Тренажер по стилистике, риторике и культуре речи

1. Стилистика

1. К числу основных стилевых черт официально-делового стиля НЕ относится…
1) именной характер –
Именной характер свойствен официально-деловому стилю. Он проявляется в высокой частотности употребления отглагольных существительных (например, **взыскание**, **предъявление**), отымённых предлогов и союзов (например, **по причине**, **в связи с**, **ввиду того что**, **вследствие того что**).
точность формулировок

2) стандартизированность

3) отвлечённо-обобщённый характер –
Официально-деловой стиль отличается своей относительной устойчивостью и замкнутостью. Характерной его чертой является штамп. Главное для деловых документов – точные, чёткие формулировки, стандартизация, облегчающая составление деловых бумаг и рассчитанная на экономию языковых средств. Поэтому отвлечённо-обобщённый характер, который проявляется прежде всего в использовании языковых единиц типа **нередко**, **довольно часто**, **крайне редко**, **в большинстве случаев** и т.п., не свойствен официально-деловой речи. Эта стилевая черта научной речи.

2. Риторика

2. К числу универсальных приёмов привлечения внимания аудитории относится…
1) выражение недовольства чем-либо-
В начале выступления ни в коем случае нельзя демонстрировать своё недовольство чем-либо (например, плохо подготовленным помещением, малочисленностью слушателей, отсутствием микрофона и т.п.). Нельзя делать замечаний аудитории в целом, это вызовет негативное отношение к оратору.

2) шутка в начале выступления –
Элементы шутки, юмора можно использовать в середине выступления, для того чтобы снять напряжение в аудитории при изложении серьёзного материала. Но этот приём неуместен в аудитории, имеющей высокий уровень профессиональной и научной подготовки.

3) возбуждение любопытства –
Чтобы завладеть вниманием аудитории в самом начале выступления, необходимо знать весьма эффективные приёмы, которые выработаны риторической практикой. В их числе такой приём, как возбуждение любопытства. Можно начать свою речь с вопроса: «Знаете ли вы, что…?» Любопытство можно вызвать, если привести какой-нибудь парадокс, например: «Как сказал В.Гёте, из двух ссорящихся всегда виноват тот, кто умнее. Согласны ли вы с этим?»

4)Извинение –
Извинение в начале речи по какому-либо поводу (например, плохая организация выступления, опаздывающие слушатели и т.п.) неуместно, так как оно усиливает волнение самого оратора.

3. Риторика как наука об ораторском искусстве возникла в …

1)I веке до н.э. –

В I веке до н.э. древнегреческие риторические идеи получили развитие в Древнем Риме. Выдающимся теоретиком римского красноречия был Цицерон, который создал стройную риторическую систему, изложенную в трёхкнижии – «Об ораторе» (в этой книге содержится теория ораторского искусства), «Брут» (здесь представлен идеал оратора), «Оратор» (дано историческое развитие ораторского искусства).

2) средние века-

3) I веке н.э. -

В I веке н.э. появились труды Марка Фабия Квинтилиана, в которых наиболее полно была изложена теория римского красноречия. Квинтилиан был основателем первых школ ораторского искусства в Риме. При обучении будущих ораторов мастерству красноречия он уделял большое внимание их правильному воспитанию.

4) V веке до н.э. -

Риторика возникла в V веке до н.э. в Древней Греции. Рождение риторики было связано с периодом демократии в Афинах, с философской и ораторской деятельностью софистов, которые разработали систему риторического воспитания и образования гражданина греческого полиса. Дар слова воспринимался в Афинах как признак и непременное условие полноценного, хорошего образования.

4. Категории количества, качества, отношения и способа – это основные постулаты принципа…

1) Кооперации -

В процессе речевого взаимодействия участники коммуникации должны придерживаться определённых принципов общения, правил ведения разговора. Основой речевой коммуникации является принцип кооперации П. Грайса, предполагающий готовность участников общения к сотрудничеству. Кооперативное общение основано на целом ряде постулатов: количества (имеется в виду количество передаваемой информации), качества (любое высказывание должно быть истинным), отношения (нельзя отклоняться от темы), способа (надо выражаться ясно).

2) децентрической направленности -

Принцип децентрической направленности означает, что любой участник коммуникации должен исходить из интересов дела, а не из своих собственных; должен уметь анализировать ситуацию или проблему с точки зрения другого человека.

3) равной безопасности -

Принцип равной безопасности запрещает оскорбительные выпады против партнёра, унижение чувства собственного достоинства. Каждый участник коммуникации обязан с уважением относиться к личности собеседника.

4) Вежливости -

Принцип вежливости Дж. Лича относится к числу ведущих принципов речевой коммуникации. Он представляет собой совокупность ряда максим. В их числе максима такта (соблюдение дистанции между участниками коммуникации), максима одобрения (позитивность в оценке других людей), максима согласия (отказ от конфликта во имя решения более серьёзных задач) и др.

5. Для того чтобы выступление было эффективным, оратору следует выступать…

1) *в яркой, модной одежде –*
Одежда оратора должна быть умеренно модной, соответствовать его возрасту. Слишком модная одежда, одежда ярких цветов, многочисленные украшения снижают доверие к оратору.

2) рядом с трибуной –
оратор должен быть хорошо виден, поэтому перед аудиторией лучше стоять рядом с трибуной. Однако стоять в одной позе не рекомендуется, необходимо двигаться, но не перед аудиторией, а в глубину зала (не более чем на треть зала). Двигаться обратно надо «задним ходом».

3) на фоне букета с цветами –
На фоне цветов и каких-либо ярких предметов выступать не рекомендуется. Они будут отвлекать слушателей. По бокам и позади оратора должен быть минимум мебели. Нельзя иметь за спиной президиум, что-либо движущееся. Лучше всего выступать на тёмном фоне, в этом случае внимание слушателей будет сконцентрировано на ораторе.

4)с трибуны –
Трибуны, возвышения рекомендуется использовать как можно меньше. Если оратор возвышается над аудиторией, он невольно демонстрирует ей своё официальное превосходство. Это противоречит правилу «интимности общения», соблюдать которое необходимо при речевом воздействии на аудиторию.

6. В публичном выступлении эффективно использовать…
1) обобщённые наименования вместо конкретных –
Обобщённые наименования рекомендуется заменять конкретными. Например, вместо «работники бюджетной сферы» употребить «врачи, учителя, актёры, работники музеев».

2) прилагательные в форме простой превосходной степени –
Вместо форм типа «удобнейший, известнейший» лучше употреблять составные формы типа «самый удобный, наиболее известный», которые легче воспринимаются на слух.

3) отглагольные существительные вместо глаголов –
Любое отглагольное существительное (типа **выполнение, изменение**) – это свёрнутое предложение, сгусток смысла, который требует развёртывания мысли, осознания. Поэтому отглагольные слова мало пригодны для ораторской речи. Во всяком случае злоупотреблять ими не следует.

4) глаголы вместо отглагольных существительных –
Работая над языком выступления, следует помнить о приёме конкретизации лексики. Так, вместо отглагольных существительных на -ние, -тие (типа **расширение, применение, снятие**) эффективнее использовать соответствующие глаголы (**расширять, применять, снять),** так как глаголы легче воспринимаются на слух.

7. Написание судебных речей – это основная цель риторики в…
1) античном мире –
Судебное красноречие имело широкое распространение в Древней Греции, поскольку условия судебной процедуры в древних Афинах были таковы, что обвинителем мог выступить каждый, а обвиняемый защищался сам. Не все обладали даром слова, чтобы расположить к себе слушателей. Это побудило граждан учиться выступать перед аудиторией, говорить убедительно и красиво. Появились знаменитые ораторы (Платон,

Сократ, Демосфен и др.), чей опыт публичных выступлений изучается и сейчас. Дальнейшее развитие судебное красноречие получило в Древнем Риме.

2)наше время –
В наше время целью риторики является построение хорошего текста любой направленности в устной и письменной форме. Риторика учит, как осуществлять речевую коммуникацию; как правильно, логично, выразительно излагать свои мысли; как пользоваться речевой активностью в личной жизни и в общественной деятельности, как выступать перед аудиторией.

3) эпоху Возрождения –
В эпоху Возрождения целью риторики была вся область художественной прозы. Владение основами красноречия рассматривалось как признак высокой культуры. В центре внимания был человек как личность, его интересы, разум и воля. Гуманисты стремились возродить лучшие стороны античной культуры, отсюда название эпохи – Ренессанс. Такие писатели, как Т. Мор, Ф. Рабле, В. Шекспир, Ф. Петрарка и др., давали образцы гуманистического ораторского искусства.

4) средние века –
В средние века развивался жанр схоластической риторики, основная цель которого – доказать «догматы» церкви. Основное внимание уделялось форме, риторика рассматривалась как искусство украшения речи.

8. Если для говорящего важно выявить точку зрения адресата относительно какого-либо вопроса, то он использует тактику…
1) закрытых вопросов –
Тактика закрытых, или уточняющих, вопросов связана, как правило, с начальным этапом переговоров. Закрытые вопросы задаются во время обмена мнениями для получения какой-либо информации от партнёра. Например: «Вы получили необходимые документы? – Да.».

2) выдвижения новых гипотез - Тактика выдвижения новых гипотез, предположений применяется в критических ситуациях, когда переговоры заходят в тупик. Используются речевые формулировки такого типа: «Представим себе…», «А что, если предположить…», «Давайте вместе подумаем, что произойдёт, если…» и т.п.

3) частичного согласия –
Тактика частичного согласия используется для «мягкого» возражения собеседнику, чтобы придать конструктивный тон переговорам. При этом нейтрализуется негативная установка возражающего. Используются речевые приёмы такого типа: «Вы абсолютно правы, но…(однако…, в то же время…), «С одной стороны, я согласен с Вашими доводами, но, с другой стороны,…» и т.п. Такой тактический приём называют приёмом Сократа, который сначала соглашался с собеседником, а затем полностью опровергал его.

4) открытых вопросов –
Тактики – это речевые приёмы ведения деловых переговоров. Их существует около 100. В процессе делового общения выясняется, обладает ли говорящий речевыми умениями построения диалога. Если нужно выявить точку зрения партнёра по переговорам относительно какой-либо ситуации, то используется тактика открытых, или восполняющих, вопросов. Открытыми называются вопросы, на которые предполагается получить развёрнутые ответы. Например: «Что Вы думаете по этому поводу?».

9. Основой неориторики является…

1) искусство подготовки публичной речи –

Искусство подготовки публичной речи составляло основу классической (античной) риторики. В наше время риторика как дисциплина, изучающая ораторское искусство, рассматривается только в узком смысле. Объектом риторики в широком смысле являются любые разновидности речевой коммуникации, цель которых – заранее выбираемое воздействие на адресата речи.

2) теория аргументации –

В середине XX столетия в риторику в её античном понимании вторглись логика и теория массовых коммуникаций. Так возникла *неориторика* («новая риторика»), в основе которой лежит теория аргументации. Под аргументацией понимается вся совокупность высказываний, цель которых – внушить что-либо аудитории или убедить в чём-либо аудиторию, какой бы она ни была.

3) искусство украшения речи –

Искусство украшения речи составляло основу риторики в средние века. Во главе духовной жизни общества стояла церковь, поэтому основным видом красноречия было церковно-богословское, а живую, убеждающую речь вытеснила церковная проповедь. Основной целью проповедников было не убеждение фактами, а внешняя красивость и напыщенность.

4) искусство хорошо говорить –

Искусство хорошо говорить составляло основу древнеримского красноречия. Известный древнеримский теоретик риторики Марк Фабий Квинтилиан постоянно напоминал будущим ораторам: « Говори так, чтобы тебя нельзя было не понять».

10. Связный текст в совокупности с различными внеязыковыми факторами (психологическими, социокультурными и др.) определяется как…

1) Речевое взаимодействие –

это речевая деятельность субъекта и реакция адресата на речь субъекта. Именно реакция адресата показывает, достигла ли речь субъекта своей цели. Адресат высказывает своё понимание речи субъекта, которое передаёт не только языковыми средствами, но и мимикой, жестами.

2) Речевая ситуация –

это условия, обстановка, в которой происходит общение между участниками коммуникации. Речевая ситуация диктует правила, согласно которым мы ведём разговор и выбираем форму его выражения. Ср. диалоги на экзаменах, в аудитории, в магазине, в поликлинике и т.д.

3) Речевое событие –

это одна из единиц речевого общения, которая включает в себя словесную речь, дискурс и речевую ситуацию, т.е. условия, в которых происходит общение.

4) дискурс -

В современной речевой практике широко употребляется слово **дискурс** в значении «текст, взятый вместе с условиями его создания и соотнесённый с говорящим человеком». Дискурс – это различные виды речевой практики: интервью, лекция, беседа, переговоры, бытовой диалог и т.п. Дискурс включает и невербальные средства общения (жесты, мимику). Это слово имеет длительную историю существования. Впервые его употребил римский поэт Овидий (43 г. до н.э. – 18 г. н.э.) в значении «беготня в разные стороны». В

новом значении («беседа, разговор»), развившемся позднее, оно было заимствовано европейскими языками.

11. В публичном выступлении должны преобладать…

1) длинные предложения –

В тексте публичного выступления должно быть чередование коротких и длинных предложений. Для лучшего восприятия на слух из некоторых длинных предложений лучше сделать несколько коротких.

2) пассивные конструкции –

Пассивные конструкции типа «план был выполнен» слушатели воспринимают сложнее по сравнению с активными типа «план выполнили». Пассивные обороты уместны в текстах официально-делового характера.

3) причастные и деепричастные обороты –

В устной речи не следует злоупотреблять причастными и деепричастными оборотами, так как оборот легче начать, чем закончить, и можно потерять нить высказывания. В предложении не должно быть более одного оборота (причастного или деепричастного).

4) короткие предложения –

Длина предложения наряду со смыслом имеет большое значение для оратора. Коротких предложений (не более 13–15 слов) должно быть больше, чем длинных, особенно в убеждающих речах.

12. Умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями, – это…

1) нерефлексивное слушание –

Умение внимательно молчать, не перебивать собеседника своими замечаниями – это нерефлексивное слушание. Оно уместно тогда, когда собеседник взволнован, когда он испытывает трудности в выражении своих мыслей.

2) рефлексивное слушание –

Рефлексивное слушание – это активное вмешательство в речь собеседника, оказание ему помощи в выражении мыслей.

3) мужской стиль слушания –

В стиле слушания отражаются наша личность, характер, интересы, устремления, возраст. Сущность мужского стиля слушания заключается в том, что мужчины склонны сосредоточиваться на содержании разговора, они стремятся уточнить существо разговора, поэтому часто перебивают собеседника.

4) женский стиль слушания –

Особенность женского стиля слушания заключается в том, что женщины реже перебивают собеседника, чем мужчины, но они склонны идти на поводу у эмоций говорящего, поэтому им нужно учиться сосредоточиваться на информативной стороне разговора.

13. Правильным является утверждение, согласно которому…

1) максимальное время ответа на вопрос слушателя – 5 минут –

Отвечать на любой вопрос надо не более 1-1,5 минуты. Нельзя превращать ответ в дополнительное выступление.

2) оптимальная длительность выступления – 45 минут –
длинные речи утомляют аудиторию. Чем дольше говорит оратор, тем большее невнимание и нетерпение проявляют слушатели.

3) оптимальная длительность выступления – 10 минут –
Выступая перед аудиторией, очень важно соблюдать регламент. Только короткая речь эффективна, поэтому выступление не должно выходить за пределы 10 минут. Чтобы не затягивать выступление, нужно заранее подготовиться к сокращению некоторых фрагментов речи. Следует поставить себе задачу закончить выступление немного раньше намеченного срока. Такие выступления аудитория особенно хорошо запоминает.

4) увеличение темпа речи – это правило, которому надо следовать для соблюдения регламента - Увеличивать темп речи, чтобы успеть изложить намеченный материал, ни в коем случае нельзя. Это раздражает слушателей, нарушает восприятие речи. Лучше заранее сократить некоторые фрагменты выступления.

14. Метод преподнесения материала, заключающийся в изложении материала от частного к общему, называется…
1) Индуктивным –
При подготовке выступления необходимо обратить внимание на логику развития темы. В этом случае помогает знание методов расположения материала. Если рассуждение ведётся от частного к общему, от аргументов к выводу, то такой метод преподнесения материала называется индуктивным.

2) Историческим –
Понятие «исторический метод» означает изложение материала в хронологической последовательности.

3) Дедуктивным –
Дедуктивным называется метод преподнесения материала от общего к частному, от тезиса к аргументам.

4) Ступенчатым –
Ступенчатым называется метод преподнесения материала, заключающийся в последовательном изложении одного вопроса за другим. Рассмотрев какой-либо вопрос, оратор больше к нему не возвращается.

15. К социально-политическому красноречию относится _____ речь.
1) Застольная –
Застольная речь, произносимая на официальных приёмах, а также речь бытовая, является одним из жанров *социально-бытового* красноречия.

2) Митинговая –
К *социально-политическому* красноречию относится митинговая речь. Она посвящается актуальным проблемам и может носить призывный характер. Для достижения нужного эффекта в митинговых речах используются разнообразные изобразительные и эмоциональные средства.

3) Юбилейная –

Юбилейная речь является одним из жанров *социально-бытового* красноречия. Она носит торжественный характер, посвящается какой-либо знаменательной дате или произносится в честь отдельной личности.

4) Обвинительная –
Обвинительная речь прокурора – это один из жанров *судебного красноречия*. Судебному оратору необходимо соблюдать следующие условия: объективность, логичность, хорошее знание материалов дела, простота языкового оформления.

16. Жесты, характерные для ряда типовых ситуаций, называются…
1) Эмоциональными –
Эмоциональными называются жесты, которые передают различные чувства. Некоторые из них, ставшие общезначимыми, даже закреплены в устойчивых сочетаниях: бить себя в грудь, пожать плечами, хлопнуть себя по лбу и др.

1) Указательными –
С помощью указательных жестов говорящий выделяет какой-то предмет из ряда однородных. Например: «Откройте то окно, а не это». Указать можно рукой, кивком головы, взглядом, пальцем, поворотом тела.

3) Символическими –
В процессе общения человек использует множество разнообразных жестов, которые, несомненно, оживляют речь. Они подразделяются на несколько видов (ритмические, эмоциональные, изобразительные и др.). Жесты, характерные для ряда типовых ситуаций, называются символическими. Например, руки, скрещённые на груди, указывают на защитную реакцию. Руки, заведённые за голову, выражают превосходство. Обхватить руками голову – признак неприятности или беды.

4) Ритмическими –
Ритмические жесты связаны с ритмикой речи. Они подчёркивают логическое ударение, место пауз, замедление и ускорение речи.

17. Для того чтобы аудитория слушала активно и внимательно, оратор должен…
1) опираться руками о невысокий стол, слегка склоняясь над ним –
Это поза доминирования, превосходства, на что аудитория реагирует весьма отрицательно.

2) выбрать симпатичное лицо и смотреть во время выступления только на этого человека - Оратор должен смотреть на всех слушателей попеременно, не выделяя никого из них персонально.

3) смотреть на отдельные сектора аудитории, не выделяя никого из слушателей персонально - Большое значение для аудитории имеет взгляд оратора. Смотреть на слушателей надо дружелюбно, заинтересованно. Нельзя выступать, глядя в «пространство», что вызывает недоверие слушателей. Большую аудиторию следует разбить на сектора и в процессе выступления переводить взгляд с одного сектора на другой. Но делать это нужно медленно.

4) делать жесты ниже пояса - Жестикуляция должна быть естественной, умеренной, разнообразной. Делать жесты можно только выше пояса. Жесты ниже пояса выражают неуверенность, растерянность оратора.

18. Риторика возникла в Древней Греции как искусство…
1) строить выразительную речь во всех областях речевой деятельности –
Такое широкое толкование риторики характерно для нашего времени. Современная риторика учит, как пользоваться речью в общественной деятельности и в личной жизни; как правильно, логично, выразительно излагать свои мысли, употреблять слова; как выступать перед аудиторией. Она занимается всеми видами словесности.

2) украшать речь –
Трактовка риторики как искусства украшения речи была распространена в средневековье. Во главе духовной жизни общества стояла церковь, поэтому основным видом красноречия было церковно-богословское, а живую, убеждающую речь вытеснила церковная проповедь. Основной целью проповедников было не убеждение фактами, а внешняя красивость и напыщенность.

3) хорошо говорить –
«Искусство хорошо говорить» – это формула известного теоретика риторики Марка Фабия Квинтилиана, которая была весьма популярна в теории римского красноречия в I веке н.э. Будущим ораторам Квинтилиан постоянно напоминал: «Говори так, чтобы тебя нельзя было не понять».

4) Убеждать –
В Древней Греции риторика рассматривалась как искусство убеждать, что было отражено в трудах Аристотеля. Аристотель определял риторику как способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета, и этим она отличалась от других наук и искусств. Риторика Аристотеля – это наука и мастерство доказательной речи.

19. К числу терминов, употреблённых в образном (метафорическом) значении, НЕ относится…
1) раунд переговоров
2) политический фарс
3) парламентские слушания
4) инфляция совести

20. Написание судебных речей – это основная цель риторики в…
1) эпоху Возрождения
2) наше время
3) средние века
4) античном мире

21. Правильным является утверждение, согласно которому при подготовке выступления сначала надо…
1) записать свои собственные мысли, а потом читать по теме –
После того как тема выступления будет сформулирована, надо сначала обдумать свою будущую речь наедине. Не следует с кем-то советоваться, не надо начинать с поиска литературы, сначала нужно обдумать свои идеи.

2) обсудить основные мысли выступления с кем-либо –
Советоваться с кем-либо надо только по целому выступлению. Основные мысли можно высказать друзьям, знакомым. Это поможет лучше запомнить свою речь.

3) почитать литературу по теме –

Не следует начинать с поиска литературы по теме выступления. Совет Д. Карнеги: «Не начинайте читать по теме, пока не исчерпаете собственных мыслей».

4) подобрать минимум материала для выступления –
Материал для выступления нужно подбирать с избытком, чтобы иметь «резервные знания». Они придают выступающему уверенность. Но в самом выступлении себя нужно сознательно ограничить, изложить аудитории только часть материала.

22. Закономерное, мотивированное содержанием и замыслом расположение всех частей выступления и целесообразное их соотношение, система организации материала именуется…
1) рабочим планом –
Рабочий план составляется после изучения литературы, сбора фактического материала. В нём выделяются самые существенные, основные вопросы, определяется последовательность их изложения. В рабочий план вносятся формулировки, факты, цифры, примеры и т.д., что позволяет учесть соразмерность частей выступления.

2) предварительным планом –
Предварительный план составляется после выбора темы выступления. Он отражает личный подход оратора к рассматриваемой проблеме, помогает целенаправленно подбирать литературу и фактический материал.

3) основным планом –
Основной план включает вопросы, которые будут освещаться в выступлении. Он сообщается в учебных лекциях, докладах, научных сообщениях. В других типах речей это неуместно.

4) композицией речи –
С античных времён наиболее распространённой является трёхчастная структура речи: вступление, основная часть, заключение. Мотивированное содержанием расположение этих частей выступления, их целесообразное расположение называется композицией речи. Такая композиция традиционна, она облегчает восприятие выступления. Приступая к работе над композицией, надо сначала составить план, т.е. краткую программу изложения. При работе над композицией следует помнить о правиле Леонардо да Винчи: по объёму начало и конец речи должны составлять 1/3 часть выступления, а основная часть – 2/3.

23. Вступление может быть минимальным, состоять только из завязки, без зачина в _____ аудитории.
1) Молодёжной –
В молодёжной аудитории зачин обязателен. Его цель – захватить внимание слушателей. Можно, например, использовать риторический вопрос («Должно ли образование быть платным?»), обратиться к какому-либо событию, месту, времени, сослаться на общеизвестный источник информации и т.п.

2) не знающей лектора –
В аудитории, которая лектора не знает, зачин необходим, так как выступающему нужно сначала установить контакт со слушателями, а затем обозначить проблему, которую он будет раскрывать.

3) **Высокообразованной -**
Вступление как одна из частей ораторской речи состоит из зачина и завязки. Цель зачина – подготовить аудиторию к восприятию материала. Он может быть не связан с темой

выступления, а касаться условий, в которых оратор произносит речь (например: «Мы с вами снова собрались в этой же аудитории, в которой неоднократно обсуждали важные проблемы»), предыдущих выступлений (например: «Только что вы прослушали ряд интересных выступлений по проблеме… Давайте продолжим обсуждение.»). Завязка – это уже подход к теме выступления. В ней нужно показать актуальность темы выступления, её значение для данной аудитории. Завязка должна захватить внимание слушателей. В зависимости от состава слушателей вступление может состоять только из завязки, без зачина. Например, в высокообразованной аудитории в начале речи надо чётко сформулировать проблему, обосновать научную и практическую значимость её решения.

4) *Малоподготовленной –*

В малоподготовленной аудитории зачин обязателен, вступление должно быть более развёрнутым, чтобы подготовить слушателей к восприятию темы.

24. Речевой оборот «Нельзя утверждать, что…» используется для выражения…

1) Утверждения –

Для выражения утверждения используются речевые обороты типа «Все знают, что…», «Практически установлено, что…», «Естественно, из этого вытекает, что…» и т.п.

2) Опровержения -

Чтобы переговоры были успешными, надо знать и правильно использовать речевые обороты, которые соответствуют мотивам общения. Так, обороты «Нельзя утверждать, что…», «Неверно было бы думать, что…», «Представляется спорным…» и т.п. служат для выражения **опровержения**. (См.: Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. М., 2000. – С.174-190).

3) *Убеждения* – Для выражения убеждения используются обороты типа «Согласитесь, что…»,«Вполне очевидно, что…», «В этом убеждает то, что…» и т.п.

4)Обоснования –

Для выражения обоснования используются речевые обороты типа «Как было установлено,…», « Учитывая точки зрения…», «Опираясь на…» и т.п..

25. К числу приёмов эффективной аргументации относится…

1) приведение большого количества аргументов –

Оптимальное число аргументов – 3. Самое главное – продумывать каждое доказательство: насколько оно убедительно, насколько оно серьёзно. «Доказательства следует не считать, а взвешивать» (латинская пословица).

2) ссылка на авторитеты –

Аргументируя свою точку зрения относительно какой-либо ситуации, следует использовать такой весьма эффективный приём, как ссылка на авторитеты. Это может быть ссылка на авторитет сведущих лиц (например, ссылка на мнение известных специалистов, знаменитых учёных и политических деятелей), а также ссылка на общественное мнение (например, ссылка на какие-то официальные данные, на результаты социологического опроса, ссылка на народную мудрость и др.).

3) использование точных цифр –

Цифры лучше округлять, например: вместо «96 студентов» употребить выражение «около ста студентов». Не следует указывать точные цифры квадратных километров, населения и т.п., эти данные нужно подавать в сравнении, например: «по площади как Москва».

4) логическое давление –
Логическим давлением на адресата речи злоупотреблять нельзя. Логику нужно «скрывать» за эмоциональной формой изложения, конкретными примерами, юмором, шуткой.

26. Род речи, помогающий формированию научного мировоззрения, отличающийся глубокой аргументированностью, логичностью, называется…
1) социально-политическим –
Социально-политическое красноречие является одним из родов ораторского искусства, предмет которого – проблемы экономического характера, социально-политического, этико-нравственного, культурно-просветительского. К нему относятся выступления на социально-политические, экономические, социально-культурные темы; дипломатические, военно-патриотические, парламентские речи и др.

2) судебным –
Судебное красноречие – это один из древних родов ораторского искусства, призванный оказывать целенаправленное и эффективное воздействие на суд. Его жанрами являются прокурорская (обвинительная) речь и адвокатская (защитительная) речь.

3) Академическим –
Одним из родов ораторского искусства является академическое красноречие. К нему относятся вузовские лекции, научные доклады, научные сообщения, научные обзоры, научно-популярные лекции. В России академическое красноречие сложилось в первой половине XIX в., когда стало пробуждаться общественно-политическое сознание и университетские кафедры были трибуной для передовой мысли.

4) Духовным –
Духовное (церковно-богословское) красноречие – древний род ораторской речи. К нему относятся официальная речь, адресованная служителям церкви, и проповедь, которую произносят для прихожан.

27. Оратор вслух размышляет над поставленной проблемой, ставит перед аудиторией вопросы и сам на них отвечает. Такой приём определяется как…
1) приём провокации –
Цель приёма провокации – вызвать несогласие аудитории, а затем вместе с ней прийти к конструктивным выводам. Этот приём используется для привлечения внимания аудитории к рассматриваемой проблеме и поддержания контакта с аудиторией.

2) вопросно-ответный ход -
Размышляя вслух над поставленной проблемой, оратор выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определённым выводам, задаёт вопросы и сам на них отвечает. Такой приём установления контакта с аудиторией называется «вопросно-ответный ход».

3) авторизация выступления –
Авторизация – это выражение идеи «я» оратора при помощи разнообразных языковых средств, которые придают сообщению субъективный характер и способствуют установлению контакта оратора со слушателями. К ним относятся глаголы в форме 1л. мн.ч. (например, «давайте выясним»), вводные конструкции (например, «как мы понимаем»), побудительные конструкции (например, «согласитесь, что…») и др.

4) диалогизация выступления -

Диалогизация – это включение элементов диалога в монолог оратора. К ним относятся вопросительные предложения, вопросно-ответный ход, обращение к предполагаемому оппоненту и др.

28. К социально-политическому красноречию относится _____ речь.
1) Юбилейная

2) Митинговая

3) Обвинительная –
Обвинительная речь прокурора – это один из жанров судебного красноречия. Судебному оратору необходимо соблюдать следующие условия: объективность, логичность, хорошее знание материалов дела, простота языкового оформления.

4) Застольная

29. Аргументация «от вывода к аргументам» определяется как…
1) Односторонняя –
Односторонняя аргументация предполагает, что в процессе доказательства какой-либо идеи излагаются только аргументы «за» или только аргументы «против».

2) Индуктивная

3) Нисходящая –
Нисходящая аргументация заключается в том, что в процессе доказательства какой-либо мысли приводятся наиболее сильные аргументы, затем менее сильные, потом делается вывод.

4) Дедуктивная

30. К числу основных функций рекламы НЕ относится
1) Убеждающая –
Одна из функций рекламы – убедить адресата в необходимости совершить покупку того или иного товара.

2) Информативная –
Реклама обычно информирует, сообщает о предлагаемой услуге или товаре, об изменении цены, о новых оказываемых услугах, рассеивает сомнения и опасения потребителя, формирует имидж фирмы.

3) Развлекательная –
Основная цель рекламы – побудить адресата совершить покупку или воспользоваться услугами рекламодателя. Реклама сочетает в себе информацию, убеждение и побуждение. Цель только развлечь адресата перед составителями рекламы не ставится.

4) Побуждающая –
Реклама побуждает адресата воспользоваться какой-либо услугой или купить тот или иной товар.

3. Деловой русский язык

31. К числу деловых писем, требующих обязательного письма-ответа, относится…

1) письмо-извещение –

Письмо-извещение – это один из видов информационных писем. Основной целью данного вида корреспонденции является информирование адресата. Объём письма-извещения может быть не больше размера справки, в отличие от писем-сообщений, занимающих несколько страниц. Обязательного ответа на информационные письма не требуется.

2)письмо-напоминание –

Письма-напоминания направляют тогда, когда не удаётся с помощью переговоров или личного контакта получить необходимый ответ или добиться принятия нужного решения. В них напоминается о выполнении принятых решений, договорённостей, указываются меры, которые будут предприняты в случае их невыполнения. Обязательного ответа на них не требуется.

3) письмо-просьба –

Деловое письмо – это особый тип документов, имеющий юридическую значимость. Деловая переписка регистрируется и хранится в обеих организациях как исходящая и входящая документация. Деловые письма не исключают параллельного устного сообщения на ту же тему, однако письменные извещения часто являются необходимыми. По функциональному признаку деловые письма делятся на требующие обязательного письма-ответа и не требующие его. К числу писем, обязательно требующих ответа, относится письмо-просьба. В форме просьбы пишутся заявления, служебные записки, ходатайства.

4)письмо-приглашение –

Этот вид делового письма представляет собой письменное приглашение адресату принять участие в каком-либо проводимом мероприятии. Письма-приглашения могут быть адресованы как частным лицам, так и учреждениям. В них раскрывается характер мероприятия, указываются сроки проведения и правила участия в нём. Обязательного ответа на него не требуется.

32. Презентационная речь должна содержать некоторые выводы, призыв к действию, рекомендации – в этом заключается суть принципа…

1) Усиления –

Сущность принципа усиления заключается в том, что речевое воздействие должно усиливаться от начала к концу выступления. Для этого материал надо располагать по возрастающей степени значимости, усиливать эмоциональный накал при помощи языковых средств и интонации.

2)Целенаправленности –

Согласно принципу целенаправленности презентационная речь должна быть подчинена ясной логике, то есть структура речи должна включать проблему, тему, тезис (основное положение), аргументы (доказательства в пользу тезиса).

3) Последовательности –

Согласно принципу последовательности все микротемы презентационной речи должны быть подчинены основной теме. Все части выступления должны быть взаимосвязаны и взаимообусловлены.

4) Результативности –

Речь на презентации – это разновидность публичной речи. Она строится по определённым принципам, как и всякое публичное выступление. Один из них – принцип результативности, согласно которому в конце речи должен быть сформулирован краткий вывод, даны рекомендации. Может прозвучать и призыв к действию. (См.: Колтунова М.В. Язык и деловое общение: Нормы, риторика, этикет. М., 2000. – С.209-210).

33. К числу приёмов создания слогана НЕ относится использование…

1) Каламбуров –

Каламбур – это фигура речи, состоящая в юмористическом использовании многозначности слова или звукового сходства различных слов, например: «Шёл дождь и два студента». Слоганы с использованием каламбуров весьма красивы и эффективны. Вспомним, например, такие: «Хорошие хозяйки любят «Лоск» (реклама стирального порошка), «Ваше второе дыхание» (реклама жевательной резинки «Спорт лайф»).

2) крылатых изречений –

При создании слоганов нередко используются популярные строчки из песен, кинофильмов, литературных произведений, общеизвестные выражения из истории, экономики, т.е. крылатые изречения. Обычно они слегка перефразируются. Например: «Магнитные карты Балтийского банка: осознанная необходимость», «Истина – в движении» (реклама туристической фирмы).

3) стандартизированных выражений –

Слоган **–** это короткий лозунг или девиз, отражающий уникальное качество товара, обслуживания, направление деятельности фирмы. Его назначение – привлечь внимание и побудить к действию. Главным требованием, предъявляемым к слогану, является нестандартность, запоминаемость.

4) Метафор –

Использование метафор – это весьма распространённый приём, позволяющий создать лаконичный девиз с элементами незавершённости, интриги. Например: «Апельсиновый заряд» (реклама «Фанты»), «Радуга фруктовых ароматов» (реклама конфет «Скиттлс»).

34. При составлении письма-подтверждения используется языковая формула…

1) считаем необходимым напомнить –

Эта формула выражает напоминание, предупреждение. К числу подобных языковых моделей относятся следующие: «Организация уведомляет Вас о том, что…», «Напоминаем, что по плану совместных работ Вы должны…» и др.

2) просим подтвердить получение - Это одна из формул, выражающих какую-либо просьбу. К подобного рода устойчивым оборотам относятся и такие, как «Прошу рассмотреть возможность…», «Прошу Вас направить в мой адрес…», «Убедительно прошу решить вопрос о…» и др.

3) доводим до Вашего сведения –

Это одна из формул, выражающих сообщение, уведомление. К их числу относятся следующие языковые модели: «Извещаем Вас о том, что…», «Докладываю о…», «Ставим Вас в известность о…» и др.

4) подтверждаем получение Вашего заказа –

Все смысловые аспекты делового письма реализуются в виде устойчивых форм – моделей. В процессе составления письма эти стандартные модели соединяются в определённой

последовательности. Знание языковых моделей облегчает составление официальных бумаг, экономит время. Каждый вид делового письма располагает собственным набором моделей. Например, при подтверждении получения чего-либо используются следующие языковые формулы: «С благодарностью подтверждаем получение Вашего заказа», «Завод подтверждает условия поставки оборудования».

35. Письменный текст, который информирует адресата о направлении документов, прилагаемых к письму, именуется _____ письмом.

1) Инициативным –

Инициативное письмо – это письмо, требующее ответа. В большинстве этих писем выражается просьба к адресату помочь в решении каких-либо вопросов. Например: «Просим Вас оказать содействие в выделении арендных помещений для…».

2) Пригласительным –

Этот вид делового письма представляет собой письменное приглашение адресату принять участие в каком-либо проводимом мероприятии. Письма-приглашения могут быть адресованы как частным лицам, так и учреждениям. В них раскрывается характер мероприятия, указываются сроки проведения и правила участия в нём. Например: «Учебно-методическое объединение (УМО) 20–25 июня проводит обсуждение… Просим Вас принять участие в работе УМО. Заседание состоится в …институте по адресу…».

3) Гарантийным –

Гарантийное письмо – это документ, обеспечивающий исполнение изложенных в нём обязательств. В нём адресату обычно гарантируется оплата или предоставление каких-либо услуг. Например: «Просим Вас оказать помощь в… Оплата гарантируется.».

4) Сопроводительным –

Деловые письма применяются для решения многочисленных оперативных вопросов, возникающих в управленческой деятельности. Их содержание разнообразно. Виды писем соответствуют практическим ситуациям, которые вызывают необходимость письменного общения партнёров. Письменный текст, который информирует адресата о направлении документов, прилагаемых к письму, – это сопроводительное письмо. Например: «Направляем Вам на рецензирование рукопись учебно-методического комплекса «Русский язык и культура речи». УМК предназначен для… Отзыв просим прислать до…».

36. Выражением, объясняющим мотивы составления делового письма, является…

1) в целях увеличения товарооборота –

Данная языковая формула выражает цель составления делового письма. Цели излагаются обычно в начале письма, при этом используются соответствующие устойчивые конструкции, например: «В целях обмена опытом…», «Для согласования спорных вопросов…», «Во избежание конфликтных ситуаций…» и т.п.

2) безопасность гарантируется –

Данная языковая формула выражает обещание, гарантии. К числу подобного рода формул относятся и такие, как «Гарантируем, что…», «Недостатки будут устранены…», «Сроки выполнения гарантируем» и т.п.

3) в связи с нарушением срока поставки –

Данная языковая формула выражает причину составления делового письма. Причины излагаются, как правило, в начале письма, при этом используются такие языковые формулы, как «Ввиду задержки получения груза…», «По причине задержки оплаты…», «Ввиду особых обстоятельств…» и т.п.

4) в соответствии с письмом заказчика –
Существуют устойчивые языковые обороты (языковые формулы), позволяющие с высокой степенью точности отражать регулярно повторяющиеся ситуации делового общения. Языковые формулы дают возможность ясно и лаконично излагать мотивы, причины и цели официального послания, формулировать просьбу, распоряжение, отказ, заверение и т.д. Мотивация того или иного действия излагается обычно в начале документа, при этом используются такие языковые формулы, как «В соответствии с письмом заказчика…», «Ссылаясь на Ваш запрос от…», « В связи с тяжёлым положением…» и т.п.

37. Во время переговоров следует избегать стратегии…
1) **«жёсткого прессинга»** -
Под стратегией принято понимать общие принципы речевого поведения в связи с постановкой конкретной практической задачи и планов её реализации. В деловом общении речевая стратегия определяется особенностями речевой ситуации, личностными особенностями говорящих, особенностями речевых традиций социальной группы, страны. Немногословие, спокойствие, искренность, благожелательность, ритмическая мерность – таков идеал речевого поведения, сложившийся в отечественной культуре. Отсюда неприятие «атакующей» стратегии, тактики пулемётных вопросов. **Неприемлема и стратегия «жёсткого прессинга»,** которая предполагает нацеленность на победу любой ценой.

2) взаимных уступок и разумных компромиссов -
Стратегия взаимных уступок и разумных компромиссов необходима для решения конфликтных вопросов. При этом каждая из сторон видит сильные и слабые позиции свои и своих партнёров по переговорам. К успеху может привести совместный анализ ситуации. С этой целью используются формулировки такого рода: «Давайте рассмотрим эту проблему с другой стороны…», «Проанализируем отчёт…», «Наши позиции во многом совпадают, однако…» и т.п.

3) прорыва -
Суть стратегии прорыва – это нахождение принципиально нового решения, нестандартный подход к решению проблемы. Эта стратегия основана на уважении к оппоненту. Важно не заставить его принять решение, а дать возможность самому сделать свой выбор. Для этого нужно изменить обстановку, превратить противника в партнёра по конструктивным переговорам.

4) сближения позиций на основе объединения интересов -
Стратегия сближения позиций на почве объединения интересов используется и при заключении сделки, и при обсуждении хода выполнения её. При этом важно отделить интересы от позиций. Позиция обычно конкретна и ясна, а интересы, стоящие за ней, могут быть плохо выражены и непоследовательны. На деловых переговорах стороны представляют экономические интересы, интересы безопасности и престижа. Компании часто идут на издержки, чтобы сохранить лидирующие позиции на рынке, не допустить конкурентов на освоенные рынки сбыта. Фразы, которые делают успешными переговоры: «В наших с Вами интересах…», «Наши интересы совпадают в решении проблемы…», «Мы с Вами заинтересованы в том…» и т.п.

4. Культура речи

38. Результат усилий русского народа и видных деятелей культуры по совершенствованию русского языка (как устного, так и письменного) определил такой важный признак литературного языка, как …

1) нормативность -

Нормативность литературного языка проходит становление благодаря систематизированной и целенаправленной работе учёных-языковедов по определению и установке языкового стандарта, общего для всех говорящих/пишущих. Таким образом, нормативность как свойство литературного языка зависит не столько от усилий народа и видных его представителей, сколько от деятельности специалистов-кодификаторов.

2) Стабильность –

Стабильность литературного языка связана с характером его норм, установление которых обусловлено основными закономерностями внутреннего развития живого естественного языка. Усилия народа и видных его представителей по совершенствованию языка играют в этом отношении определённую, но не решающую роль.

3) обязательность для всех носителей языка –

Обязательность норм для всех носителей языка вытекает из самой сущности литературного стандарта, устанавливаемого специалистами-языковедами исходя из задач повышения эффективности коммуникации. Таким образом, данный признак литературного языка зависит не столько от усилий народа и видных его представителей, сколько от деятельности учёных-кодификаторов.

4)Обработанность –

Обработанность литературного языка предполагает многовековое совершенствование его ресурсов вследствие потребности говорящих и пишущих в эстетической и практической эволюции родного языка. Создание высокохудожественных произведений, целенаправленное развитие собственной речи, разработка приёмов и средств для повышения выразительности языка в конечном итоге определяют такое свойство литературного языка, как его обработанность.

39. Нормы сочетания однородных членов соблюдены в предложении…

1) Я не только читаю газеты, но и журналы. –

При двойных (сопоставительных) союзах однородные члены располагаются так, что один из них ставится при первой части союза, а другой – при второй, например: «Я читаю не только газеты, но и журналы».

2) Античное общество по сравнению с древневосточным было более открытым и несравненно более демократично. –

Способ выражения однородных членов должен быть однотипным: «Античное общество по сравнению с древневосточным было более открыт**ым** и несравненно более демократичн**ым**».

3) В училище готовят специалистов по ремонту автомобилей и руководителей автопредприятий. –

В этом предложении возникает двусмысленность, поскольку управляемое слово может быть отнесено в разные ряды однородных членов («готовят специалистов по ремонту автомобилей» и «готовят руководителей автопредприятий»; «специалистов по ремонту автомобилей» и «специалистов по ремонту руководителей автопредприятий»). Возможный вариант исправления: «В училище готовят специалистов по ремонту автомобилей, а также руководителей автопредприятий».

4) Тропа вела то лугом вдоль речки, то лесом, то гречишным полем. –
Правила сочетания однородных членов соответствуют литературной норме: однородные обстоятельства, выраженные формами имен существительных (**лугом**, **лесом**, **полем**), связаны повторяющимся разделительным союзом **то…то**.

40. Грамматическая ошибка допущена в предложении…
1) В городе Йошкар-Оле построено много спортивных сооружений. –
Названия городов, выраженные склоняемыми существительными, согласуются во всех падежах с определяемыми словами: «в городе Москве», «у города Казани». Этому же правилу подчиняются и нерусские названия: «в город**е** Йошкар-Ол**е**».

2) Полгорода вышли сегодня на демонстрацию. –
Если подлежащее выражено сложным существительным с первой частью **пол-** (**полдома**, **полгорода**), то сказуемое при нем ставится в единственном числе, а в прошедшем времени – в среднем роде. Поэтому правильной в этом случае будет конструкция: «Полгорода вышл**о** сегодня на демонстрацию».

3) Больных консультировала квалифицированный врач Петрова. –
Предложение не содержит грамматических ошибок, поскольку с подлежащим, которое выражено существительным, способным обозначать лиц мужского и женского пола (**врач**, **инженер**, **бухгалтер** и т.д.), сказуемое согласуется по смысловому признаку: «консультировал**а** врач **Петрова**». Однако определения согласуются с теми же существительными только по грамматическому признаку: «квалифицированн**ый врач** Петрова».

4) Один из старейших наших профессоров Татьяна Петровна Ефремова пришла на встречу к первокурсникам. –
Предложение не содержит грамматических ошибок, так как оборот **один из**, входя в состав подлежащего, согласуется с существительным так же, как и определение, т.е. по грамматическому признаку.