

Виды деловых коммуникаций

Тема 2



В зависимости от целей взаимодействия

- информационные,
- убеждающие,
- экспрессивные,
- суггестивные,
- ритуальные



Информационные коммуникации

- **Цель:** получение и передача информации
- **Методы:**
 - обмен данными, необходимыми для повышения эффективности принимаемых решений (факты, цифры, разъяснение обстоятельств)

ПРИМЕР



- **Бизнес семинары** – одна из форм обучающих практических занятий, в ходе которых происходит чтение докладов на обозначенные заранее темы и их последующее обсуждение...



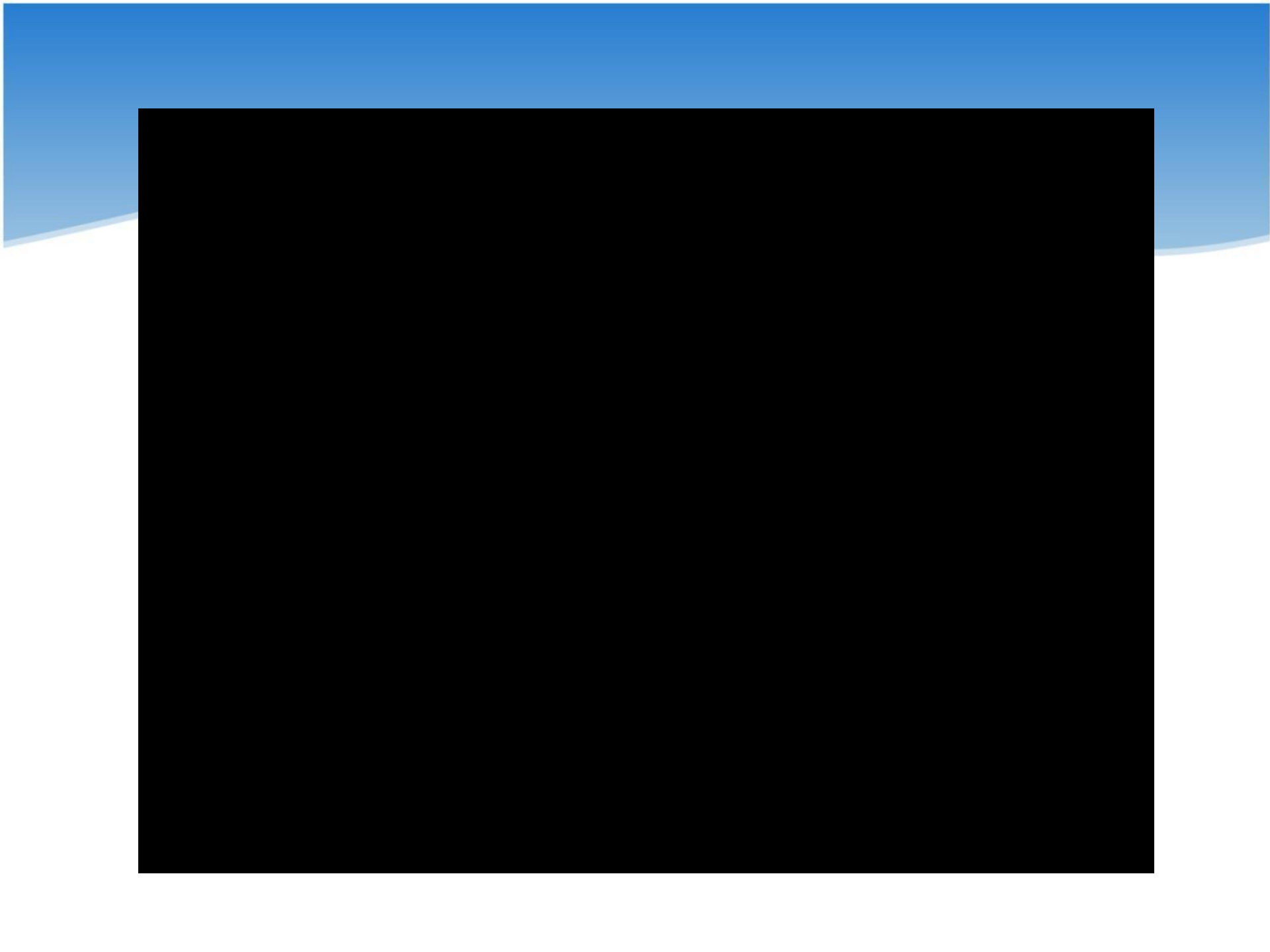
Убеждающие коммуникации

- **Цель:** внесение изменений в мотивы, убеждения и действия одной или нескольких сторон в условиях определённой свободы выбора.
- **Методы:**
 - апелляцию к общему положительно оцениваемому мнению;
 - обращение к собственным критическим суждениям партнёров, их знаниям и опыту;
 - оперирование неоспоримыми фактами

ПРИМЕР



- **Персональные продажи** – устные контакты торгового персонала с одним или несколькими перспективными покупателями с целью продажи товара или услуги.



Экспрессивная модель

- **Цель:** создание и поддержание определённого психологического настроения
- Активно используется в деловых коммуникациях для придания эмоциональной окраски действиям, облегчения процесса убеждения (особенно в ходе различного рода споров), для создания более открытого, благоприятного образа в процессе взаимодействия
- **Методы:** демонстрация эмоций



Суггестивные коммуникации (от лат. suggestio – внушение)

- **Цель:** коррекция мотивационной установки окружающих за счёт целенаправленного, неаргументированного воздействия, т.е. внушения.
- Применяется в случаях, когда партнёр по коммуникации находится в излишне возбуждённом состоянии и не может объективно оценивать ситуацию, воспринимать доводы убеждения.
- **Методы:** воздействие на разум осуществляется через чувства.

Ритуальная модель

- **Цель:** установление и поддержание формальных деловых отношений.
- **Методы:**
 - ритуалы и церемонии,
 - стандартизированные алгоритмы исполнения,
 - особое стандартизированное оформление окружающей среды

В зависимости от статусов лиц, участвующих в коммуникации

- **Интимное общение.**
- «интимный» - лишенный строгой официальности, располагающий к задушевности, доверительности; связанный чувством симпатии, общими интересами; основанный на близком знакомстве [Толковый словарь русского языка под редакцией Т. Ф. Ефремовой].
- Ни один из партнеров не обладает официальным статусом относительно друг друга



Профессиональное общение



- один из партнёров обладает определенным статусом, т.е. исполняет определённые обязанности, в то время как остальные лишены официального статуса.

Деловое общение



- коммуникации осуществляются на формально-формализованном уровне, при котором все стороны наделены официальным статусом.



ВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

- **Вербальные коммуникации** или **речевое общение** – процесс установления и поддержания целенаправленного прямого или косвенного контакта между людьми при помощи языка
- **Язык** – совокупность слов и систем их использования, общих для людей, принадлежащих к одному языковому сообществу, реализуемых с помощью системы речи

Нормы языка

- **Лексические нормы** определяют правильность и уместность языковых оборотов, позволяют выбирать слова из многообразия синонимов (слов, различных по звучанию, но сходных по значению) и паронимов (слов сходных по написанию, но различных по значению).
- Нарушение лексических норм приводит к искажению смысла высказывания.



Примеры

- Где-то в 70-х годах XIX века;
- Занятия планировали провести где-то в июне;
- План выполнен где-то на 102%.

НЕВЕРНО!

- Наречие где-то имеет одно значение — “в каком-то месте”, “неизвестно где” (где-то заиграла музыка).

- Нежелательное употребление глагола **лежить**
- Вместо ~~предст~~ представляется Петрову
- Слово ~~представляется~~ представляется, которое надолго запомнится публике
- Это было **эффективнее** эффективное выступление, которое надолго запомнится публике.
- эффективный (действенный, приводящий к нужным результатам) и эффектный (производящий сильное впечатление, эффект);

- **Вкусный:**

- Вкусный - Приятный на вкус. Вызывающий представление о приятной, аппетитной пище (по Ефремовой).
- Выражающий аппетит, удовольствие, ощущение приятного (по Ожегову).

- **Ошибки фразеологизмов:**

- форма: «Я привык отдавать себе **полные отчеты**» - изменена форма числа. Существует фразеологизм **отдавать отчет**

- лексическое видоизменение:

- «Пора уже тебе взяться за **свой** ум» - большая часть фразеологизмов является непроницаемой: в состав фразеологизма нельзя ввести дополнительную единицу.

- «Все возвращается на спирали своя!..» - есть фразеологизм **на кругу своя**. Замена слова

Виды языка



- Литературный язык
- Диалект
- Просторечие
- Жаргон

Виды языка

- ***Литературный язык*** отличается высоким уровнем его обработанности. В процессе такого общения тщательно оцениваются употребляемые слова и обороты, их уместность и соответствие существующим правилам.

Ошибки и употребление

- **Штампы** - это избитые выражения с потускневшим лексическим значением и стертой экспрессивностью.
Пример:
При голосовании поднялся лес рук.
- **Клише (неправильное употребление)** - речевые стереотипы, готовые обороты, используемые в качестве легко воспроизводимого в определенных условиях и контекстах стандарта.
 - в официально-деловых документах (встреча на высшем уровне);
 - в научной литературе (требуется доказать);
 - в публицистике (наш собственный корреспондент сообщает из).

- **Диалект** (от греч. *diálektos* — разговор, говор, наречие) используется в качестве средства общения людьми, связанными одной территориальной общностью.
- Например, приспособление, которым берут сковородку, в разных местах называют «сковородником», «чапельником», «цаплей» или «печником».

- ***Просторечие*** словарь Ожегова определяет как речь малообразованных носителей языка; черты произношения, слова и выражения, грамматические формы и конструкции, свойственные нелитературному разговорному употреблению.

Ошибки

- употребление слов, обозначающих степень родства при обращении к незнакомым людям (папаша, браток, дочка, сестренка);
- употребление существительных с уменьшительными суффиксами (чайку, кваску и др.);
- замена некоторых слов, ложно воспринимаемых как грубые (отдыхать вместо спать, выразаться вместо ругаться, кушать вместо есть);
- использование эмоциональной лексики в «размытом» значении (отмочить, наяривать, откалывать);
- использование в повседневной речи профессиональной разговорной лексики (накладка в значении ошибка; отгрузить, отснять, отбраковка и др.).

- **Жаргон** (фр. jargo) – это речь людей, составляющих обособленные группы, или людей, которых объединяет общая профессия.
 - **Профессиональные жаргоны** используются людьми одной профессии, главным образом при общении на производственные темы.
 - **Социальный жаргон** – составляет речь какой-либо определённой группы людей.

Примеры

- Элементы нищенского, воровского и офенского (социальный жаргон русских коробейников, странствующих торговцев в XVI-XIX вв.) жаргонов:
 - липа (фальшивка),
 - жулик,
 - шустрый,
 - манатка (рубашка),
 - сары или сарынь (деньги, ценности).

Характеристики речи представителей различных социальных слоёв

- **Сленг** – совокупность слов и выражений, употребляемых представителями определенных групп, профессий и т.п. и составляющих слой разговорной лексики, не соответствующей нормам литературного языка .
- **Пиджин** – структурно-функциональный тип языка, развившийся путем упрощения структуры языка-источника. Пиджин-язык широко распространен в бывших колониях: Попуа - Новая Гвинея, Соломоновы острова.
- **Койне** – это функциональный тип языка, используемый в качестве основного средства повседневного общения), обеспечивающего коммуникативную связанность некоторого региона как средство межнационального общения.

Уровни лексики:

- ***стилистически нейтральные слова***, употребляются во всех разновидностях языка и при всех типах коммуникации;
- ***стилистически окрашенные слова***, употребляются в какой-либо разновидности языка или функциональном стиле речи (термины);
- ***эмоционально окрашенные (экспрессивно-оценочные) слова***, выражают эмоции говорящего, его отношение к предмету речи.

Примеры

- Совет жильцов дома № 35 постановил: возвести детскую площадку, имеющую огромное значение в деле воспитания подрастающего поколения .
- Использование публицистической лексики и фразеологии в подобных текстах может стать причиной комизма, нелогичности высказывания, так как слова высокого эмоционального звучания выступают здесь как чуждый стилевой элемент
- Совет жильцов дома № 35 постановил построить площадку для детских игр и занятий спортом.).

- У среднегерманского канала их обогнали бешено мчавшиеся машины с синеватого отлива бронбойными стеклами
- могут быть бронбойные орудия, снаряды, а стекла следовало назвать непробиваемыми, пуленепробиваемыми.

- **Акцентные нормы** закрепляют правильную постановку ударения в словах.
 - Звон'ить
 - Догов'ор
 - Валов'ой
- **Морфологические нормы** определяют словоизменение и словообразование
 - употребление слова в **несуществующей или не соответствующей контексту форме.**



- **Орфоэпические нормы** регулируют произношение слов. К ним относятся правила расстановки ударений, возможность твёрдого и мягкого произношения согласного перед э, вариантность в произношении собственных имён и некоторых грамматических форм.
- **Синтаксические нормы** определяют правильность построения грамматических конструкций и соблюдение согласования членов предложения.
- **Орфографические** – закрепляют правила письменной речи.



ПРИНЦИПЫ ВЕРБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

- **«принцип кооперации»:** предположение, что при прочих равных условиях вклад каждого из участников вербальных коммуникаций должен соответствовать общей принятой цели или направлению общения.
- На основе этого выделяют более конкретные принципы, названные постулатами Количества, Качества, Отношения и Способа.

- ***Постулаты количества*** связаны с объёмом передаваемой информации: высказывание должно обладать необходимым уровнем информативности и содержать не меньше и не больше информации, чем необходимо для выполнения текущих целей диалога.
- ***Категория качества*** определяет содержание передаваемой информации и закрепляет необходимость использования по возможности истинных высказываний, исключая заведомо ложные и те, для утверждения которых нет достаточных оснований.

- **Постулат отношения** связан с вопросами релевантности (соответствия) содержания речевой коммуникации и определяет необходимость строго соответствовать теме разговора.
- **Постулат способа**, относится к форме выражения: «Выражайся ясно».
 - Частное требование: избегать неоднозначности, излишней сложности и громоздкости формулировок, усложняющих восприятие информации адресатом.

Максимы коммуникации

Дж. Н. Линчем

- **максима великодушия** – успешный коммуникативный акт не должен быть дискомфортным для участников общения, не следует связывать партнера обещанием или клятвой;
- **максима одобрения** – необходимо позитивно оценивать других и избегать критических оценок;
- **максима скромности** – при взаимодействии с окружающими необходимо сохранять объективную самооценку;

- **максима согласия** – во имя сохранения конструктивной коммуникации необходимо стремиться избегать конфронтации;
- **максима симпатии** – доброжелательность является основой для перспективного предметного разговора;
- **максима такта** – при общении необходимо соблюдать личные границы собеседников и не затрагивать потенциально спорных тем (частная жизнь, индивидуальные предпочтения и пр.) без их желания.



УСТНАЯ РЕЧЬ

Уровни устных коммуникаций

- **мотивированный уровень** (уровень коммуникативного намерения) включает цели и намерения партнёров, коммуникативный подтекст;
- **предметно-содержательный уровень** — набор фактов, явлений, предметов действительности, отражающихся в вербальном общении;
- **смысловой уровень или уровень смыслового содержания** — определяет логическую организацию предметных связей в процессе их осмысления;

- **языковой план** — совокупность языковых средств (грамматических, лексических, и т.д.);
- **речевой план** включает многообразие способов формирования и формулирования сообщений с учетом культурных и социально-психологических особенностей говорящего;
- **фонационный план текста** — его интонационно-произносительные особенности.

Характеристики речи

- **Дикция** (лат. dictio — произнесение речи) определяет ясность и четкость произнесения текста, его разборчивость.
- Говорящий человек, который обладает хорошей дикцией, бессознательно воспринимается положительно, окружающие готовы его слушать и легко могут воспринимать передаваемую информацию.



Громкость речи

- Смысловое деление речи на элементы
 - Более важные в смысловом отношении части предложения обычно характеризуются более высоким уровнем громкости произнесения, чем малозначимые.



Публичная речь:

- Повышенный уровень громкости. Перед оратором стоит задача привлечения и удержания внимания большого количества людей
- Повседневная или деловая речь:
 - Чрезмерно громкая речь может свидетельствовать о высоком уровне раздражения или низком уровне интеллектуального развития говорящего.

Темп речи

- На скорость произношения текста оказывают влияние:
 - количество звуков (слогов) в слове (чем их больше, тем меньше средняя длительность звука);
 - интонационное противопоставление важного/неважного (произношение несущественных, с точки зрения говорящего, фрагментов текста убыстряется, а важных - замедляется).



Стиль произнесения

- Различают три **стиля произношения**: полный, нейтральный, разговорный.
 - **Полный стиль**: отчетливая артикуляция, тщательное произнесение всех звуков, неторопливый темп. Его используют опытные ораторы при публичных выступлениях, профессиональные дикторы радио и телевидения.
 - **Нейтральный стиль**: достаточно отчетливая артикуляция, но одновременно с некоторым «проглатыванием» звуков, средним или быстрым темпом речи. Оптимальный при деловом общении.
 - **Разговорный стиль**: нечеткая артикуляция, «проглатывание» звуков и слогов, быстрый темп. Применяется при бытовом общении, в непринужденной обстановке.

Интонация

- С помощью **интонации** выражаются различные коммуникативные цели:
 - утверждение,
 - вопрос,
 - восклицание,
 - побуждение.
- В процессе речи интонация необходима для выражения связи между словами в предложении, обеспечения единства связанных по смыслу слов; разбиения предложения и всего потока речи на смысловые отрезки; выделения наиболее важных речевых единиц; и выражения цели высказывания (утверждение, вопрос, восклицание, побуждение).



РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА

Техника вопросно-ответного хода

- Оратор задаёт самому себе вопросы, отвечая на них, самостоятельно выдвигая и опротестовывая различные сомнения и возражения относительно предмета дискуссии.
- Для достижения эффекта необходимо тщательно прорабатывать задаваемые себе вопросы, так чтобы они были значимы для собеседников (то, что они сами хотели, но ещё не успели спросить) и, при этом, говорящий мог аргументировано на них ответить.
- Разновидностью данной техники: использование риторических вопросов (вопросов, ответ на которые не требуется или не ожидается в силу его крайней очевидности), способствующих привлечению внимания собеседников.

Эмоциональные восклицания

- позволяют привлечь внимание слушателей к предмету разговора, стимулируют вовлеченность собеседников в процесс.
- Восклицательные предложения придают эмоциональную окраску речи и передаются с помощью:
 - интонации (восклицательные предложения произносятся более высоким тоном, с выделением слова, непосредственно выражающего эмоцию),
 - междометий (ах, увы и др.),
 - восклицательных частиц междометного, местоименного и наречного происхождения (ну, о, ну и, куда как, как, какой, что за и др.).
- При использовании восклицаний в речи необходимо придерживаться принципа целесообразности.

Использование эвфемизмов

- (греч. eu – хорошо, рhemi – говорю) предполагает замену резких, грубых и оскорбительных слов их более мягкими эквивалентами для поддержания благожелательной атмосферы, снижения негативного проявления эмоций.
 - Например, в деловой речи «вы должны», целесообразно заменить на «хотелось бы», чтобы убрать повелительный тон выражения.
- Чрезмерное увлечение смягчёнными выражениями делает речь неискренней, говорящий, в таком случае, воспринимается негативно, как человек, стремящийся что-то скрыть. Неуместное использование такого выражений типа (например, интересуется чужими вещами вместо ворует; большой ценитель женской красоты вместо бабник и т. п.) вызывают негативную реакцию у собеседников.
- В психиатрии чрезмерное увлечение эвфемизмами, проявляющееся в склонности использовать в речи уменьшительно-ласкательные слова и елейно-слащавые выражения (например, взять сахарку из вазочки) является признаком психопатологии и может указывать на инфантильное стремление человека скрыть проявления зависти, агрессивности и тем самым сохранить или завоевать расположение к себе.

Инверсия

- (лат. *inversio* – переворачивание, перестановка) – осмысленное нарушение порядка слов стандартного высказывания для усиления вербального воздействия.
- сознательно нарушается последовательность членов предложения, выделяемые слова могут быть вынесены вперед (указывая на то, что они являются главным объектом фразы) или назад (приобретая дополнительное значение, смысловой оттенок).



СЛУШАНИЕ

- Согласно исследованиям югославского психолога П. Мицича [Морозов, 242] коэффициент потерь при передаче информации составляет $g_{\text{п}}$ ($0,00 < g_{\text{п}} < 1,00$). Так, из 100% задуманной индивидом информации лишь 70 % из неё приобретает словесные формы, 80 % из них могут быть высказаны, 70% от высказанной информации услышано, 60% услышанного – понято. Таким образом, у адресата остаётся в памяти не более 24% исходной информации. Помимо непосредственно проблем, связанных с выражением мыслей в словесную форму и передачей сообщений, именно эффективность слушания играет существенную роль в коммуникациях.

- Слушание представляет собой процесс направленного восприятия человеком слуховых и зрительных стимулов и приписываемого им значения
- В рамках слушания выделяют [Панфилова, 27] так называемое «слышание», т.е. процесс улавливания звуков не требующий особых умственных усилий, и непосредственно слушанием или эффективное слушание, процесс восприятия, осмысления, понимания (присвоения знакам сообщения правильных значений), структурирования и запоминания поступающей информации.

- При этом, помимо непосредственно возможности, у адресата также должно возникнуть желание прилагать определённые усилия для восприятия передаваемых информации. В первую очередь человек обращает внимание на сообщения, соответствующие его психологическим и физическим потребностям, т.е. информацию, которая ему интересна или представляет для него ценность. В соответствии с этим для повышения эффективности коммуникаций необходимо особое внимание уделять психологической и физической готовности партнёра к восприятию информации. Такие факторы как плохое самочувствие, внутренние переживания или серьёзные ситуации, не относящиеся к предмету коммуникации, могут отвлечь внимание собеседника, в результате чего передаваемая информация будет упущена.

- В зависимости от содержания сообщения и характера отношения слушающего к информации выделяют: критическое, эмпатическое, нерефлексивное и активное рефлексивное слушание.
- В рамках критического слушания участник коммуникационного процесса осуществляет критический анализ получаемой информации, определяет её правдивость, достоверность, оценивает наличие значимых факторов и возможных противоречий. Данный вид слушания требует больших умственных затрат, поэтому для повышения эффективности взаимодействия собеседнику необходимо давать время на анализ и оценку данных. Сами сообщения должны быть достаточно короткими и иметь чёткую логическую структуру.

- Эмпатическое слушание (греч. *empathēia* - сопереживание) предполагает активное участие в беседе с выражением собственных переживаний и мыслей. Эффективность такого рода слушания могут повысить наличие пауз (позволяющих на короткое время отстраниться от предмета общения и взглянуть на него более объективно), уточнение и парафразов (попытка слушателя кратко пересказать основные мысли собеседника для оценки правильности понимания). Такого рода слушание предполагает активное участие собеседников, поэтому сторонами приветствуется развитие мыслей говорящего, сообщения о своем эмоциональном состоянии и его изменении в процессе разговора, наличие конструктивных замечаний. Ошибками активного слушания являются: критика, полемика, концентрация на самом себе.

- Неререфлективное слушание предполагает максимальную сосредоточенность на речи говорящего я минимальным вмешательством в неё. Данный вид слушания применяется когда собеседник находится в сильном эмоциональном возбуждении и какое-либо вмешательство в монолог может спровоцировать конфликт. Приёмами неререфлективного слушания являются:
- использование одобрительных слов и междометий (да-да, совершенно согласен, конечно и т.д.), дающих понять, что слушающий согласен с собеседником, при этом, не прерывающих его речь;
- парафраз (краткий пересказ основных мыслей партнёра для уточнения правильности восприятия);
- побуждение (использование оборотов, стимулирующих продолжение повествования);
- использование кратких замечаний, чаще всего в виде междометий, имеющих эмоциональную окраску (позволяют слушающему транслировать собственные эмоции, вызванные речью собеседника).
- Распространённой ошибкой при неререфлективном слушании являются попытки собеседника успокоить говорящего (например, используя слова не волнуйся, успокойся и т.д.), а также дать оценку его речи (например, сообщением о незначительности предмета разговора).

- Рефлексивное слушание (лат. reflexus повернутый назад, отраженный) предполагает не только внимательное восприятие сообщений партнёров, но и наличие обратной связи. При этом, обратная связь в виде уточняющих комментариев и демонстрации заинтересованности не должна резко переключать собеседников с передачи информации на её получение. На уровне деловых коммуникаций такой вид слушания наиболее уместен при общении партнеров, находящихся на одной социальной ступени.
- Приёмами рефлексивного слушания являются:
- отражение (эхо) – предполагает дословное повторение или повторение с незначительными изменениями. С точки зрения психологии, данный приём необходим для создания возможности говорящего лучше понять сказанное, так как при отражении собеседник повторяет лишь наиболее существенные моменты речи. Однако, использовать эхо необходимо с чрезвычайной осторожностью, т.к. у собеседника может сложиться впечатление, что его передразнивают;
- парафраз – изложение мысли (отдельных фраз) своими словами для уточнения правильности понимания. В данном случае, уместны выражения «Правильно ли я понял?», «Другими словами, вы считаете...» и пр.;
- резюмирование – подведение итога всего разговора или его значительной части;
- прояснение, т.е. просьба повторить какие-либо моменты речи, не понятые слушателем.

ПИСЬМЕННАЯ РЕЧЬ

- Психологический словарь [И. Кондаков. Психологический словарь, 2000 г.] определяет письменную речь как вид речи, основанный на визуально воспринимаемой устойчивой фиксации языковых конструкций в виде письменного текста. В отличие от устной речи, для которой важным является не только её соответствие языковым нормам, но и широкие возможности для передачи информации (интонация, невербальные знаки), в письменной – вся информация передаётся исключительно посредством языка. Сообщение имеет вид закодированного послания, которое получатель расшифровывает в соответствии с собственными представлениями об окружающем мире, социально-психологическими особенностями, уровнем знаний о предмете. Поэтому, данный вид взаимодействия требует чрезвычайной тщательности при подготовке и передаче сообщений.

- Основными характеристиками письменной речи являются: самостоятельность, целенаправленность, целостность [Гойхман, 64]. Принцип самостоятельности характеризует отсутствие чёткой привязки сообщения ко времени, месту его получения, а также количеству авторов. Адресат может сам выбирать время и место, или же данные условия могут определяться какими-либо особенностями внешней среды, однако, они в наименьшей степени зависят от отправителя и могут быть спрогнозированы им относительно условно. В то же время, текст может быть разбит адресатом или посредником на части, каждая из которых также будет иметь вид самостоятельного сообщения. Целенаправленность предполагает, что в тексте реализуется определенная и единая цель, с которой соотносятся все его части. А принцип целостности – единство содержания и речевой формы. Оформление начала и конца сообщения, членение на части, обозначение связей и переходов между частями, стилистическая целостность текста должны соотноситься с его структурой.

- В зависимости от особенностей использования языковых средств в письменной речи выделяют несколько стилей: научный, официально-деловой, публицистический, язык художественной литературы.

- Особенности научного языка являются стилистически нейтральная лексика, строгая логика изложения, наличие специальных научных терминов. Тексты такого рода обладают большой информативностью, направлены на изложение материала и лишены какой-либо эмоциональной окраски. В зависимости от жанра они могут иметь вид статьи, монографии, диссертации, учебника, рецензии, обзора, аннотации и др. В статье проводится анализ каких-либо ситуаций, процессов, явлений, прежде всего, с точки зрения закономерностей, лежащих в их основе, выдвигаются предположения об их природе, приводятся аргументированные обобщения и выводы. Монография (греч. *μονοσ* — «один, единый» и *ὑραφειν* — «писать») — научное книжное издание с углублённым изучением одной темы или нескольких тесно связанных между собой тем. Диссертация — (лат. *dissertatio* — сочинение, рассуждение, доклад) — квалификационная работа на присуждение академической или учёной степени. Учебник — книга, содержащая систематическое изложение знаний в определённой области на современном уровне достижений науки и культуры. Рецензия (лат. *recensio* — рассмотрение) относится к критическому жанру и представляет собой статью или заметку содержащую отзыв о каком-либо объекте. Обзор — жанр научного стиля, предполагающий наличие систематизированных научных данных по определенной теме, полученных в результате анализа первоисточников. Его целью является знакомство читателей с современным состоянием рассматриваемой проблемы и перспективами её развития. Аннотация (лат. *annotatio* — «письменная пометка, запись, замечание») — краткая характеристика научного произведения, информирующая о его содержании и структуре, центральной проблеме, целях и задачах автора. Реферат (лат. *refere* — докладывать, сообщать) — краткое изложение в письменном виде или в форме публичного выступления по определённой теме.

- Официально-деловой стиль письменной речи относится к области отношений официального характера, управления и правовых коммуникаций. Он уместен в контексте социально-правовых отношений, таких как законотворчество, экономика, управленческая деятельность и дипломатия. Тексты в контексте деловой деятельности, как правило, имеют высокую важность, поэтому одним из основных требований, предъявляемых к деловому стилю, является точность формулировок. Необходимо исключать возможную двойственность толкования содержания, которая может негативно сказаться на деятельности делового человека и иметь существенные последствия. В связи с этим, деловой текст отличается высокой стандартизованностью, позволяющей избегать ошибочного толкования. Наличие деловых текстов определяется интересами общего дела, поэтому они характеризуются безэмоциональностью, подчеркнутой логичностью, обилием глагольных существительных, стандартизированные синтаксические единицы воспроизводятся в тексте документа как формула и закрепляют соответствующую ситуацию социально-правовых отношений.
- Характерной особенностью делового стиля является широкое использование терминологической лексики, позволяющей отличить документы различных сфер деятельности. Так, для экономических деловых документов могут быть распространены такие термины как затраты, купля-продажа, бюджет, расход, доход, платеж, смета. Для юридической – собственник, закон, регистрация, акт и др.

- Публицистический стиль используется в общественно-политической деятельности. В отличие от делового или научного, тексты данного стиля отличаются наличием не только нейтральной и общефункциональной, но и экспрессивной лексики. Наибольшее распространение данный стиль получил среди средств массовой информации, сочетая в себе не только информационные, но и сообщения агитационного характера. Для данного стиля характерны оценочная лексика, рубленая проза, безглагольные фразы, риторические вопросы, восклицания, повторы и др. Выделяют следующие жанры публицистического стиля: передовая статья, доклад, очерк, репортаж, фельетон и др.

- , наконец, художественный язык или язык художественной литературы предполагает возможность использования автором всех языковых средств. Для придания экспрессивности, создания особенного образа героев и придания местного колорита, в такого рода текст могут быть включены просторечия, жаргон и диалекты.





