический факультет, то поняла, сколько всего упустила, ведь мировая литература богата невероятным количеством прекрасных книг. С тех пор я безумно полюбила зарубежную литературу, и одним из моих самых любимых писателей стал Умберто Эко.

Конечно, Эко не из легких писателей, книги которых неплохо расслабляют мозг, давая ему отдохнуть после трудного дня. Нет. Романы У. Эко, пожалуй, одни из самых трудных, на мой взгляд. Через первые страниц 70–100 приходится буквально «продираться». Все это происходит из-за того, что Эко использует стилизацию под старый язык, в частности, в романе «Имя розы» он пытается приблизиться к языку средневековых хроник.

Но зато, какое удовольствие получаешь, пройдя этот рубеж в сто страниц! Средневековый монастырь, череда странных смертей монахов, таинственная запретная книга... Страницы романа так и дышат средневековым духом! Но помимо интригующего и закрученного сюжета, для филологов книга будет интересна большим количеством аллюзий на другие книги. Причем не только художественные, но и на некоторые научные труды ученых Средневековья, например, на так высоко почитаемого главным героем Роджера Бэкона.

Также из романа можно почерпнуть обширные сведения о жизни в XIII веке, о политических деятелях, о религиозных конфликтах. В «Имени розы» выделяется множество групп еретиков, каждая из которых довольно подробно описана. Конечно же, роман не лишен и философских рассуждений, касающихся роли книг в жизни человека.

Любой роман Умберто Эко можно назвать «интеллектуальным». Простому читателю будет трудно прочесть роман с первого раза. Для лучшего понимания подобного рода писателей требуется хоть какое-то малейшее знание предшествующей литературной традиции.

Зарубежная литература — кладь таких мировых шедевров, как «Одиссея» Гомера, «Божественная комедия» Данте, «Дон Кихот» Сервантеса, «Фауст» Гете, «Гамлет» Шекспира. Ряд можно продолжать практически до бесконечности. Многие мотивы зарубежной классики стали архетипическими, легли в основу и многих русских произведений. Я не призываю читать ТОЛЬКО зарубежную литературу. Ни в коем случае! Но я призываю не повторять моей ошибки и не заикливаться на русской литературе. Безусловно, и у нас есть свои столпы вроде Достоевского, Тургенева, Толстого. В каждой стране есть свои выдающиеся писатели и произведения. Вот и давайте культурно обогащаться, читая мировую литературу!

*Дарья М.,
студентка факультета филологии
и коммуникации*

**Благо книги — в том,
чтоб ее читали. Книга состоит
из знаков, говорящих о других
знаках, которые, в свою
очередь, говорят о вещах. Вдали
от читающего глаза книга
являет собой скопище знаков,
не порождающих понятий.
А значит, она нема.**

Умберто Эко. Имя розы



Читай
а сколько книг прочитал ты?...

Задание 4

Ниже представлены тексты, раскрывающие *проблемы коммуникативных ролей в публичном общении*. При сходстве тематическом данные тексты *отличаются жанрово-стилевым оформлением*.

4.1. Используя алгоритм жанрово-стилистического описания, сравните эти тексты и **определите жанровую принадлежность и возможного адресата**.

Текст 1

Каждому **человеку совершенно необходимо уметь нравиться**, но искусством этим овладеть нелегко. Вряд ли его можно свести к определенным правилам, и твой собственный здравый смысл и наблюдательность подскажут тебе больше, нежели мои советы.

Относись к другим так, как тебе хотелось бы, чтобы относились к тебе, — вот самый верный способ нравиться людям, какой только я знаю. Внимательно подмечай, какие черты тебе нравятся в людях, и очень может быть, что то же самое в тебе понравится и другим. Если тебе приятно, когда люди внимательны и чутки к твоему настроению, вкусам и слабостям, можешь быть уверен, что внимательность и чуткость, которые ты в подобных же случаях выразишь другим, будут им так же приятны.

Сообразуйся с тоном, господствующим в обществе, и не старайся задать ему свой. Будь серьезен, весел, даже легкомыслен, шути — в зависимости от того, какое будет в эту минуту настроение у всей компании. Именно так каждый отдельный человек должен вести себя по отношению к обществу, окружающему его. Не надо докучать собравшимся, рассказывая какие-нибудь истории, это самое нудное и неприятное, что только может быть. Если ты случайно знаешь какой-нибудь очень коротенький рассказ, имеющий прямое отношение к предмету, о котором в данную минуту идет речь, расскажи его как можно короче.

Прежде всего, избавься от привычки говорить о себе и не вздумай занимать своих собеседников собственными волнениями

или какими-либо личными делами; как они ни интересны тебе, всем остальным слушать о них утомительно и скучно. Кроме того, надо уметь молчать вообще обо всем, что имеет значение лишь для тебя одного. Какого бы ты сам ни был мнения о своих достоинствах, не выставляй их напоказ в обществе... Если это подлинные достоинства, люди о них неминуемо узнают и без тебя.

Никогда не доказывай своего мнения громко и с жаром, даже если в душе ты убежден в своей правоте и твердо знаешь, что иначе и быть не может. Выскажи его скромно и спокойно, ибо это единственный способ убедить. Если же тебе не удастся это сделать, попытайся попросту перевести разговор на другую тему.

(По Ф. Честерфильду)

Текст 2

Принцип кооперации

Этот важнейший принцип общения был сформулирован преимущественно к условиям *устного диалогического общения*, однако с определенными поправками он может быть распространен и на текстовую коммуникацию, в рамках которой к диалогу наиболее близка переписка. Этот принцип общения регулирует количество и качество информации, выдаваемой каждым из коммуникантов на том или ином шаге речевого общения. Например, правило, регулирующее количество, требует, чтобы говорящий не скрывал нужной информации, которая принципиально важна для принятия решения по обсуждаемой проблеме, и не сообщал той, которая не требуется. Правило, относящееся к качественному аспекту, запрещает выдачу ложной или непроверенной информации.

Принцип *кооперации* и коммуникативного сотрудничества требует правильного выполнения коммуникативных ролей: *говорящий — слушающий*. Все мы сталкивались с такой ситуацией в диалоге, когда мы хотели, но не могли высказаться. Чрезмерная речевая активность одного партнера иногда не дает другому даже обозначить свою позицию. Умением слушать отличается далеко не каждый, и нередко диалоги представляют собой смену коммуникативных ролей, основанную на произвольном вторжении в чужую речь, т. е. на перебивах.

Знание правил смены коммуникативных ролей помогает говорящим реализовать свои цели, учитывая интересы друг друга.

Например, следует учитывать **правила смены коммуникативных ролей** в диалогической речи.

1. Говорящий учитывает особенности оперативного усвоения устной речи и по возможности говорит кратко. Реплика не должна превращаться в монолог.

2. Координированная последовательность реплик сторон выражается в добровольной передаче речевой инициативы другой стороне после формулирования какой-либо мысли.

3. Перебивы, взгляды, жесты могут выступать и как сигналы перехвата речевой инициативы адресатом речи. Удобнее всего «вторгаться» в чужую речь при помощи реактивных реплик типа «да-да», «хорошо», «так», «допустим», «еще бы», «разумеется», «надо же» и т. п.

4. Сами по себе реактивные реплики не представляют смены коммуникативных ролей.

5. При необходимости перебить говорящего в середине фразы слушающий приносит извинение. Такие случаи должны быть исключением, а не правилом.

Принцип кооперации и сотрудничества требует, чтобы в деловом общении речь говорящего (пишущего) отвечала коммуникативным ожиданиям, которые, в свою очередь, **обусловлены социальными ролями говорящего и слушающего**.

Так, в разговоре между равноправными партнерами неуместен менторский или покровительственный тон, нотки категоричности или назидания. Во взаимоотношениях начальника с подчиненным коммуникативные ожидания определяются социальной ролью говорящего. Со стороны начальника речевое поведение определяется такими чертами, как покровительство, заботливость, требовательность, а со стороны подчиненного — вежливостью, предупредительностью. Таким образом, согласованность коммуникативных установок, речевых партий также отвечает универсальному принципу кооперации и коммуникативного сотрудничества.

4.2. Выберите один из текстов и *подготовьте «медийную платформу» для его публикации в электронном издании*: выберите *медийный источник* (электронную версию журнала или газеты); продумайте *визуальное сопровождение* информации; эффективно используя рекомендации об оформлении медиа текста (см. задание 1 данного раздела), выберите нужный *медиаинструментарий* (яркий заголовочный комплекс, гиперссылки, шрифтовое и цветовое выделение информации, дополнительная контактная информация для адресата и т. п.).

Подготовьте полученный текст для презентации в аудитории.

Задание 5

Прочитайте представленную ниже информацию о личностно ориентированных жанрах медийной журналистики.

Ответьте на проблемные вопросы и выполните задания с использованием кейс-ситуации:

- Докажите, что в характеристике жанрового паспорта масс-медийного текста можно использовать параметр «жизненный цикл товара», характерный для описания коммуникативных продуктов в интегрированных маркетинговых коммуникациях.

- Используя предложенную модель описания «жанрового продукта», предложите свой пример описания одного из жанров современной коммуникативной практики: телевизионной программы, печатного издания или рекламного сообщения.

Коммуникативные продукты

Традиционно ведение «записей для себя» и оформление бумажного послания наряду с интернет-дневником, блогом, форумом, где в то же время сильна традиция «подневных записей», хроникально расположенных и имеющих адресата.

Способы коммуникативного взаимодействия (характеристика стратегического планирования и анализ средств информационного инструментария)

Как показывает опыт анализа современного эпистолярного и дневниковой прозы, устойчивы традиции выбора двух ком-

муникативных моделей поведения: «ПИШУ ДЛЯ ДРУГИХ» (информирование на основе анализа жизненных фактов и опыта их проживания) и «ПИШУ ДЛЯ СЕБЯ» (самопрезентирование, основанное на эгоцентрической позиции самолюбования или эмотивном намерении выговориться).



Способы индивидуально-личностного взаимодействия: ролевое поведение ведущего дневники в виртуальной сети подчинено законам интернет-общения (ник вместо имени, особый этикет, особый грамматикон); в скором будущем, вероятно, необходимо будет разрабатывать правила графического и стилистического режима интернет-переписки, рассматривать новые требования к языковому паспорту «пишущего» в рамках коммуникации в сети.

«Жизненный цикл» анализируемой коммуникативной модели (диахроническое описание представленного коммуникативного продукта, объяснение причин популярности)



Обращение к практике ведения дневника и оформлению письменного послания адресату имеет очень прочную традицию: от формализованной модели эпистолярия и дневника «1 — 1»

до формализованной модели разговора в интернет-режиме «1 — много». Актуализирован в последнее время интерес к электронному эпистолярию в связи с интересом к личности другого, интересом к интимному началу в общении в соединении с уникальными возможностями нового вида связи, каким является Интернет. В настоящий момент наблюдается интересное явление: созданные в спонтанном интернет-режиме коммуникативные продукты (письма и дневники) обретают «вторую жизнь» в виде изданий на бумажных носителях (специальная серия книг «Письма@друзей»). Это позволяет говорить об «устойчивом генетическом коде» и «жизнеспособности» таких проверенных временем коммуникативных продуктов, как эпистолярий и дневник.

Общая цель проводимых опытов описания существующих моделей коммуникативной практики, на наш взгляд, заключается в том, чтобы составить **каталог моделей современной коммуникативной практики**, произвести их «рабочую инвентаризацию». Это позволит в дальнейшем выявить **закономерности в функционировании моделей и выборе кодов**, оценить востребованность и частотность обращения к определенным кодам; определить *наиболее и менее изученные* модели и инструментальные коды информационного взаимодействия.

Задание 6

Один из наиболее распространенных новостных жанров публицистики — **пресс-релиз**.

6.1. Внимательно прочитайте информацию о *функциональном назначении и жанрово-стилевом оформлении пресс-релиза*. Подготовьте краткое описание или составьте «паспорт» этого жанра, с учетом сферы использования, адресата и композиционного оформления.

Пресс-релизы — наиболее распространенное и эффективное средство работы со СМИ, информирования общественности в целом. Это краткая или развернутая информация, бесплатно распространяемая департаментами и службами PR. Предназначены пресс-релизы для журналистов и редакций СМИ (печатных

изданий, радио, телевидения), в сотрудничестве с которыми заинтересована фирма.

Пресс-релизы являются обязательной и необходимой частью информационных пакетов раздаточных материалов, распространяемых на пресс-конференциях, презентациях, конференциях, семинарах, слушаниях и других мероприятиях. Кроме того, они могут распространяться самостоятельно по традиционной и электронной почте, факсом, передачей лично в руки. Попадая в редакцию СМИ, пресс-релиз становится исходной базой для всевозможных форм его дальнейшего пользования. Пресс-релиз стоит писать, если есть действительно интересная новость, иначе, скорее всего, неинформативный и ненужный пресс-релиз журналистами будет оставлен без внимания, а работа над таким пресс-релизом окажется бессмысленной. Чтобы материал пресс-релиза был напечатан в нужных СМИ, желательно, чтобы он отвечал *следующим правилам*:

- информация пресс-релиза должна быть интересна и нужна аудитории того издания, куда направляется пресс-релиз;
- информация должна быть актуальной, злободневной;
- информация должна быть близка читателям, отражать общественно значимые проблемы;
- информация должна быть «свежей»;
- информация может включать слова одного или нескольких лидеров мнений по данной теме.

Заголовки и лиды пресс-релиза являются наиболее важными во всём этом документе. Именно по первым строчкам журналист определяет, интересна данная новость его изданию или её можно выбросить. Поэтому заголовок должен быть ярким, чтобы максимально заинтересовать любого, кто его начнёт читать. Лид — это первый абзац. Он должен состоять из одного предложения, в котором кратко излагается суть новости (события и т. п.). Здесь важно указать информацию в следующем порядке: кто является участником произошедшего события, новости и т. д., что за событие, новость, когда и где оно произошло или произойдёт, почему оно произошло и как оно произошло.

Пресс-релизы бывают нескольких разновидностей.

• ***Пресс-релиз-анонс*** — информация в таком пресс-релизе сообщает о событии, которое только должно произойти. Вовремя разосланный такой пресс-релиз обеспечит присутствие представителей прессы на событии. Помимо изложения сути предстоящего события в этом пресс-релизе можно дать предысторию события, которая поможет заинтересовать прессу.

• ***Пресс-релиз-новость*** (нюс-релиз) — несёт в себе информацию об уже свершившемся событии. Здесь можно добавить и краткие комментарии действующих или заинтересованных лиц.

• ***Информационный пресс-релиз*** — информирует о текущем, ещё не завершённом событии. В этом пресс-релизе дают только отчёт о текущих изменениях или новом повороте событий, предполагая, что суть этого события уже известна.

Пресс-релиз не должен содержать оценочных данных или информации рекламного характера, он должен быть небольшим по объёму (не больше двух страниц) и содержать в себе информацию только о единственной новости. Информация в пресс-релизе должна отвечать требованиям того издания, куда был отправлен пресс-релиз.

Подготовьте информацию для ***устной презентации*** в аудитории как ***рекомендательный текст***.

6.2. Проведите комплексный жанрово-стилистический анализ представленного ниже образцового пресс-релиза.

**Передвижная выставка Фонда Анатолия Лисицына
«Непо100ронная война» открывается
в Музее истории города Ярославля**

С 8 по 17 августа в Музее истории города Ярославля (Волжская наб., 17) будет работать экспозиция **«Непо100ронная война. 1914–1918»**, посвященная увековечению памяти воинов, павших в годы Первой мировой войны. Организатор выставки — Фонд Анатолия Лисицына по поддержке инновационных и социальных проектов.

На выставке представлены международные гуманитарные проекты «Долг Отечества» и «Память Отечества», реализуемые Фондом в преддверии 100-летия начала Первой мировой войны, незаслуженно забытой в отечественной истории. Деятельность фонда в рамках данных проектов направлена на возвращение из небытия памятников и некрополей Первой мировой войны, привлечение внимания органов власти, бизнеса и общественности к их состоянию, на то, чтобы ввести в научный оборот и сделать достоянием общества информацию, собранную волонтерами, и таким образом почтить память всех жертв великой войны.

Русское кладбище в Белграде является вторым в Европе по количеству захороненных на нем наших соотечественников. Состояние, в котором находятся могилы выдающихся деятелей России, равно как и ее солдат времен Первой мировой войны, удручающее. Цель международного гуманитарного проекта «Долг Отечества» — восстановление Русского некрополя в Белграде, реконструкция исторической памяти России и сохранение ее репутации в мире как великой державы, не забывающей своих воинов.

В рамках международного гуманитарного волонтерского проекта «Память Отечества» фонд уже несколько лет ведет систематическую научно обоснованную работу по увековечению памяти воинов Первой мировой войны, организует волонтерские экспедиции по поиску и благоустройству воинских захоронений, проводит круглые столы и конференции, посвященные тематике проекта.

На стендах также представлена деятельность фонда по содействию в изучении русского языка в школах и вузах Западной Украины (проект «Школа русской культуры»), а также социальные проекты в помощь детям-инвалидам и социально незащищенным жителям Ярославской области, по поддержке одаренных детей и молодежи.

Открытие выставки состоится 8 августа в 16:00 по адресу: Ярославль, Волжская наб., 17, Музей истории города. В мероприятии примут участие член Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации, председатель Попечительского

совета Фонда Анатолия Лисицына Анатолий Лисицын, представители органов власти, общественных организаций, СМИ.

Подробная информация о проектах, представленных на выставке, — на сайте «Непо100роняя война» (<http://www.nepo100rat.com>).

Анкудинова Екатерина
(4852) 58-10-18, 8-915-969-90-52

6.3. Ниже представлены два пресс-релиза, посвященные одному новостному поводу. **Оцените их, используя требования к пресс-релизу.** Выскажите рекомендации к жанрово-стилевому оформлению.

Текст 1

Любителям театра и кино

Международный фестиваль театра и кино в Ярославле

С 12 по 30 марта впервые в Ярославле состоится V Международный фестиваль театра и кино «Золотая крыша».

География фестиваля огромна: Грузия, Украина, Литва, Эстония, Греция, Сербия, из российских городов — Петербург, Москва, Омск, Самара, Рязань...

В рамках кинопрограммы фестиваля — художественное, документальное кино, анимация, короткий метр.

Открывается фестиваль картиной Бориса Хлебникова «Пока ночь не разлучит». В пятницу, 14 марта, ярославцев ждет уникальный показ картины грузинского режиссера Резо Чхеидзе «Свеча с гроба Господня», с которой на сегодня познакомилось лишь небольшое количество россиян. Эмилис Веливис, режиссер из Литвы, окрещенный интернет-пользователями «Гаем Ричи Прибалтики», представит в Ярославле свой фильм «Зеро 2». Милош Бикович из Сербии приедет с картиной «Монтевидео: Божественное видение», в котором молодой актер сыграл главную роль. В программе значатся картины российских мастеров:

«Кошечка» (Григорий Константинопольский), «Географ глобус пропил» (Александр Велединский).

Анимационную программу представит наш знаменитый земляк, Заслуженный деятель искусств Российской Федерации, член Союза кинематографистов России, член Международной ассоциации аниматоров (АСИФА), член Американской киноакадемии, лауреат премии «Оскар» художник-аниматор Александр Петров.

Театральная афиша фестиваля представлена как современной, так и классической драматургией. Современное направление в театральном искусстве представляют театр Топ (г. Омск), Театральный центр им. Мейерхольда и Театр.DOC (г. Москва), Большой Театр кукол (г. Санкт-Петербург). Драматургические произведения авторов, проверенных временем, — Л. Толстого, И. Бунина, Ф. Абрамова, Э. Олби, — представляют Самарский академический театр драмы им. Горького, театр-фестиваль «Балтийский дом» (г. Санкт-Петербург), Ярославский Камерный театр.

(Светлана С., магистрант ФФУК)

Текст 2

Для всех театралов и любителей кино

«Золотая крыша» в Ярославле: искусство без границ и политики

2 марта в Ярославле открылся V Международный фестиваль театра и кино «Золотая крыша», он продлится до 30 марта 2014 года. Это культурное событие, не знающее аналогов в регионе. Ярославскому зрителю будут представлены лучшие работы и их авторы. Девиз фестиваля: « Искусство без границ и без политики».

Свои работы представляют известные деятели театра и кино: российские режиссеры Борис Хлебников, Александр Велединский, Григорий Константинопольский, Станислав Говорухин, актеры Александр Робак, Михаил Ефремов, Константин Хабенский, Андрей Мерзликин и другие.

География фестиваля огромна: Грузия, Украина, Литва, Эстония, Греция, Сербия, из российских городов — Петербург, Москва, Омск, Самара, Рязань...

В рамках кинопрограммы — художественное, документальное кино, анимация, короткий метр. Открывается фестиваль картиной Бориса Хлебникова «Пока ночь не разлучит», которую можно будет увидеть 2 марта 2014 года. Свои двери для любителей кино распахнет Киномакс-Ярославль (г. Ярославль, пр-т Ленинградский, д. 123, тел. 8-800-555-54-66 (звонок бесплатный), 8 (4852) 585-561 yar_rekl@kinomax.ru).

Затем в другие дни фестиваля ценителей киноискусства ждут приятные просмотры картин: «Свеча с гроба Господня», «Зеро 2», «Монтевидео: Божественное видение» «Кошечка», «Географ глобус пропил».

Анимационную программу представит наш знаменитый земляк, лауреат премии «Оскар» художник-аниматор Александр Петров.

Театральная афиша фестиваля **представлена как современной, так и классической драматургией**. Современное направление в театральном искусстве представляют коллективы разных городов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Омска, Самары, Ярославля. Ознакомиться с современной и классической драматургией театралы смогут на сцене Ярославского Камерного театра. Театральный фестиваль продлится с 20 по 30 марта.

Ответы на интересующие вопросы об организации **V Международного фестиваля театра и кино «Золотая крыша» Вы можете получить** по тел. 8-915-...-...-... (Иванова Светлана Павловна) или по e-mail: spi@mail.ru

(Светлана К., магистрант ФФУК)

Задание 7

Мы часто оказываемся в ситуации публичного обсуждения проблемного вопроса гуманитарной или общественно значимой направленности, когда должны активно «включиться» в обсуждение.

Выберите тему для рассуждения (из представленных ниже) и подготовьте *устный публичный экспромт*.

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКСПРОМТА

- Можно ли победить «леность ума» и как?
- «Только влюбленный имеет право на звание человека». Насколько актуально это высказывание А. Блока для современного молодого человека?
- Можно ли найти разумное решение в споре «книга и компьютер»?
- Нужны ли молодёжные субкультуры и почему?
- Нужно ли современного человека учить быть грамотным?
- Можно ли найти компромисс в споре «отцов и детей»?
- Правильно ли мы понимаем слово «толерантность»?
- Актуально ли сегодня мнение: «Человек сам для себя «мотиватор»?

Вы можете воспользоваться следующими **рекомендациями к публичному выступлению**.

1. **Решительное начало** выступления. Первая фраза выступления должна быть продумана, подготовлена заранее и хорошо выучена. Нельзя запинаться в первой же фразе выступления или задумываться над тем, с чего вы начнете, — такого выступающего аудитория сразу посчитает неуверенным, некомпетентным. Первая фраза должна быть четкой и понятной для слушателей. Она должна быть заранее приготовлена и хорошо отрепетирована, произнесена уверенно и выразительно.

2. **Драматизм** — это напряжение в тексте. Драматизм создается в выступлении при намеренном столкновении разных точек зрения, путем вступления оратора в спор с каким-либо мнением, авторитетом или точкой зрения, при рассказе о каких-либо необычных или трагических событиях, происшествиях. Как говорил Дейл Карнеги, «мир любит слушать о борьбе». Драматизм должен быть создан в тексте на этапе его подготовки.

3. Сдержанная эмоциональность. Эмоциональность — обязательное требование к публичному выступлению, абсолютно необходимый его элемент. Слушатели должны ощущать, что вы говорите эмоционально, взволнованно, что вам самому небезразлично то, что вы говорите. Выступление ни в коем случае не должно быть монотонным. Однако эмоциональность должна быть именно сдержанной: предпочтительнее приводить факты, вызывающие у слушателей эмоции, нежели самому говорить слишком эмоционально.

4. Краткость. Краткие выступления рассматриваются в большинстве аудиторий как более умные, более правильные, содержащие истинную информацию. Особенно ценится краткость в русской аудитории, что отражено в известной поговорке «коротко и ясно»: смысл ее в том, что если коротко, то, следовательно, и ясно. Крайне необходимо соблюдать отведенный регламент, уложиться в отведенное время. Нужно учиться говорить коротко.

5. Диалогичность. Выступление должно представлять собой как бы диалог со слушателями. Оратор не должен все время говорить сам, он должен задавать вопросы аудитории, выслушивать ее ответы, реагировать на поведение аудитории. Любое выступление должно иметь черты беседы. Эти вопросы могут быть и риторическими, но позволяют повысить эффективность устного выступления.

6. Разговорность. Стиль выступления должен быть преимущественно разговорным, выступление должно носить характер непринужденной беседы. Хорошее выступление — это прежде всего разговорный тон и непосредственность. Разговорность ораторского выступления существенно повышает доверие к оратору, а значит и к содержанию его речи.

7. Установление и поддержание контакта с аудиторией. Само собой разумеется, что данное требование относится к числу важнейших. Что значит «установить контакт с аудиторией»? Это значит смотреть на аудиторию во время выступления, следить за ее реакцией, вносить изменения в свое выступление в зависимости от реакции аудитории, демонстрировать приветливость, дружелюбие, готовность ответить на вопросы, вести

с аудиторией диалог. Аудиторию надо разбить на секторы и смотреть по очереди на каждый сектор.

8. Понятность главной мысли. Главная мысль должна быть сформулирована словами, причем желательно не менее двух — трех раз в ходе выступления. В подавляющем большинстве случаев аудитория любит выводы и ждет выводов от оратора в сформулированном виде.

9. Решительный конец. Как и начало, конец выступления должен быть кратким, ясным, понятным, заранее продуманным. Окончательную фразу надо заранее продумать и сформулировать словами. Ее, как и начальную фразу, надо отрепетировать, чтобы произнести без запинки, четко и понятно. Заключительная фраза должна быть произнесена эмоционально, несколько замедленно и многозначительно, чтобы аудитория хорошо поняла ее и одновременно поняла, что это завершение вашего выступления.

А вот что **классическая риторика** рекомендует выступающему:

1. Говори только о том, что хорошо знаешь, что волнует тебя лично, что тебе лично интересно.

2. Уважай своих слушателей, не думай, что они глупее тебя.

3. Не кричи. Убеждай аргументами и фактами, а не силой голоса.

4. Не стремись сказать сразу о многом. Будь кратким, но убедительным и логичным.

5. Говори проще.

6. Обращайся не только к разуму, но и к сердцу слушателей.

7. Следи за правильностью своей речи. Если не уверен, что произнесешь слово с правильным ударением или неточно знаешь значение слова или выражения — замени его другим.

8. Употребляй пословицы, поговорки, крылатые выражения. Они помогут сделать твою речь образной и выразительной.

9. Помни, что удачным выступление бывает тогда, когда оно хорошо продумано и подготовлено.

Примеры выполнения экспромпта

Текст 1

Ты сам себе мотиватор!

Сейчас появилась тенденция: если ты не хочешь что-то делать, то ты говоришь: «У меня нет мотивации».

Но если ты и завтра не захочешь встать утром и пойти в университет, то она у тебя вряд ли появится. Хотя отговорка неплохая, признаю.

В последнее время появилось множество статей о коучинге. **Суть коучинга — движение к цели**, а коуч-тренер не решает за человека проблемы, а **мотивирует** его, заставляя двигаться к цели. Но я считаю, что человек **должен мотивировать себя сам** — выступать для себя, можно так сказать, «коуч-тренером».

Мотивация, как мне кажется, — способ делать то, что порой совсем не хочется. Самое главное понять, что без затрат времени и сил никакую цель не достигнуть. **Только действие приносит результат.**

Но в то же время, я считаю, не стоит строить планы, которые **легко осуществить**, иначе потеряется интерес к ним. **Нужно действовать быстро**, «срок годности» вашей новой идеи — 3 дня. Если через три дня вы не сделаете первый шаг навстречу вашей мечте, то вы не «воплотите ее в жизнь» никогда. И главное правило успеха: надо заниматься **любимым делом**. Иначе рано или поздно, а скорее рано, чем поздно, тебе просто надоест.

Можете так же, как и я, взять на вооружение рекомендации студентов Гарварда, которые мотивируют себя в таком прозаическом деле, как «учебный труд»!

1. Если ты сейчас уснешь, то тебе, конечно, приснится твоя мечта, но если **ты выберешь учебу, то ты воплотишь свою мечту в жизнь.**

2. Когда ты думаешь, что все уже слишком поздно, на самом деле **все еще рано.**

3. Люди, которые вкладывают что-то в будущее — **реалисты.**

4. Успех приходит только с **самосовершенствованием и решительностью.**

Живите своим делом, вкладывайте в него силу и душу — это и будет вашей мотивацией!

(Надежда Б., студентка ИФ)

Текст 2

*Любовь юная, прелестная, поэтическая,
уносящая в мир грез, — на земле только она
одна может дать счастье! (А. П. Чехов)*

Не так давно Всемирная Организация Здравоохранения внесла «любовь» в официальный реестр психических заболеваний человека. В реестре МКБ (Международный классификатор болезней) любовь находится под номером F63.9. «Любовь как болезнь» расположилась сразу же после таких заболеваний, как алкоголизм, токсикомания, игромания и клептомания.

Я не могу согласиться с положением о том, что «любовь» — это заболевание, которое, подобно простуде или насморку, лечится медикаментами. Ведь ещё древние говорили: «Amor non est medicabilis herbis» — «любовь травами не лечат». В моём понимании «любовь» — великое чувство, которое способно человека поднять до небес, осчастливить, найти в нём внутренние силы, которые прежде никогда не были замечены. И действительно, влюблённый человек смотрит на мир совершенно в другом свете, видит в нем исключительно прекрасное, иногда незаметное на первый взгляд. Это воодушевление отличает влюбленного от окружающих, делая из него художника. Даже самая трагичная, несчастливая любовь даёт прилив творческих эмоций, сил, которые, в частности, воплощаются в произведения искусства. «Евгений Онегин» Александра Сергеевича Пушкина, «Герника» Пабло Пикассо, Соната № 14 («Лунная» соната) Людвиг ван Бетховена — всё это плоды любви, иногда неразделенной, даже несчастной, но всё-таки любви!

Говорить, что «любовь» — заболевание психики, как минимум кощунственно и пошло. Но я не исключаю, что люди, предположившие это, сами никогда не любили и не были любимыми.

(Евгения П., студентка ЮФ)

Список литературы по курсу

Основная

1. Антология жанров : повседневная коммуникация / сост. К. Ф. Седов. — М., 2007.
2. Активные процессы в массовой коммуникации : метод. указания / сост. Л. Г. Антонова. — Ярославль, 2013.
3. Антонова, Л. Г. Коммуникативная культура профессионала / Л. Г. Антонова. — Ярославль, 2010.
4. Антонова, Л. Г. Письменные жанры речи / Л. Г. Антонова. — Ярославль, 1999.
5. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — М, 2004.
6. Прохоров Ю. Е. В поисках концепта / Ю. Е. Прохоров. — М., 2009.
7. Стернин, И. А. Деловое общение / И. А. Стернин. — Воронеж, 2009.
8. Стернин, И. А. Деловое общение : Коммуникативный тренинг / И. А. Стернин, Г. Я. Селезнева, А. В. Рудакова. — Воронеж, 2010.

Дополнительная

1. Анисимова, Т. В. Речевая компетенция менеджера / Т. В. Анисимова, Е. К. Гимпельсон. — М., 2007.
2. Колтунова, М. В. Язык и деловое общение : Нормы, риторика, этикет / М. В. Колтунова. — М., 2000.
3. Кузнецов, И. Н. Современная деловая риторика / И. Н. Кузнецов. — М., 2007.
4. Культура устной и письменной речи делового человека : Справочник. Практикум / Н. С. Водина, А. Ю. Иванова, В. С. Клюев и др. — М., 2002.
5. Лебедева, М. М. Вам предстоят переговоры / М. М. Лебедева. — М., 1993.
6. Снелл, Ф. Искусство делового общения / Ф. Снелл. — М., 1990.

Программное обеспечение и интернет-ресурсы

1. Русский филологический портал. — URL : <http://www.philology.ru>
2. Российская государственная библиотека (РГБ). — URL : <http://www.rsl.ru>
3. Справочно-информационный портал «Грамота.ру». — URL : [http // www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)
4. Университетская библиотека online. — URL : <http://www.biblioclub.ru>
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. — URL : <http://window.edu.ru/>
6. Научная электронная библиотека. — URL : <http://elibrary.ru>

Приложения

Приложение 1

Материалы контрольных заданий по практикуму «Профессиональные жанры речи»

Контрольная работа 1

1.1. Ответьте на проблемные вопросы по жанрологии:

- Почему принято говорить, что жанр «узнаваем и воспроизводим»?
- Какие компоненты жанрового паспорта прежде всего формируют опыт эффективного взаимодействия? Почему?
- Почему принято говорить об «открытом жанровом пространстве» в современной коммуникативной практике? Приведите примеры актуальных современных жанров (или субжанров).
- Как определяется жанр в историко-культурном аспекте?
- Какие смежные понятия обслуживают комплексное толкование «жанрового стереотипа»?
- Как можно определить «жанровый опыт ЯЛ»?

1.2. Контрольное практическое задание:

- Дайте краткую характеристику данного текста: тип текста, жанр, стилевая принадлежность; где может быть размещен и кому адресован.

- Представьте, что вы сотрудник корпоративной пресс-службы. Подумайте, где, кому и с какой целью вы будете представлять эту информацию.

- Придумайте интересную жанровую интерпретацию данного материала для выбранного вами адресата.

- Представьте предложенные текстовые материалы (по выбору) в активном коммуникативном режиме теледискурса: популярный рассказ перед аудиторией (подводка к сюжету), проблемный диалог в студии, репортаж с места событий, журналистское расследование. Будьте готовы представить данный текст в аудитории, моделируя телевизионное общение.

Текст 1

Кризис пиратских напевов

В прошлом году тревожным звоночком прозвучала новость о принятии Конгрессом США закона, в котором предусматривалось наказание в виде штрафа в размере до \$ 250 000, а также тюремное заключение для любого пользователя, сохранившего в расширенной папке хотя бы один файл с контрафактным содержанием. Ранее американское правосудие карало лишением свободы лишь особо активных участников файлообмена, распространивших контента на сумму свыше \$ 2 500. Маховик антипиратских репрессий в Старом Свете раскручивается не столь стремительно, хотя и там у любителей бесплатной онлайн-музыки невеселые перспективы. В апреле Еврокомиссия предложила ужесточить меры наказания за производство и распространение нелегальной продукции, сделав их едиными для всех стран ЕС. В новом законопроекте предусматривается штраф в 100–300 тысяч евро и как минимум четыре года тюрьмы. Лоббированием занималась специально созданная для этой цели группа CMBA (Creative & Media Business Alliance), в учредителях которой ходят такие авторитеты, как Sony BMG, Disney, EMI и Universal Music International.

На частных лиц, загружающих из Интернета нелегальный контент в личных целях, новая инициатива Еврокомиссии не распространяется. Впрочем, это вовсе не означает, что домашние пользователи не попали под прицел правообладателей. Так, в Германии с 1 января 2007 г. в силу вступает закон, согласно которому скачивание для личного пользования продукции, защищенной авторским правом, будет караться двумя годами лишения свободы, а тем, кто применит добытый контент в коммерческих целях, грозит «пятерка». И немецкие власти уже всю прибегают к крутым мерам. В частности, по наводке Международной федерации звукозаписывающих компаний (IFPI) в мае сего года к ответственности привлекли сразу 3,5 тысячи пользователей пиринговой сети eDonkey. Помимо гражданских исков о компенсации ущерба правообладателям, всем было предъявлено уголовное обвинение.

Провайдеры, как и следовало ожидать, заявили, что незаконный файлообмен не поддерживают и ответственности за него

не несут. Представители провайдерского «профсоюза» ISPA напомнили воинствующим защитникам копирайта о своих довольно скромных инструментах контроля в этой сфере, упомянув, что не имеют возможности проверять каждый передаваемый по Интернету файл так же, как сотрудники почтового офиса не могут открывать письма, дабы ознакомиться с его содержанием.

В конце июля пал еще один из немногих оплотов «свободной» музыки в Европе. В Испании был принят закон, запрещающий нелегальный обмен и загрузку защищенных копирайтом материалов в Сети. Испанский вариант отличается некоторой экзотичностью, предусматривая взимание налога с каждого покупаемого носителя, на который можно записать музыку, фильм или любой другой контент, охраняемый законами о копирайте. Вырученные средства передаются правообладателям в качестве компенсации за потенциальные потери. Подорожали CD\DVD-болванки, флэшки и карты памяти, а вот винчестеры почему-то в этот перечень не попали.

(Компьютерра. 2006. 12 сент. С. 55)

Текст 2

«Разговор по понятиям»

В последнее время почти любая беседа о русском языке сводится к его порче. Спор об этом ведется, как правило, скорее на эмоциональном уровне, но все же существует несколько постоянных аргументов. И в качестве одного из главных приводится появление в языке большого числа «бандитских» слов. Для солидности даже говорят о «криминализации» языка. Борцы за чистоту речи требуют чистки лексикона, запрета жаргонов, в первую очередь, конечно, бандитского, и прочих карательных мер. Очевидно, что с самим фактом частого употребления в речи таких новых (и старых в новых значениях) слов, как беспредел, отморозок, наезд, крыша, стрелка, кинуть и т. д., не поспоришь. Но вот говорить о порче языка, мне кажется, не стоит.

Есть две вещи, о которых важно сказать. Первая и, на мой взгляд, очевидная: язык нужен нам, чтобы говорить об окружающей нас действительности. Конечно, и о вечном тоже, и еще стихи

сочинять, и копить информацию, но всё-таки... Прежде всего мы хотим говорить о том, что происходит с нами здесь и сейчас. И когда окружающая действительность (это самое «здесь и сейчас») резко меняется, нам порой не хватает слов для разговора о ней. Хорош тот язык, которому удастся быстро компенсировать этот недостаток. Русскому языку разными способами, но все же удалось. Было бы лицемерием говорить о том, что бандитский период нашей жизни — 90-е годы, которым посвящены известные романы и киносаги, — не существовал. Некоторые считают, что он до сих пор не закончился, но, по крайней мере, самые яркие внешние приметы: типажи, распальцовка, красные пиджаки и подобное — ушли в прошлое. А вот слова остались. Почему? И это второе, о чем стоит сказать.

В целом это достаточно новый и живой, то есть обновляющийся, употребительный и довольно привлекательный, жаргон. Новые значения появляются, в частности, благодаря ярким метафорам: та же «крыша» хотя бы. Для крыши главной оказывается идея защиты, обычная крыша защищает дом, а «крыша» современная защищает бизнесмена и его дело. Не менее интересно выражение «фильтруй базар», где столкнулись, казалось бы, несовместимые старый и современный языковые пласты: «базарить» и «фильтровать». Новые же слова возникают благодаря мощному и продуктивному словообразованию.

Пожалуй, самое интересное состоит в том, что многие из «бандитских» слов оказались востребованы языком и после того, как сама бандитская действительность если не исчезла, то хотя бы затухала, стала менее заметной. И часто именно это вменяется языку в вину. Вначале он с помощью этих слов описывал бандитскую действительность, а сейчас что?

Употребление этих слов отчасти можно списать на моду, причем, действительно, на моду, на мой взгляд, не слишком приятную. Многие люди (небандиты) научились разговаривать так, как бы шутя и иронизируя, а отучиться никак не могут, тем более что бандитский жаргон успешно мутировал, смешавшись с «новым русским» языком чиновников и бизнесменов, в котором фигурируют такие слова и выражения, как «коммерсы», «откаты»

и «пилить бюджет». Короче, жаргон соответствует социальному прогрессу — от периода начального накопления капитала к периоду государственного капитализма и государственной коррупции. В этом случае как нельзя лучше подходит совет фильтровать базар, — но только вряд ли к нему прислушаются.

Самой же любопытной оказалась судьба нескольких слов, которые из разряда бандитских перешли в общеупотребительные.

Я еще помню те времена, когда мои весьма культурные знакомые, морщась, спрашивали: «Отморозок, а что это такое? Фу, как грубо!» А сейчас милейшая интеллигентная дама, ни секунды не задумавшись, реагирует на какую-то мою безобидную фразу: «Ну, это уже наезд! Как ты смеешь!» Эти слова, поначалу воспринимаемые как нечто чуждое литературному языку (этакие кадры из бодрого боевика), расширили свое значение и стали привычны в речи образованного человека.

Бороться с подобным «обогащением» русского языка абсолютно бессмысленно, тем более что оно представлено единичными явлениями. Оно, скорее, даже полезно. Большинство же «бандитских» слов уйдут, как только исчезнет потребность в них и схлынет мода. Остается дожидаться...

(По Максиму Кронгаузу)

Текст 3

Цвет и форма звука

Любопытные результаты получили психологи из Лондонского университетского колледжа. Проведенные там эксперименты свидетельствуют, что великий русский художник, основоположник и теоретик авангардизма Василий Кандинский был прав: картины действительно можно услышать, а музыку — увидеть.

Впрочем, приоритет Кандинского в этом вопросе весьма спорен. Упоминания синестезии (sinaisthesis) можно встретить еще у Лейбница и даже у Пифагора. Но о том, что понимать под этим термином, который можно трактовать как объединение различных ощущений, нет единого мнения даже среди ученых разных специальностей и школ, не говоря уже об искусствоведах.

Всем более или менее понятны словосочетания вроде «теплый цвет» или «мягкий, светлый звук». Но то, что за этими ме-

тафорами стоят особенности обработки нашим мозгом сигналов, поступающих от различных органов чувств, пока не очевидно. И не мудрено. Вокруг синестезии накопилось слишком много и мифов, и авторитетных мнений. А строго научный интерес к этой теме возродился вновь лишь недавно, в восьмидесятые годы прошлого века (после того как заглохли попытки исследований на рубеже XIX–XX веков, длившиеся всего несколько десятилетий).

Синестезия бывает разной. Кто-то способен слышать звуки цветов и форм, как Василий Кандинский, кто-то видит цвет звуков, как Александр Скрябин, а кто-то различает оттенки букв и цифр, как Иван Бунин. Есть и другие варианты. Разработанные психологами тесты позволяют уверенно определять обладающих этими способностями людей. Синестетики составляют около четырех процентов от всего населения, но среди людей творческих профессий встречаются в среднем в восемь раз чаще.

Некоторые ученые считают, что синестезия хоть порой и полезное, но все же отклонение от нормы. Возможно, оно возникает из-за перекрестного возбуждения соседних областей мозга, ответственных за обработку сигналов от разных органов чувств. Однако британские исследователи предположили, что все люди обладают такими способностями, но только синестетики их осознают.

Для проверки этой гипотезы ученые попросили шестерых добровольцев-синестетиков нарисовать свои ощущения и переживания от прослушивания музыкальных произведений, исполняемых Новым Лондонским оркестром. То же самое проделали и шесть добровольцев из контрольной группы обычных людей. Эти картины и музыку объединили в фильмы и попросили посетителей Лондонского музея науки выбрать те картины, которые лучше соответствуют музыке. Множество картин было показано двум сотням людей, и они всегда выбирали те, которые были нарисованы синестетиками!

Результаты эксперимента говорят о том, что, хотя обычные люди и не могут слышать картины или видеть музыку в буквальном смысле, они явно способны ощущать их связь и выбирать

«правильные» соответствия. У каждого из нас зрение, слух и, возможно, другие органы чувств как-то связаны между собой. Изучение синестетиков, несомненно, поможет пониманию этой сложной связи и тех путей, которыми следует наш мозг, обрабатывая поступающую информацию.

На следующем этапе исследователи планируют проследить с помощью топографии мозга на ядерном магнитном резонансе, что происходит в голове, когда звуки вызывают зрительные образы и наоборот. Это важно не только для традиционных синестетических видов искусства вроде оперы и балета, но и для создания новой виртуальной реальности, ставшей такой популярной вместе с распространением мультимедийных компьютеров.

(Компьютерра. 2006. 12 сент. С.15)

Образцы выполнения задания

Пример 1

Интервью с Максимом Кронгаузом

Интервьюер: Сегодня у нас в гостях известный лингвист, профессор, доктор филологических наук Максим Кронгауз. В нашей беседе мы поговорим о таком интересном явлении, как бандитский жаргон. Максим Анисимович, ушло ли это явление в прошлое вместе с девяностыми?

Интервьюируемый: Пожалуй, самое интересное состоит в том, что многие из «бандитских» слов оказались востребованы языком и после того, как сама бандитская действительность если не исчезла, то хотя бы затухала, стала менее заметной. И часто именно это вменяется языку в вину. Вначале он с помощью этих слов описывал бандитскую действительность, а сейчас что?

Интервьюер: Почему так произошло?

Интервьюируемый: Употребление этих слов отчасти можно списать на моду, причем, действительно, на моду, на мой взгляд не слишком приятную. Многие люди (небандиты) научились разговаривать так, как бы шутя и иронизируя, а отучиться никак не могут, тем более что бандитский жаргон успешно мутировал, смешавшись с «новым русским» языком чиновников и бизнесменов,

в котором фигурируют такие слова и выражения, как *коммерсы*, *откаты* и *пилить бюджет*. Короче, жаргон соответствует социальному прогрессу: от периода начального накопления капитала к периоду государственного капитализма и государственной коррупции. В этом случае как нельзя лучше подходит совет *фильтровать базар*, — но только вряд ли к нему прислушаются.

Интервьюер: А вообще чем обусловлено появление таких вот жаргонизмов в русском языке?

Интервьюируемый: Язык нужен нам, чтобы говорить об окружающей нас действительности. Конечно, и о вечном тоже, и еще стихи сочинять, и копить информацию, но все-таки... Прежде всего мы хотим говорить о том, что происходит с нами здесь и сейчас. И когда окружающая действительность (это самое «здесь и сейчас») резко меняется, нам порой не хватает слов для разговора о ней. Хорош тот язык, которому удастся быстро компенсировать этот недостаток. Русскому языку разными способами, но все же удалось. Было бы лицемерием говорить о том, что бандитский период нашей жизни — 90-е годы, которым посвящены известные романы и киносаги, — не существовал. Некоторые считают, что он до сих пор не закончился, но, по крайней мере, самые яркие внешние приметы: типажи, распальцовка, красные пиджаки и подобное — ушли в прошлое. А вот слова остались. Почему? И это второе, о чем стоит сказать.

В целом это достаточно новый и живой, то есть обновляющийся, употребительный и довольно привлекательный, жаргон. Новые значения появляются, в частности, благодаря ярким метафорам: та же *крыша* хотя бы. Для *крыши* главной оказывается идея защиты, обычная крыша защищает дом, а «крыша» современная защищает бизнесмена и его дело. Не менее интересно выражение *фильтруй базар*, где столкнулись, казалось бы, несовместимые старый и современный языковые пласты: *базарить* и *фильтровать*. Новые же слова возникают благодаря мощному и продуктивному словообразованию.

Интервьюер: Какова вообще судьба таких слов в языке? Они остаются, так скажем, «вне закона» или всё-таки имеют шанс когда-либо стать частью литературной речи?

Интервьюируемый: Вы знаете, на этот вопрос я могу ответить так. Самой любопытной оказалась судьба нескольких слов, которые из разряда бандитских перешли в общеупотребительные.

Я еще помню те времена, когда мои весьма культурные знакомые, морщась, спрашивали: «Отморозок, а что это такое? Фу, как грубо!» А сейчас милейшая интеллигентная дама, ни секунды не задумавшись, реагирует на какую-то мою безобидную фразу: «Ну, это уже наезд! Как ты смеешь!» Эти слова, поначалу воспринимаемые как нечто чуждое литературному языку (этакие кадры из бодрого боевика), расширили свое значение и стали привычны в речи образованного человека.

Интервьюер: Тогда как вы оцениваете этот процесс и нужно ли с ним бороться?

Интервьюируемый: Бороться с подобным «обогащением» русского языка абсолютно бессмысленно, тем более что оно представлено единичными явлениями. Оно, скорее, даже полезно. Большинство же «бандитских» слов уйдут, как только исчезнет потребность в них и схлынет мода. Остается дожидаться...

Интервьюер: Что ж, мы тоже будем ждать. Спасибо за интересный разговор, Максим Анисимович, и до встречи!

Интервьюируемый: Всего доброго.

Пример 2

Цвет и форма звука

(Закадровый текст и «подводка» к сюжету в теленовостях)

Любопытные результаты получили психологи из Лондонского университетского колледжа. Проведенные там эксперименты свидетельствуют: цвет можно услышать, а музыку — увидеть.

Небольшие отклонения в работе мозга вызывают синестезию — перекрестное возбуждение соседних областей мозга, ответственных за обработку сигналов от разных органов чувств. Британские исследователи предположили, что все люди обладают такими способностями, но только синестетики их осознают.

Для проверки этой гипотезы ученые попросили шестерых добровольцев-синестетиков нарисовать свои ощущения и пере-

живания от прослушивания музыкальных произведений. То же самое проделали и шесть добровольцев из контрольной группы обычных людей. Эти картины и музыку объединили в фильмы и попросили посетителей Лондонского музея науки выбрать те картины, которые лучше соответствуют музыке. Множество картин было показано двум сотням людей, и они всегда выбирали те, которые были нарисованы синестетиками!

Результаты эксперимента говорят о том, что, хотя обычные люди и не могут слышать цвет или видеть музыку в буквальном смысле, они явно способны ощущать их связь и выбирать «правильные» соответствия. У каждого из нас зрение, слух и, возможно, другие органы чувств как-то связаны между собой. Изучение синестетиков, несомненно, поможет пониманию этой сложной связи и тех путей, которыми следует наш мозг, обрабатывая поступающую информацию.

Контрольная работа 2

1. Проведите жанрово-стилевой анализ представленного ниже текста. Подготовьте устный вариант реферативного анализа. Используйте приемы пояснения, конкретизации в научном диалоге с аудиторией.

Риторические фигуры

Немалую роль играют в речи оратора так называемые риторические фигуры — особые приемы речи, повышающие ее убедительность и силу воздействия.

Самой сильной и эффективной риторической фигурой считают риторический вопрос. Это вопрос, не требующий ответа, типа: «Сколько может продолжаться это безобразие?!» Эффективность его в том, что он «ненавязчиво навязывает» некоторую идею. Особенно высока эффективность риторических вопросов в состоянии напряженного ожидания, когда аудитория эмоционально возбуждена. В риторике часто вспоминают такой случай из судебной практики адвоката Ф. Н. Плевако: он защищал

старушку, укравшую французскую булку. Прокурор заявил, что кража невелика, но это преступление, и оно подрывает основы закона империи. Ф. Н. Плевако, обращаясь к присяжным заседателям, сказал: «Уважаемые господа присяжные! Не мне напоминать вам, сколько испытаний выпало на долю нашему государству и в скольких из них Россия вышла победительницей. Устоев Российской империи не смогли подорвать ни татаро-монгольское нашествие, ни нашествия шведов, турок, французов. Как вы думаете, вынесет ли Российская империя одну французскую булку?». Старушку оправдали.

Риторические вопросы хорошо воспринимаются на слух (как, впрочем, и любые вопросы), поэтому это эффективное риторическое средство в устной речи.

Есть и другие риторические фигуры.

Анафора — риторическая фигура, которая предполагает одинаковое начало ряда фраз: *нам надо выяснить..., нам надо установить..., нам надо сказать...* и т. д.

Эпифора — повторение слова или словосочетания в конце каждой части высказывания или группы высказываний: *У немцев везде чисто — в офисах чисто, в коридорах чисто, на улицах чисто, в туалетах — и в тех чисто.*

Градация — расположение слов так, чтобы каждое последующее было выразительнее, сильнее предыдущего: *он не догадывался, не знал, не ведал, ему и в голову не могло это прийти.*

Антитеза — риторический прием, заключающийся в противопоставлении внутри одной и той же фразы: *государство пухнет — народ хиреет; граждане воруют — страна богатеет.*

Перечислительный ряд: группа слов, представляющих собой перечисление и приводимых через запятую либо с помощью слов во-первых, во-вторых и т. д. Для того чтобы данный прием оказался эффективным риторическим средством, перечислительный ряд должен быть достаточно длинным — 4, 5, 6 членов и более; представление «много» у аудитории начинается обычно после трех.

Аналогия тоже рассматривается как риторический прием: одно явление описывается по аналогии с другим, уже известным. К примеру, война в Афганистане описывается по аналогии

с войной во Вьетнаме. Аналогия улучшает доступность рассуждения, но не усиливает его убедительности. Аналогия не доказательство, «всякая аналогия хромает».

Гипербола — преувеличение (заведомое), например *нет таких сил, которые заставили бы его свернуть с избранного им в жизни пути*.

Инверсия — изменение привычного порядка слов: *никогда больше не будет раздаваться в коридорах этого здания детский крик*.

Все перечисленные риторические фигуры (а кличество их может быть увеличено, мы назвали лишь наиболее употребительные и эффективные) в принципе способствуют усилению воздействующей силы устного выступления. Любой из этих приемов может быть особенно эффективен, если он один, если краткое выступление построено на одном этом риторическом приеме. Однако слишком большое число риторических фигур в устной речи либо их однообразное применение способны дать обратный эффект, вызвать раздражение слушателей, в силу чего применять риторические фигуры в устной речи следует с осторожностью.

Передача графических знаков в устной речи

Если в тексте подготовленного выступления есть слова в кавычках, то при устном воспроизведении такие слова читаются обычно с помощью фраз «так называемый», «так сказать» либо выделяются особой иронической интонацией. Иногда говорят — «в кавычках».

Например: *И вот эти так называемые (варианты: так сказать, в кавычках) «борцы за народное счастье» сейчас опять претендуют на место в областной думе*.

Выразительность речи

И, наконец, устная речь обязательно должна быть выразительной. Выразительность касается в первую очередь интонации речи и связана с эмоциональностью, разнообразием интонационного оформления, отсутствием монотонности, точностью интонационной передачи оратором своей мысли, правильной

расстановкой логических ударений и пауз, точностью передачи подтекста. Выразительную речь слушателям легко слушать и понимать — от невыразительной, монотонной речи они, наоборот, утрачивают способность выделять в речи оратора отдельные слова и смысловые блоки, оказываются неспособными соединить воспринятые слова в общий смысл (осуществить так называемый «синтез смысла»), а иногда просто засыпают. Выразительность речи — важнейшее требование к устному тексту. Выразительность речи оратору надо тренировать.

Следует голосом, интонацией подчеркивать основную мысль, делать паузы до и после важных мыслей, а маловажные проговаривать быстрее. Д. Карнеги предлагает специальное упражнение для развития этого навыка: произнесите «тридцать тысяч долларов» так, чтобы казалось, что это больше, чем «три миллиона».

Следует иметь в виду, что для русского языка обычно характерно следующее распределение информативности в предложении: наиболее информативное слово обычно ставится в конце фразы, менее информативное — в начале. Середина фразы наименее информативна. Таким образом, для придания тому или иному слову выразительности его следует поместить в конец фразы.

2. Продумайте использование дополнительной информационной наглядности: схем, таблиц, примеров и пояснений, которые характерны для жанров научно-популярного изложения. Будьте готовы представить эту информацию в аудитории как письменное реферативное сообщение на научную тему.

Контрольная работа 3

Подготовьте варианты устных текстов обиходно-разговорных жанров в следующих ситуациях общения (по два — три примера в каждой ситуации).

Вы должны извиниться:

- перед руководителем за то, что опоздали,
- перед деловым партнером за то, что вынуждены отменить заранее запланированную встречу с ним,

- перед клиентом за то, что его заказ оказался не выполненным в срок,
- перед коллегой за то, что не сдержали свое обещание помочь ему.

Вы обращаетесь с просьбой:

- к другу — познакомить с заинтересовавшим вас человеком,
- к секретарю в приемной — узнать, когда начнется совещание,
- к преподавателю — договориться о досрочной сдаче экзамена,
- к начальнику паспортного стола — узнать, что нужно для получения заграничного паспорта,
- к работнику отдела кадров — выяснить, какие документы нужны для поступления на работу,
- к руководителю — предоставить вам отпуск за свой счет,
- к коллеге — поменяться с ним рабочими сменами.

Вы должны поблагодарить:

- научного руководителя за помощь в написании работы,
- врача за сердечное отношение к вашим близким,
- артиста за доставленное удовольствие от спектакля,
- родителей за подарок ко дню рождения,
- друга за оказанную помощь.

Составьте вариант телефонного разговора в следующих ситуациях:

- вы звоните секретарю директора школы узнать, когда будет вечер встречи с выпускниками,
- вы звоните в справочное бюро, чтобы узнать номер телефона поликлиники,
- вы звоните в гостиницу, чтобы узнать стоимость проживания,
- вы звоните в аэропорт, чтобы узнать время прилета рейса КД 273 «Прага — Москва».

Контрольная работа 4

Подготовка проектных заданий по креативному жанро-образованию

Проектное задание 1

Представьте, что вам необходимо подготовить *«медийную платформу» для публикации в электронном издании актуальной информации на гуманитарную тему.*

Выберите *медийный источник* (электронную версию журнала или газеты); продумайте *визуальное сопровождение* информации; эффективно используя рекомендации об оформлении медиатекста (см. задание 1 данного раздела), выберите нужный *медиаинструментарий* (яркий заголовочный комплекс, гиперссылки, шрифтовое и цветовое выделение информации, дополнительная контактная информация для адресата и т. п.) для оформления информации.

Подготовьте полученный текст для презентации в аудитории.

Проектное задание 2

Молодежный клуб ЯрГУ готовит заседание диспут-клуба

Выберите тему, интересную, по вашему мнению, современной молодежной аудитории или предложите свою версию темы.

Примерный список тем для публичного обсуждения:

- Актуально ли сегодня понятие «малая родина»?
- Актуально ли сегодня рассуждение о патриотизме?
- Как вы понимаете выражение «Времена не выбирают...»
- Актуально ли сегодня высказывание «Встречают по одежке»?
- Актуально ли сегодня выражение «Не сотвори себе кумира...»

Продумайте тематическое содержание и возможные приемы аргументации при обсуждении выбранной темы.

Определите группы целевой аудитории, которые могли бы стать участниками заседания вашего диспут-клуба. Чье мнение как эксперта вы можете транслировать?

Подготовьте **пресс-релиз** для целевой аудитории участников, соблюдая все необходимые требования к данному жанру.

Подготовьте **вступительный монолог** для открытия заседания диспут-клуба, соблюдая все требования к жанру информационно-воздействующего высказывания.

Проектное задание 3

Молодежное правительство ЯО на правах социального партнерства принимает активное участие в сопровождении гуманитарных проектов в регионе.

Прочитайте исходную информацию о готовящемся в области событии, посвященном «возрождению» интереса к книге и чтению у ярославцев.

Помогите грамотно оформить пресс-релиз о готовящемся месячнике в поддержку интереса к чтению и к книжной грамоте в Ярославле; **вступительное слово** для ведущего презентацию этого месячника в день открытия.

Подготовьте презентационный текст для размещения в электронных СМИ.

Исходный текст

С 1 по 12 июня в Ярославле и области проводится масштабная региональная акция «Мы — за читающую Россию!». В эту июньскую декаду в библиотеках Ярославля и области пройдут самые разнообразные мероприятия, как традиционные — встречи с писателями, выставки детского творчества, вечера бардовской поэзии, часы громкого чтения, — так и менее привычные: буккроссинги, «летние читальные залы» на территории детских площадок и скверов, флешмобы, чтение книг по телефону, громкое чтение в больницах, акции меценатов и прочее.

В Ярославле акция открывается в субботу 1 июня в 14.00 волонтерами из молодежных организаций города и области. На пяти

тематических площадках состоятся флешмобы «Я читаю любимую книгу». Все желающие могут прийти на любую площадку, захватив свою любимую книжку, и прочитать вслух яркий отрывок из романа или рассказа, стихотворение, начало сказки и т. п.

Условия участия: книжка должна быть завернута в цветной лист бумаги (название и автор должны быть закрыты), поскольку собравшиеся должны догадаться, из какого произведения тот или иной фрагмент; на чтение отрывка отводится не более трех минут.

Организаторы акции — волонтеры в желтых футболках и бейсболках.

Флешмоб «Я читаю любимую книгу» состоится 01.06.2015 с 14.00 до 16.00 на площадках:

- поэзия — площадка перед памятником Н. А. Некрасову;
- русская и зарубежная классика — улица Кирова (угол Депутатского переулка);
- детские книжки, стихи, сказки — Бутусовский парк;
- фантастика, фэнтези, приключения — площадка перед Планетарием;
- все жанры — верхний ярус Стрелки.

Мэрия г. Ярославля

Пример анализа поликодовой природы медиажанров

Новые тексты, созданные как медиапродукты корпоративной культуры, *отражают все особенности миро- и самооущения современного человека*: интертекстуальность, эмоциональность, мультипликационность (клиповость), персонифицированность. В связи с этим возникает проблема «приобщенности» или «неприобщенности» аудитории к предлагаемым корпоративным информационным проектам.

Медийные тексты особым образом *макетировались*, и прежде всего обращает на себя внимание полифункциональность рамочной композиции медийного текста: многие из них бывают поддержаны на уровне пространственного кодирования (текст может быть предложен в графической рамке, его границы могут быть маркированы индексами раздела или рубрики, цветовая «подложка», на которой располагается материал, как фон, обеспечивает актуализацию представленной в тексте информации); текст разбит на сегменты, колонки, микромодули. Подобные презентативные маркеры позволяют дифференцировать информацию и создают удобство для чтения: обеспечивают порционность подачи информации, поддерживают избирательность читательского восприятия, помогают быстро вернуться к ранее прочитанному.

Можно говорить, что наметились тенденции в *оформлении «авторства»* в медийном тексте. К числу сложившихся традиционных приемов можно отнести: представление опосредованных знаков авторской принадлежности: указание на логотип организации, лицом которой является автор; оформление его авторского «права» на публикацию с указанием на историю получения доступа к представленной информации, включение дополнительных сведений о биографии автора или организации, фотопортрет автора или фотосессия, дающая представление о контексте событий в авторской интерпретации, что приветствуется сегодняшними законами позиционирования социальных (и медийных,

в том числе) субъектов; указание на приобщенность к эталонным контекстам, достоверным редакционным материалам, вплоть до признания авторства через представление подлинной авторской подписи под событийными материалами. Все эти приемы, безусловно, усиливают субъективную позицию автора и дают читателю указание на достоверность, фактологичность информационного пространства, демонстрируют «ответственность автора» в медийном пространстве «автор — адресат-читатель». Активно функционируют в медийных жанрах и традиционные приемы выражения *авторского отношения*, формирующие «ожидание» адресата: обращение к приемам концептуального озаглавливания; смысловая «игра» с заголовками на основе визуальных кодов (подчеркивание, графическое выделение, цветовое маркирование).

(Вика Г., Юлия К., студенты ФФИК ЯрГУ)

Оглавление

<i>Тема 1. Основные понятия теории жанра.....</i>	<i>3</i>
<i>Тема 2. Обиходно-разговорные жанры речи.....</i>	<i>21</i>
<i>Тема 3. Жанры деловой сферы общения.....</i>	<i>38</i>
<i>Тема 4. Жанры научной сферы общения.....</i>	<i>49</i>
<i>Тема 5. Жанры публицистики. Медиажанры.....</i>	<i>62</i>
Список литературы по курсу.....	86
Приложения.....	88

Учебное издание

Антонова Любовь Геннадьевна

Профессиональные жанры речи

Практикум

Редактор, корректор М. Э. Левакова
Верстка Е. Б. Половковой

Подписано в печать 05.12.14. Формат 60×84 ¹/₁₆.

Усл. печ. л. 6,28. Уч.-изд. л. 4,6.

Тираж 25 экз. Заказ

Оригинал-макет подготовлен
в редакционно-издательском отделе ЯрГУ.

Ярославский государственный университет
им. П. Г. Демидова.
150000, Ярославль, ул. Советская, 14.