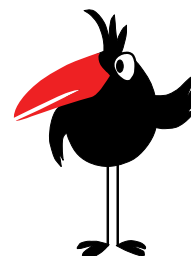


ЗАНЯТИЕ 1

ПОДГОТОВКА СЛУЖЕБНОГО ДОКУМЕНТА

СЕГОДНЯ ВЫ ИЗУЧИТЕ

1. Значение и виды деловой переписки.
2. Подготовка к созданию делового документа.
3. Применение метода мысленной карты.
4. Структура делового письма.
5. Правила составления делового письма.



ИЗУЧИВ ЭТУ ТЕМУ, ВЫ БУДЕТЕ

Знать:

- для чего нужна деловая переписка;
- как правильно готовиться к созданию делового документа;
- как классифицируются документы, исходя из поставленной задачи;
- какие правила необходимо учитывать при написании письма.

Уметь:

- применять метод мыслительной карты в процессе планирования документа;
- использовать правила составления делового письма;
- различать виды деловых писем;
- быстро и профессионально организовывать собственную работу по составлению делового документа.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- респондент (адресат);
- разновидности деловой переписки (письма, телеграммы, телефонограммы и пр.);
- виды деловых писем;
- реквизиты;
- формуляр;
- мысленная карта.



ПОЛУЧЕННЫЕ ЗНАНИЯ БУДУТ ПОЛЕЗНЫ ВАМ

в профессиональной деятельности в процессе работы по подготовке служебных и других документов.



ТЕОРИЯ

1. Значение и виды деловой переписки

Каждому деловому человеку в процессе его деятельности приходится поддерживать связь с деловыми партнерами, клиентами и подчиненными. В век научно-технического прогресса для этого существует множество возможностей: телефон, электронная почта, факс, телеграф и пр. Но, несмотря на широкое распространение средств голосовой связи, деловая переписка не утратила своей актуальности. Напротив, умение грамотно вести деловую переписку стало существенным элементом репутации бизнесмена.

С помощью писем ведутся предварительные переговоры перед заключением сделки. Выясняются отношения между предприятиями и организациями, в письмах излагаются претензии, выражаются просьбы, оформляются приглашения принять участие в тех или иных мероприятиях. Письма могут сопровождать материальные ценности и важные документы.

Преимущества писем не сводятся только к тому, что в них можно более четко зафиксировать необходимую информацию. Важен и психологический фактор: хорошо оформленное письмо на фирменном бланке производит более яркое впечатление, чем устное сообщение, и подчеркивает уважение автора к адресату.

С тем, что в России не умеют писать деловые письма, начиная от служебной записки и заканчивая сопроводительным письмом к резюме, согласны и лингвисты, и люди, работа которых непосредственно связана с деловой перепиской.

Однако понимание того, как должна выглядеть деловая письменная речь, у лингвистов и бизнесменов совершенно разное. Языковеды, например, считают, что современный деловой русский язык теряет все свои лучшие свойства, подвергаясь агрессивному воздействию западного письма. Менеджеры, напротив, называют это естественным процессом по замене неудобного удобным.

Лингвисты считают подражание западным стандартам в этикетных правилах и формулах деловых писем серьезной проблемой, и даже организуют кампании в защиту отчества. Проанализировав материалы сегодняшних газет, языковеды обнаружили, что на долю сочетания полного имени и фамилии сегодня приходится 72% употреблений, упоминание только одной фамилии составляет 22,2%, на долю имени-отчества остается 5,8%.

Президент Magram Market Reserch Марина Малыхина считает, что западный стиль обращения приживается у нас не случайно. Российский бизнес очень молодой, и обращение по имени-отчеству иногда выглядит довольно смешно. Это не вопрос культуры, а вопрос возраста, считает она.

У ученых на этот счет своя точка зрения. В России деловое письмо формировалось тысячелетиями, приводя языковые средства к единому стандарту и оттачивая деловые формулы. Поэтому письменное общение тяготеет к использованию стандартных фраз, строгому закреплению их в тексте документа. В то время как у американцев, например, деловое письмо продолжает традиции устной публичной речи. В их деловой переписке можно встретить цитаты из Библии или стихов, риторические вопросы и восклицания. У них составление делового письма – настоящее творчество. Рон Теппер, автор известной книги «Как овладеть искусством делового письма. 250 писем и записок в помощь менеджеру», говорит, что хорошее деловое письмо – это произведение искусства.

В деловой письменной речи отражается разница в культурных традициях и особенностях поведения. Например, оценка среднего американца несколько завышена, а оценка среднего россиянина чаще занижена. Поэтому американец может в собственном резюме на пяти страницах писать себе лестные характеристики, что будет странно для нас.

К разновидностям деловой корреспонденции относятся:

- деловое письмо (письмо-запрос, сопроводительное, информационное, рекомендательное письмо, письмо-просьба, письмо-ответ и др.);
- телеграмма;
- телефонограмма;
- телефакс и пр.

Содержание делового письма должно удовлетворять определенным требованиям, которые мы подробно рассмотрим в следующих разделах. Но главное – то, что адресат (его принято называть **респондентом**) обязан правильно понять суть излагаемого в письме. Для этого необходимо придерживаться простого и ясного стиля, избегать чрезмерного употребления иноязычных слов и специальных терминов.

Если автор письма умеет добиться легкости изложения и создать положительный тон общения, можно считать, что он создал прочный фундамент для достижения успеха в деловых отношениях. Доброжелательность, искренность и естественность имеют существенное значение. Каждое слово или выражение в деловой переписке целесообразно «примерять» на себя и, в случае легкого сомнения, отказываться от конструкций, которые могут вызвать отрицательную реакцию.

2. Подготовка к созданию делового документа

Прежде всего, хотим дать совет: каким бы опытным специалистом вы себя ни считали, для грамотного составления делового документа полезно всегда иметь под рукой не только справочник по делопроизводству, но и толко-

вый словарь русского языка. Это поможет наиболее точно подобрать по смыслу нужное слово или уточнить, как правильно его написать.

Приступая к созданию любого документа необходимо продумать:

- Зачем вы собираетесь писать.
- Кто окажется адресатом данного послания. Это документ для внутреннего пользования или он уйдет за пределы организации, увидит ли его еще кто-либо? Какие термины могут оказаться непонятными респонденту?
- О чем конкретно вы собираетесь написать. Если не решить сразу, какие данные необходимо включить в содержание, в дальнейшем придется потратить много времени на его редактирование, или письмо окажется перегруженным лишней информацией.
- Каким способом передать данный документ получателю? По почте, факсу или через Интернет? Обязательно ли писать или достаточно телефонного звонка? Если связаться с партнером действительно необходимо в письменной форме, можно приступить к созданию делового документа.

Директор консультации «Writing for you business» описывает специальные приемы подготовки делового письма, которые базируются на четырех основных аспектах:

- планирование документа;
- распределение времени;
- выбор средств (технических);
- сотрудничество с коллегами (в разнообразной форме: от соавторства до наблюдения и анализа способов выполнения работы другими сотрудниками).

Как видим, вначале необходимо спланировать **структуру** своего письма, отметить ключевые пункты содержания (составить план). Сразу же нужно продумать и иерархию заголовков. О планировании документа и логической структуре деловых писем мы поговорим в следующем разделе.

Следует также подумать о том, **каким должен быть общий стиль** документа: дружелюбный или официальный? Для этого нужно сосредоточиться на следующих аспектах:

1. *получатель*, его ожидания и особенности (что ему может понравиться, а что нет);
2. *эмоциональный тон* письма (официальный, дружеский, почтительный, возмущенный или др.);
3. *шанс на прочтение* (будет ли документ прочитан в любом случае, либо необходимо завоевать внимание получателя);
4. *задача* (просто информирование или оказание влияния на респондента).

КЛАССИФИКАЦИЯ ДОКУМЕНТОВ ИСХОДЯ ИЗ ОСНОВНОЙ ЗАДАЧИ ПИСЬМА

Полезный документ – документ, предназначенный для передачи информации

Документ, рассчитанный на эффект – документ, написанный с целью оказания влияния

Полезный документ должен содержать исключительно простые словесные конструкции и содержать самые необходимые данные (отчет, докладная, письмо-запрос и пр.)

Если же документ написан **с целью оказать влияние** и в этом случае важно произвести впечатление, то письмо может включать в себя рекламные тексты, лозунги и пр.

3. Применение метода мысленной карты в процессе планирования документа

Планируя документ, очень полезно воспользоваться методом составления мысленной карты. Для этого советуем выполнить следующие шаги.

- 1) В центре большого листа бумаги напишите название темы.
- 2) Вокруг названия темы в произвольном порядке отметьте все вопросы, которые с ней связаны.
- 3) Когда все вопросы исчерпаны, объедините их в группы по содержанию. Эти группы потом могут дать начало глав или параграфов (дублирующие друг друга по содержанию можно объединить).
- 4) Сформировав группы вопросов, пронумеруйте их как параграфы или разделы документа.
- 5) Приступайте к раскрытию основных мыслей внутри каждого из разделов.

Метод мысленной карты особенно продуктивен, если составлять карту коллективно. Это позволяет:

- воспользоваться помощью других людей;
- быстро упорядочить много идей и наиболее полно охватить круг необходимых вопросов;
- обеспечить наглядность планирования (и сразу скорректировать неточности);
- использовать завершенную схему при проверке законченной работы.

4. Структура делового письма

В зависимости от количества затрагиваемых тем деловые письма могут быть **одноаспектными** и **многоаспектными**.

Одноаспектными, то есть посвященными только одной теме, чаще бывают письма, не требующие ответа.

Для многоаспектных писем существуют уже устоявшиеся выражения (синтаксические конструкции), которые передают тот или иной аспект содержания. Текст многоаспектного письма обычно состоит из разделов, подразделов, пунктов и подпунктов. Изложение каждого аспекта необходимо начинать с нового абзаца. Но в современной деловой переписке принято чаще пользоваться именно одноаспектными письмами.

Наиболее простая структура письма – это две части. В первой излагаются факты и события (причины, аргументы), послужившие основанием для создания письма. Во второй – выводы, просьбы, предложения. При составлении любого письма нужно вначале наметить логическую схему его содержания.

Вот примеры схем некоторых деловых писем.

Служебное письмо-запрос:

- обоснование необходимости запроса;
- содержание запроса;
- ожидаемый результат, если просьба будет выполнена.

Сопроводительное письмо:

- сообщение о высылаемом материале;
- уточняющие сведения.

Письмо-просьба:

- изложение причины, побудившей обратиться с просьбой;
- изложение просьбы;
- ожидаемый результат, если просьба будет удовлетворена;
- выражение готовности к дальнейшему сотрудничеству.

Письмо-ответ (отказ в просьбе, отклонение предложения):

- повторение изложения просьбы;
- обоснование причины неудовлетворения просьбы;
- констатация отказа или отклонения предложения.

Вы уже знаете, что под реквизитами делового письма понимают элементы информации, обязательные для включения в документ. Полный перечень реквизитов документа, вы изучали в курсе «Документационное обеспечение». Отметим, что при поступлении письма в организацию добавляются:

- резолюция ответственного лица;
- отметка о контроле за исполнением.

Совокупность реквизитов называется **формуляром**. Для сокращения времени на подготовку документов и во избежание ошибок созданы типовые формуляры для разнообразных целей, включающие в себя заранее напечатанные на типовых бланках отдельные реквизиты.

Напомним и о том, что перед заголовком текста обычно называют вид документа: Приказ, Акт, Решение и пр. Единственным видом документа, на котором не указывается его название, является официальное письмо.

При подписании документа должностными лицами разных рангов, их подписи располагаются одна под другой в соответствии с рангом занимаемой должности. Если же сотрудники равны по статусу, то их подписи располагаются рядом на одном уровне.

5. Правила составления делового письма

Полезный документ должен содержать самые необходимые данные. При составлении делового письма необходимо ориентироваться на следующие правила:

1. Старайтесь использовать слова в их прямом значении.

При составлении документа избегайте слов в переносном значении. Осмотрительно нужно также обращаться и с «производными» словами, так как в новой форме они могут приобретать иной смысл. Например: *строить* – *перестройка*, *документ* – *документальный*, *метод* – *методология*. Если невозможно обойтись без профессиональных терминов, нужно выбирать самые употребительные или пояснять их.

2. Выбирайте слова с соответствующей стилистической окраской.

Специалисты не рекомендуют применять без необходимости слова, устойчиво закрепленные за определенным неделовым стилем речи (разговорную, шутливо-просторечную лексику, жаргон), иначе ваша речь будет выглядеть неуместно. Чтобы уточнить, к какому стилю относятся те или иные слова, необходимо обратиться к толковому словарю.

В зависимости от собственных целей и ожиданий партнера можно подбирать те синонимы, которые придают соответствующую эмоциональную окраску письменной речи. Существуют слова, близкие (не тождественные) по значению, но различные в стилистическом плане.

Например:

<i>клиент</i>	<i>покупатель</i>
<i>реестр</i>	<i>список</i>
<i>команда</i>	<i>коллектив</i>
<i>персонал</i>	<i>сотрудники</i>
<i>доступный</i>	<i>дешевый</i>
<i>создать</i>	<i>сделать</i>
<i>проблемы</i>	<i>заботы</i>

Однозначного ответа на вопрос, какое из слов, сходных по значению предпочесть, не существует. Но выбор слов всегда влияет и на общий тон, и на оформление письма. Поэтому следует основательно продумать, каковы Ваши цели относительно контактов с этим человеком, какого результата Вы хотите

достичь с помощью своего письма. Обратите внимание, приверженцем каких традиций является получатель, владеет ли он данным языком на уровне носителя языка или это иностранец, который недостаточно различает оттенки чужой речи?

3. Используйте простые конструкции с акцентом на ключевые слова.

Характерной особенностью любого официального документа является то, что порядок слов в предложении должен отражать логическую последовательность элементов содержания письма и соответствовать традиционным нормам расположения слов, принятым в данном языке.

В русском языке информационная насыщенность речи возрастает именно к концу предложения. Это значит, что, как правило, в конце предложения располагаются ключевые слова и фразы, несущие основной смысловой акцент. Таким образом, в начале предложения должна находиться вспомогательная информация, а затем основная. Причем, вспомогательная информация помещается перед сказуемым, а основная информация – после него.

Сравните, например: *«Заседание совета директоров состоится **в конференц-зале в 15 часов 30 минут**»*. (Акцент на обстоятельствах проведения: где и когда).

Или: *«**В 15 часов 30 минут в конференц-зале состоится заседание совета директоров**»*. (Акцент на событии: что состоится).

В других языках закономерности иные. Например, английское предложение начинается с ключевого слова, и смысл сказанного воспринимается носителями языка в соответствии с тем, что сказано в первую очередь.

Хотим обратить ваше внимание на то, что для официально-делового стиля характерны предложения, в которых подлежащее выражено не одним словом, а целостным словосочетанием. Однако это является не обязательным требованием, а всего лишь особенностью, благодаря которой информация максимально конкретизируется. Например, *(конкретная, необходимая...) информация, (расширенное, плановое ...) заседание*.

4. Делайте каждое предложение завершенным и точным.

Необходимо помнить, что в деловом документе каждое предложение должно быть максимально завершенным, чтобы, будучи выделенным из контекста, оно сохраняло первоначальный смысл.

Например:

Проект был завершен к сроку, указанному в договоре от 22.04.98.

Проект был завершен к сроку, указанному в договоре.

Проект был завершен к указанному сроку.

Проект был завершен к сроку.

Проект был завершен.

Он был завершен к сроку.

В данных примерах точность и завершенность убывает от первого предложения к последнему. Представьте, какие недоразумения возможны из-за отсутствия ясности в последних трех вариантах.

5. Используйте только одно предложение для выражения одной мысли.

Выполнение данного правила позволяет легче усвоить написанное, поскольку оно хорошо запоминается. Но нужно учесть, что правило использования одной мысли в одном предложении касается только суждений, а не фактов. Даже в одном предложении можно размещать несколько фактов.

Например: *Данный проект перспективен и не требует больших ресурсов.*

В этом предложении указано два факта (перспективность и дешевизна), но одно главное суждение (речь идет о проекте).

Сравните: *Данный проект перспективен и не требует больших ресурсов, а его автор является заслуженным деятелем культуры.*

Во втором примере передается два суждения (о проекте и о его авторе), и одна часть информации отвлекает от восприятия другой. Уместней было бы разделить это предложение на два более простых.

Однако иногда уместно употребить два тесно связанных суждения в одном высказывании.

Например: *Данный проект перспективен и не требует больших ресурсов, поэтому мы решили принять в нем участие.*

6. Применяйте глаголы в действительном, а не страдательном залоге.

Напомним, что действительный залог отражает активную позицию, а страдательный – пассивную. В деловой речи уместнее демонстрировать активные конструкции.

Например:

Компания заключила контракт. (Действительный залог)

Компанией заключается контракт. (Страдательный залог)

Глаголы действительного залога делают документ более динамичным, убедительным и облегчают его понимание.

Сравните:

Оплата счета производилась 10 февраля 2003 года. (Наихудший вариант).

Оплата счета произведена 10 февраля 2003 года.

Компания оплатила счет 10 февраля 2003 года. (Наилучший вариант).

7. Используйте подходящие формы обращения и завершения письма в соответствии с нормами этикета и с собственными целями.

В зависимости от тона письма можно употреблять слова «компания» или «наша компания», «мы» или «я».

Среди подходящих форм для завершения письма можно назвать следующие:

1) указание должности, фамилии и инициалов (или полного имени, имени-отчества) автора;

2) выражение надежды на дальнейшее сотрудничество и подпись (должность, ФИО) автора;

3) «С наилучшими пожеланиями (с пожеланием успехов)» и подпись автора;

4) «Всего доброго» и подпись;

5) «Искренне Ваш» и подпись.

8. Учитывайте соответствие речевого стиля отправителя стилю письма получателя.

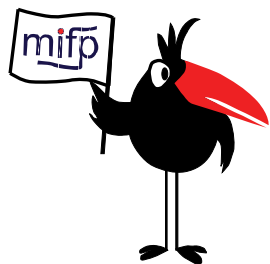
Если нам приходится писать ответ на письмо делового партнера, следует обратить внимание на то, какими словами и речевыми оборотами он пользуется. Если он представляется в письме официально, то, вероятно, он хочет, чтобы к нему обращались именно так. Подобное правило касается и общего тона речи, который придется учитывать при написании ответа.

Подбирая нужные слова, необходимо проявить свою осведомленность о партнере, дипломатичность, знание этикета и, разумеется, грамотность. Очень важно при выборе стиля письма оставаться самим собой, избегая проявлений, противоречащих вашему имиджу.

ПРАКТИЧЕСКИ ЭТО МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТАК

при необходимости составить служебный документ вы сможете сэкономить время и выполнить работу на высоком профессиональном уровне.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ



1. При составлении делового документа важно продумать цель документа, средства ее достижения (исходя из особенностей адресата) и структуру текста.

2. Полезно воспользоваться методом мысленной карты и создать текст в соответствии с изученными правилами.

3. К основным правилам написания письма относятся: применение слов в их прямом значении, использование простых и ясных конструкций, использование одного предложения для выражения одной мысли, употребление глаголов в действительном залоге.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ



1. Какие виды служебных документов используются в деловой среде?

2. В чем существенное отличие деловой переписки в России от деловой переписки за рубежом?

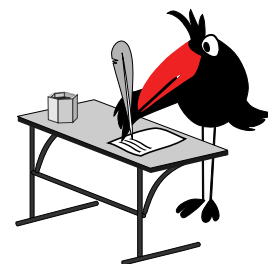
3. Что такое одноаспектные и многоаспектные письма?

4. В чем состоит суть метода мысленной карты?

5. Каких правил необходимо придерживаться при составлении текста документа?

6. Какую роль играют реквизиты в деловой переписке? Какие реквизиты являются необходимыми в деловом документе?

ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ



Составьте письмо-просьбу по поводу оказания спонсорской помощи детскому саду с учетом правил, изученных в данной лекции. Адресата выберите самостоятельно.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Компания получила письмо от клиентов, и неопытному начальнику отдела сбыта было поручено написать отказ. Прочитайте составленный им документ и исправьте те его элементы, которые не соответствуют требованиям к деловому письму. Оформите данное письмо со всеми реквизитами (данные о компании можете взять произвольно).

Наша компания получила Ваше письмо с предложением об изменении срока поставки копировального оборудования. Скажем сразу: Вашу просьбу мы выполнить не можем, ввиду невозможности наших деловых партнеров привезе-

ния его на склад. Следовательно, оборудование будет поставлено Вам только в срок, указанный ранее в договоре.

Искренне Ваш,
начальник отдела сбыта Пупкин Д.В.

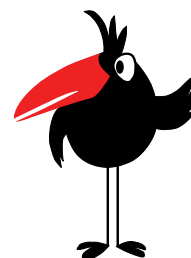
[illegible]

ЗАНЯТИЕ 2

РЕДАКТИРОВАНИЕ ТЕКСТА ДЕЛОВОГО ДОКУМЕНТА

СЕГОДНЯ ВЫ ИЗУЧИТЕ

1. Редактирование текста официального документа.
2. Совершенствование структуры документа.
3. Соблюдение норм русского литературного языка.
4. Стилистические особенности делового текста.
5. Методы обеспечения легкости чтения текста.
6. Типичные ошибки в текстах деловых писем.



ИЗУЧИВ ЭТУ ТЕМУ, ВЫ БУДЕТЕ

Знать:

- на что следует обратить внимание при редактировании текста делового документа;
- как правильно структурировать деловой документ;
- какие существуют требования к стилистике делового документа.

Уметь:

- использовать методы, которые облегчают текст делового письма.
- находить и исправлять типичные ошибки в текстах деловых писем.

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

- нумерация;
- стандартизированные речевые обороты;
- читабельность текста;
- тест на определение легкости чтения;
- индекс неясности;
- виды ошибок (структурные, синтаксические, орфографические и пр.).



ПОЛУЧЕННЫЕ ЗНАНИЯ БУДУТ ПОЛЕЗНЫ ВАМ

в профессиональной деятельности в процессе работы по подготовке служебных и других документов.



ТЕОРИЯ

1. Редактирование текста официального документа

Прежде чем послать документ деловому партнеру, коллеге или клиенту, нужно внимательно проверить текст и, если необходимо, отредактировать.

К основным аспектам, на которые стоит обратить внимание, относятся:

- структура документа;
- языковые и речевые ошибки;
- стилистическое соответствие текста его целям и задачам;
- длина текста (насколько она оптимальна);
- ясность мысли.

Структура документа характеризует логику изложения, а также степень компетентности автора в обсуждаемом вопросе. Принципы построения текста мы изучали на предыдущем занятии. Остановимся подробнее еще на некоторых распространенных трудностях.

Довольно часто в деловых текстах возникает неясность из-за того, что авторы пытаются писать так же, как думают или говорят.

Например: *Вас приглашают на конференцию «.....», точное время надо будет еще обсудить, тезисы нужно прислать до 22.03.2005.*

Структура данного сообщения демонстрирует невнимательность автора. Он вспомнил, что дата еще не определена, не сразу, а по ходу письма. Это создает неблагоприятное впечатление у получателя.

Правильнее было бы написать: *Приглашаем Вас принять участие в конференции «.....». В случае Вашего согласия тезисы выступления необходимо предоставить до 22.03.2005. Точное время проведения конференции будет объявлено дополнительно.*

Языковые и речевые ошибки свидетельствуют о непрофессионализме и отрицательно сказываются на репутации отправителя (как конкретного должностного лица, так и компании в целом). Кроме того, ошибки могут изменить смысл текста.

Один из способов поддержать свой профессиональный имидж – внимательное чтение любого отправляемого документа.

Приведем несколько советов по повышению качества проверки текста¹:

- если документ особенно важен, попросите коллег перечитать его (в собственном тексте легче пропустить недочет, чем в чужом);
- не доверяйтесь полностью компьютерному текстовому редактору, поскольку его возможности ограничены;

¹ Грэхем Харт. 30 минут для подготовки делового документа. – М.: Изд. «Лори», 2002. – с. 48.

- сосредоточившись на деталях (цифрах, иностранных словах), вы можете не заметить более серьезных ошибок, поэтому советуем сначала проверить наиболее важные элементы текста, а потом перечитать все более подробно;
- для того чтобы обеспечить максимальную точность проверки, советуем воспользоваться оригинальным способом, который приводит Грэхем Харт в книге «30 минут для подготовки делового документа». Этот способ заключается в чтении текста в обратном порядке: от последнего слова к первому, что позволяет сосредоточиться только на написании, а не на содержании слов.

2. Совершенствование структуры документа

Содержание и заголовки должны быть согласованы по всему документу и иметь иерархию, обозначаемую с помощью букв или цифр (арабских или римских). Существует правило: стиль обозначения заголовков не должен меняться на протяжении всего документа. То есть, если в заголовках или перечислениях используются буквы (a, b, c...), то нельзя переключаться на цифровую нумерацию (1, 2, 3...). Необходимо также следить, чтобы заголовок не оказался внизу страницы оторванным от дальнейшего текста.

Система нумерации может состоять из одних только цифр. Самые крупные разделы можно обозначать римскими цифрами, остальные же (более мелкие) в этом случае нумеруются арабскими цифрами.

Например: Раздел I.

1. Теоретические аспекты кадрового менеджмента.
2. Кадровые технологии.

Распространена в деловых документах нумерация с помощью только арабских цифр. Например:

1. Теоретические аспекты кадрового менеджмента.
 - 1.1. Эволюция кадрового менеджмента.
 - 1.2. Сущность, цели и задачи управления персоналом фирмы.
 - 1.2.1. Кадровое планирование.
 - 1.2.2. Поиск и отбор персонала.

Возможно структурирование текста и без цифр, за счет смены размера шрифта в зависимости от степени важности каждого заголовка. При этом тип шрифта должен оставаться одним и тем же для всех заголовков: Times New Roman, Arial или др. Важно позаботиться о том, чтобы структура не казалась неоправданно сложной.

Необходимо проверить, все ли заголовки начинаются с прописных букв и соответствует ли содержание разделов их названиям.

К элементам организации текста относятся также:

- номера страниц;
- перекрестные ссылки (желательно, чтобы их не было много);
- индексы (полезны в больших документах);

- постраничные сноски (удобнее для чтения, чем примечания в конце текста);
- глоссарии, приложения и пр. (должны быть максимально удобными для пользования, чтобы не заставлять читателя слишком часто отвлекаться от основного текста).

Перечисления, оформленные черточками, звездочками или другими фигурами позволяют разбить текст на легко усваиваемые фрагменты. При этом в каждом пункте должен содержаться небольшой объем информации (5 – 9 слов). Приведем правила оформления перечислений:

- поставить перед перечислением двоеточие;
- начинать каждый пункт со строчной, а не с прописной буквы (если все пункты выражены полными предложениями, в конце ставится точка, если нет – точка с запятой);
- избегать повторов в начале каждого пункта;
- ставить точку только после последнего пункта.

Нумерованные перечисления применяются, когда в определенном месте текста приводится сжатая информация.

Для оформления перечислений можно применять и буквы. В этом случае применяют скобки, иначе буквы потеряются в тексте.

Информацию при перечислении можно выделить пробелом или красной строкой. Важно следить за тем, чтобы все перечисления в тексте были оформлены одинаково.

3. Соблюдение норм русского литературного языка

1. Пунктуация. Знаки препинания ставятся в соответствии с правилами русского языка, но в некоторых случаях допускаются отклонения от правил с целью подчеркнуть стилистические особенности текста (*например, «;», «,» или «–»*).

1) Точка с запятой ставится:

- для разделения распространенных однородных членов предложения, связанных бессоюзно, если внутри них уже есть запятое (часто применяется в структуре деловых писем);

Изделия на выставке представлены мастерами с трех континентов: резные тарелки из Бомбея, Калькутты и Бангкока; фарфор из Берлина, Парижа, Амстердама; деревянные индейские маски из Мехико.

- для разделения достаточно самостоятельных по значению предложений в составе сложного бессоюзного;

Мы занимались экспортом на восток более 10 лет; в этом году мы ожидаем, что Япония станет нашим крупнейшим рынком сбыта.

2) Двоеточие ставится:

- перед однородными членами предложения после обобщающих слов;

- перед предложением, обозначающим причину;
- перед цитируемым материалом.

3) Тире ставится:

- между подлежащим и сказуемым, если пропущен глагол-связка (*Наша первостепенная задача – выйти на международный уровень по всем показателям. Или: Наша первостепенная задача – это выйти на международный уровень по всем показателям.*);

- после однородных членов предложения перед обобщающим словом (*Массаж, солярий, визаж, маникюр, педикюр – вот далеко не полный перечень услуг, которые наш салон красоты предоставляет клиентам*);

- для выражения резких противопоставлений (*Повысили цену – уменьшили спрос*);

- для выделения прямой речи;

- для выделения вводных слов и предложений, находящихся в середине предложения (*Модель К-60 – прошло всего 10 месяцев от утверждения проекта до сборки – поступит в продажу в мае текущего года*);

- между двумя словами, обозначающими место, время, количество и имеющими смысл «от...до» (*На участке линии метро Нагатинская – Тульская производится ремонт*).

4) Скобками выделяют вводные слова или предложения, приводимые в качестве замечания, пояснения или дополнения. Часть предложения, оставшаяся за скобками, должна быть законченной мыслью. Для такого рода выделений можно использовать также запятые и тире.

Однако не советуем злоупотреблять скобками. Иногда полезнее дополнительную информацию выделить в отдельное предложение.

5) Кавычки ставятся:

- для выделения прямой речи;
- для выделения иронических слов, в переносном значении.

6) Многоточие применяется:

- для обозначения недосказанности, незаконченности высказывания, а также перерыва внутри предложения;

- в цитатах для указания на пропуски слов и предложений.

2. Дефис (не является знаком препинания!) употребляется:

- в сложных существительных (*северо-восток, киловатт-час и т.п.*);
- в существительных, первая часть которых является иноязычным элементом (*премьер-министр, вице-президент, экс-чемпион и т.п.*);

- если существительное обозначает половину чего-либо и начинается с гласной буквы или «л» (*пол-лимона, пол-оранжереи и т.п.*);

- в сложных прилагательных, если они образованы равноправными сочетаниями слов (*беспроцентно-выигрышный заем, англо-русский словарь и т.п.*);

- в сложных прилагательных, являющихся географическими названиями или названиями областей территориального деления (начинающихся с *Западно-, Восточно-, Северо-, Юго-, Южно-* : *Северо-восточный округ, Западно-Сибирская низменность и т.п.*);
- в сложных прилагательных, обозначающих оттенки цветов (*ярко-зеленый, бледно-голубой* и пр.);
- в числительных, если перед элементом *-сотый, -тысячный, -миллионный* количество выражено цифрой (*5-тысячный, 7-сотый* и т.п.);
- в наречиях с приставкой *по-* или оканчивающихся на *ки-, -ьи, -ому, -ему* (*по-русски, по-прежнему, по-видимому* и т.п.);
- в наречиях, образованных из порядковых числительных с приставкой *во-* или *в-* (*во-первых, во-вторых, в-третьих* и т.п.);
- в наречиях и местоимениях с частицами *-то, -либо-, -нибудь, кое-, -таки* (*кто-то, все-таки* и т.п.);
- в наречиях, образованных повторением слов или основ слов (*мало-помалу, еле-еле* и т.п.);
- в сложных предлогах (*из-под, из-за* и т.п.).

3. Точки при сокращениях.

Точки не применяются в аббревиатурах (*НАТО, ММИЭИФП* и пр.). Точки применяются при сокращениях некоторых слов и сочетаний, начинающихся со строчных букв (*пр., т.д.*), за исключением случаев, когда эти буквы обозначают меры и следуют за цифрами (кг, см, л).

4. Числа от одного до десяти в тексте пишутся словами, если они не выражают различные меры (*2 МБ, 7 кг*) и если обозначают округления, дроби. Цифрами могут записываться количество объектов, даты, различные меры (см. выше). При записи чисел, которые больше 9999, можно использовать точку (*17.982, 293. 456 678* и т.д.)

5. Согласование подлежащего и сказуемого².

1. При подлежащем с количественным числительным, заканчивающимся на «один», сказуемое употребляется в форме *единственного числа*.

Например:

Правильно	Неправильно
В 2005 году на предприятие был принят 21 специалист.	В 2005 году на предприятие были приняты 21 специалисты.

2. При подлежащем, имеющем в своем составе имя числительное, обозначающее «два» и более, сказуемое употребляется как в форме *единственного*, так и в форме **множественного числа**.

Например: *На совещании руководителей подразделений будут выслушаны (будет выслушано) два доклада.*

² Кирсанова М.В., Анодина Н.Н., Аксенов Ю.М. Деловая переписка: Учебн. пособие. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2002 – с. 21.

Разница между употреблением единственного и множественного числа заключается в том, что сказуемое в форме единственного числа подчеркивает целостность, нерасчлененность того множества, о котором идет речь, а также пассивную роль элементов этого множества.

Например: *Было рассмотрено три проекта,... продано 10 костюмов.*

Если же нам важно подчеркнуть активную роль каждого лица, то лучше сказать так: *«15 менеджеров высшего звена окончили курсы повышения квалификации».*

3. Подлежащие, включающие понятие «большинство», «меньшинство», «ряд», «часть», «много», «немало», «несколько», «количество», «число», «не меньше чем», а также отрицательные неопределенные местоимения («никто», «ничто», «кое-кто») употребляются со сказуемыми в форме единственного числа.

Например: *Ряд положений проекта не подтвержден расчетами. Большинство голосовало «против».*

4. Стилистические особенности делового текста

Стилистическое соответствие, как уже упоминалось на прошлом занятии, можно проверить с помощью словарей. И все-таки мы советуем вам запомнить еще несколько особенностей официально-делового стиля³.

1. Официально-деловые тексты обычно обходятся без обозначения авторства, поэтому часто употребляются безличные глаголы, называющие действия, состояния, намерения или побуждения. Употребляются также слова, выражающие побуждение читателя к действию: *нужно, необходимо, следует учесть и т. п.*

Например: *Объем статей не должен превышать восьми страниц печатного текста.*

2. В области лексики деловой стиль отличается от других использованием профессиональных терминов, если они предназначены для респондентов, знакомых с данной профессиональной областью. Но наряду с этим, деловое письмо характеризуется своеобразной лексикой и фразеологией, не встречающейся в других стилях: *проживает* вместо *живет*, *лицо* вместо *человек*, *зачисляют* вместо *принимают*, *предоставляется* вместо *дается*, *отбыл* вместо *уехал*, *с супругой* вместо *с женой*, *заслушать*, *надлежащий*, *исходящий* и т.п.

3. В деловом стиле приняты стандартизированные речевые обороты: *вступить в законную силу, по истечении срока, в установленном порядке, в целях, со стороны, в области* и пр., а также отыменные (относящиеся к именам существительным) предлоги и союзы: *в соответствии с; вследствие того что; в дополнение к; в силу того что* и др.

³ Валгина Н.С. Теория текста: Учебное пособие. – М.: Логос, 2004. – с. 156–157.

5. Методы обеспечения легкости чтения текста

Многие годы обсуждается проблема излишней тяжеловесности официального стиля, необходимости избавляться от канцеляризмов (неоправданно сложных оборотов речи). Но в то же время в деловой речи неприемлемы диалектизмы, жаргонизмы и просторечные слова.

Чтобы облегчить чтение адресату, тщательно проверьте, нет ли в тексте дублирующих друг друга слов или словосочетаний. Например: *Первое и самое главное = главное (или первое); целиком и полностью = полностью; пришли к общему консенсусу = пришли к консенсусу и т.п.*

Официальная речь иногда может оказаться перегруженной канцеляризмами. Поэтому деловые документы, в зависимости от степени важности, могут допускать некоторые упрощения в традиционной деловой речи.

Например: Собрание коллектива вынесло постановление о необходимости принятия участия в мероприятиях, посвященных празднованию Нового года.

Если текст не является дипломатическим и не носит торжественный характер, то в текущей деловой переписке допустимо сказать так: *На собрании коллектива было решено принять участие (участвовать) в организации Новогоднего праздника.*

Иногда в деловых текстах встречаются слова, ничего не добавляющие к сказанному. Бесполезных слов следует избегать, если только они не служат для усиления впечатления.

Например: *Эта встреча очень важна. Рынок значительно изменился с прошлого года.*

В указанном примере подчеркнутые слова могут оказаться как полезными, так и лишними, в зависимости от акцентов, которые вы хотите расставить в тексте.

А вот примеры предложений с бесполезными словами:

Если у кого-нибудь из вас есть какие-нибудь предложения, можно прислать их по электронной почте. Лучше: *Если у вас есть предложения...*

Высылаем список необходимого оборудования, которое потребуется в ближайшее время. Лучше: *Высылаем список оборудования, которое потребуется в ближайшее время.*

Деньги нужны, чтобы использовать их для закупки новой партии товара. Лучше: *Деньги нужны для закупки товара.*

Иногда описываемые факты подразумеваются сами собой. Но, если вы сомневаетесь, является ли слово лишним, прочитайте фразу без него и подумайте, искажается ли ее смысл. Если нет, можно смело сокращать текст.

Например: *Объективно рассмотрев план реорганизации, комитет принял решение о том, что время для нее выбрано неудачно из-за действующей в настоящее время процедуры увольнения.* Лучше: *Комитет рассмотрел план*

реорганизации и решил, что действующая процедура увольнения препятствует предстоящим изменениям.

Оптимальными по длине являются предложения, состоящие не более чем из 20 слов. Исключительно важен размер документа, поскольку часто не хватает времени, чтобы внимательно перечитать текст от начала и до конца.

В слишком длинном документе могут оказаться упущенными некоторые важные пункты. Однако часто возникает противоположная проблема: однотипные аргументы, пояснения и ссылки на одни и те же факты могут повторяться.

Например: Московская олимпиада состоялась в Москве в 1980 году. Расширенное заседание ученого совета проходило с участием приглашенных лиц.

Существуют два метода, направленных на обеспечение легкости чтения. Они основаны на анализе длины предложений и длины слов, употребляемых в тексте⁴.

Тест на легкость чтения был разработан Рудольфом Флечем в 1940-х годах.

Шаг 1. $A = \text{средняя длина предложения} \times 1,015$

Шаг 2. $B = \text{количество слогов в 100 словах} \times 0,846$

Шаг 3. $A + B = C$

Шаг 4. $\text{Читабельность} = 206,8 - C$

Обработка результатов: читабельность возрастает от 0 до 100 (0 – текст не читается. Чем ближе к 100, тем легче читать текст).

Индекс неясности разработан Робертом Ганнингом в 1960 годах.

Шаг 1. $A = \text{средняя длина предложения}$

Шаг 2. $B = \text{процент слов с тремя и более слогами}$

Шаг 3. $A + B = C$

Шаг 4. $\text{Индекс неясности} = C \times 0,4$

Обработка результатов: читабельность возрастает от 20 до 0 (0 – очень легко читается; от 10 – становится трудно читать; 20 – очень трудно читается).

6. Типичные ошибки в текстах деловых писем.

1. Чаще всего в текстах деловых писем встречаются **структурные ошибки**, связанные с несоблюдением порядка расположения информации и формы документа. Например, если существуют уже разработанные типовые бланки, нет необходимости писать отдельное письмо по этому же поводу. Не стоит также дублировать в тексте данные, указанные в реквизитах и предыдущем письме, повторять наименование предприятия рядом с должностью лица, подписавшего документ, так как эти сведения уже содержатся на служебном бланке или в штампе, поставленном в верхнем левом углу листа.

⁴ Грэхем Харт. 30 минут для подготовки делового документа. – М.: Изд. «Лори», 2002. – с. 47.

2. Грамматические ошибки:

1. Ошибки, связанные с несоблюдением порядка слов (см. п. 5.3. предыдущей темы – расположение ключевых слов)	<i>К 20 декабря завод «Прогресс» <u>выполнил план</u>.</i> <i>Завод «Прогресс» выполнил план <u>к 20 декабря</u>.</i> <i>К 20 декабря выполнил план <u>завод «Прогресс»</u>.</i> Смысл предложения меняется в зависимости от того, какие слова поставлены в конце фразы.
2. Ошибки при употреблении полной и краткой форм прилагательных (более принята краткая форма).	Неправильно: <i>Выводы комиссии обоснованные и справедливые.</i> Правильно: <i>Выводы комиссии обоснованны и справедливы.</i>
3. Неправильное использование предлогов (о, за, в, на)	Неправильно: <i>Директор отметил <u>о</u> важности поставленного вопроса. Оплачивать <u>за</u> услуги.</i> Правильно: <i>Директор отметил важность поставленного вопроса. Оплачивать услуги.</i>
4. Ошибки в структуре сложного предложения. Пояснения в сложных предложениях должны следовать сразу за союзами «что», «который», «чтобы», «если», «вследствие того что» и т.п.	Неправильно: <i>Начальник отдела собрал на совещание сотрудников для обсуждения проектов, которые ранее выдвигали свои предложения. (Кто: сотрудники или проекты?)</i> Правильно: <i>Начальник отдела собрал <u>сотрудников, которые</u> ранее выдвигали свои предложения, на совещание для обсуждения проектов</i>

3. Лексические ошибки.

1. Неправильное использование слов (слова не подходят по смыслу, стилю или имеют разный смысл в разных сферах).	Неправильно: <i>Эта информация передана <u>опосредственно</u>.</i> Правильно: <i>Эта информация передана <u>опосредованно</u>.</i> Неправильно: <i>Эта реклама направлена на <u>визуалистическое</u> восприятие.</i> Правильно: <i>Эта реклама направлена на <u>визуальное</u> восприятие.</i> Неправильно: <i>Нам сегодня привезли железо (о комплектующих к компьютеру).</i> Правильно: <i>Нам сегодня привезли <u>комплектующие</u>.</i>
2. Неуместное или неоправданное использование иностранных слов.	Неправильно: <i>Срок действия договора может быть <u>продолгован</u>.</i> Правильно: <i>Срок действия договора может быть <u>продлен</u>.</i>

Использование иностранной лексики может быть оправдано только тремя обстоятельствами: необходимостью (невозможностью лаконично заменить русскими словами), уместностью и точностью употребления.	
3. Плеоназмы (избыточность речи).	Неправильно: <i>промышленная индустрия</i> (индустрия — промышленность), <i>форсировать работу ускоренными темпами</i> (форсирование означает ускорение) и пр.
4. Тавтология (повтор однокоренных слов).	Неправильно: <i>польза от использования, следует перечислить следующие проблемы</i> и пр.
5. Неразличение слов-паронимов (близких по звучанию, но различных по значению).	<i>Командированный</i> – командировочный, <i>поместить</i> – разместить, <i>методический</i> – методологический, и пр.
6. Ошибки в употреблении слов-синонимов (одинаковых или близких по значению)	<i>Возвести</i> (стены, здание) – <i>построить</i> (дом, завод)

В заключение хотим сказать несколько слов об оформлении письма. Выбирать бумагу для делового письма необходимо очень тщательно, поскольку впечатление, которое она может создать у получателя письма, влияет на репутацию фирмы-отправителя. Бумага должна быть хорошего качества, внешне привлекательная и немного консервативная: белая или

Во многих странах мира для личных писем используют различную как по цвету, так и по способу оформления бумагу. Белый, кремовый, светло-голубой, серый или бледно-зеленый — это цвета бумаги для официальной или личной корреспонденции, которую ведут женщины. Бумага для личных писем мужчин отличается от женской только более спокойными тонами.

ПРАКТИЧЕСКИ ЭТО МОЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТАК:

в процессе подготовки документа вы сможете быстро и квалифицированно отредактировать созданный текст и обеспечить себе достойный имидж профессионала.



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. При чтении документа человек обращает внимание сначала на его внешнее оформление и структуру построения, потом на содержание.

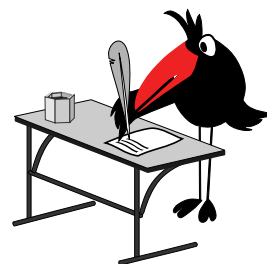
2. В процессе изучения содержания необходимо обращать внимание на грамотность и легкость изложения. Важно стараться, чтобы каждый из этих аспектов был безупречен.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Как можно быстро проверить текст на наличие ошибок и опечаток?
2. Что такое читабельность текста и как она определяется?
3. Как правильно выполнить перечисление в тексте?
4. Как избавить текст от лишних слов? По каким критериям можно определить, что слово в тексте лишнее?
5. В чем своеобразие построения официально-деловой речи?
6. Как можно структурировать текст делового письма?

ЗАДАНИЯ ПО ТЕМЕ



Из представленных ниже синонимических рядов выберите слова, уместные в деловых бумагах. Запишите их.

1. **Изъян** (недочет, недостаток, пробел).
2. **Уведомление** (извещение, оповещение, информирование).
3. **Оповестить** (уведомить, информировать, известить).
4. **Помогать** (содействовать, способствовать).
5. **Отправлять** (послать, адресовать, направлять).
6. **Затруднять** (препятствовать, тормозить).
7. **Приказ** (распоряжение, директива, указание).

[illegible]

Исправьте стилистические ошибки в приведенных ниже предложениях. Запишите исправленные варианты.

- а) В докладе инспектора горono были отмечены все **дефекты** в работе предметных кружков.
- б) **Информация** о ходе соревнований между учениками 6-х классов систематически помещается в школьной стенгазете.
- в) В своем выступлении на родительском собрании классный руководитель **констатировал** все случаи нарушения дисциплины.
- г) На повестке ученического собрания стоят **актуальные** вопросы.

Задание 3.

Подберите к словам синонимы (из слов, заключенных в скобках) определите, какие из них более уместны в деловой речи. Запишите ответ.

Очень (чрезвычайно, исключительно, максимально); быстро (незамедлительно, срочно, экстренно); сделано (выполнено, исполнено); осведомлен (извещен, информирован); напечатаны (изданы, опубликованы, выпущены); мудро (трудно, затруднительно).

Задание 4.

Прочитайте предложения, выберите из синонимов, заключенных в скобки, слова, характерные для официально-делового стиля. Мотивируйте свой выбор.

а) Победителям соревнования (даны, вручены, выданы) призы.

б) Средства, отпущенные на оборудование спортзала, были (истрачены, израсходованы, издержаны) полностью.

в) В текущем учебном году было (куплено, приобретено) новое оборудование для кабинета физики.

г) Мебель в школьной столовой (отремонтирована, исправлена, починена) силами учащихся старших классов.

[illegible]

Отредактируйте приведенные ниже предложения.

1. Из-за систематически проводимых дополнительных

- [illegible]

ЛИТЕРАТУРА

1. Альтшуллер А.А. Суперменеджер: имидж и самопрезентация. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.
2. Башканова Ю., Башканова Н. Курс имиджелогии для дистрибьюторов «Тяньши». – Ростов-на-Дону: Изд-во Феникс, 2004.
3. Быкова А.И. Особенности изучения деловой речи на уроках русского языка: Пособие для учителей. – Краснодар, 2004.
4. Грэхем Харт. 30 минут для подготовки делового документа. – М.: Лори, 2002.
5. Кирсанова М.В., Анодина Н.Н., Аксенов Ю.М. Деловая переписка: Учебн. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2002.
6. Щенина К.П. Обучение деловому письму на уроках русского языка. – М.: Просвещение, 1980.

Содержание

Занятие 1	
ПОДГОТОВКА СЛУЖЕБНОГО ДОКУМЕНТА.....	1
Занятие 2	
РЕДАКТИРОВАНИЕ ТЕКСТА ДЕЛОВОГО ДОКУМЕНТА	13
ЛИТЕРАТУРА	28