

# Культура речи делового человека

---

Качества хорошей речи

Человек, способный успешно и результативно общаться, строит текст

- ❖ Паритетный (бесконфликтный, с учетом норм и характеристик этикетной речи, требований стиля и культуры речи)
- ❖ Хороший (эффективный и целесообразный, с учетом ведущих речевых качеств).
- ❖ Правильный (грамотный, с учетом норм литературного языка)

# Качества хорошей речи

*Точность, понятность,  
богатство, разнообразие,  
чистота, правильность,  
ясность, яркость,  
выразительность, образность,  
уместность –*

совокупность качеств, которые организуют общение, оказывают наилучшее воздействие на слушателя в конкретной ситуации.



***Точность и ясность*** – умение определенно, четко и стройно выражать свои мысли.

Точность речи создается

- **знанием предмета,**
- **умением выбирать нужные слова.**

Ясность предполагает

- **логику мышления.**

Вывод:

Необходимо хорошо владеть языком.

Если говорящий плохо владеет языком: его лексический багаж беден, он употребляет слова без знания значения (*фронтон-фасад*), смешивает в речи омонимы, паронимы, значения многозначных слов, - полноценное общение не состоится.

**Понятность** речи – это доступность текста для адресата. Это качество связано с действенностью, эффективностью слова. Понятность определяется отбором речевых средств, **использованием слов, известных слушателям.**

Все слова делят на две большие группы – **неограниченной сферы употребления** (литературные, часто используемые и понятные для всех) и **ограниченного употребления** (внелитературные, понятные малому числу носителей языка: профессионализмы, диалектизмы, жаргонизмы, термины).

**Профессионализмы** – слова и выражения (часто на метафорической основе), используемые людьми одной профессии (журналисты, рекламисты, медики, военные, музыканты). Они обозначают специальные понятия, производственные процессы, орудия труда, материалы. Например, для сферы рекламного дела профессионализмами будут являться слова *растяжка*,

подложка

выворотка

*Термины* – слова, которые являются точным обозначением понятия какой-либо специальной области науки, техники, искусства, общественной жизни. Они часто имеют иноязычное происхождение.

Для рекламной сферы, например, терминами являются *брандмауэр*, *радиоспот*, *мерчендайзинг*, *промоушн* и т.д.

*Диалектизмы* – слова, ограниченные в территориальном отношении, входящие в словарный состав жителей определенной территории.

Например, в Иркутской области распространены слова, которые будут непонятны жителям Центральной России: *куль* (мешок) картошки, *вязочка* (веревка), *гача* (в разговорной речи – брючина, штанина).

Задание: приведите примеры известных вам диалектных слов и выражений Прибайкалья (других местностей).

*Жаргонизмы* – слова и выражения, принадлежащие жаргону

- ❖ молодежному: детсадовскому, школьному, вузовскому;
- ❖ социально-групповому: панков, гот, «люберов»;
- ❖ социально-маргинальному: наркоманов; др.

Причина употребления – противопоставление себя другим социальным группам.

Жаргонизмы - стилистически сниженная лексика, они находятся за пределами литературного языка. Например, *хруст, кусок, штука, лимон, бабки, тугры, зелень, башли* и т.д.

**Богатство и разнообразие** предполагает обширный словарный запас, умение соединять слова, использовать все возможности интонации в устной речи.

Богатство избавляет от неточности и нечеткости в выражении смысла; разнообразие помогает избежать лексических и синтаксических повторов.

Синонимы, многозначные слова, фразеологические обороты, пословицы и поговорки, крылатые выражения, перифразы делают речь богатой и разнообразной.

**Чистота речи** – свобода ее от слов-паразитов, лишних слов, слов, оскорбляющих нравственность (вульгаризмов и матерщины).



**Слова-паразиты** – речевые единицы, употребляемые в речи частотно и без необходимости:

*как бы, откровенно говоря, это самое, понимаешь, типа, реально, честно говоря, вот, так сказать, э-э-э, на самом деле, короче, м-м-м и др.*

## Причины появления **слов-сорняков** в речи:

- *давление речевой «моды»,*
- *волнение во время общения,*
- *неумение мыслить публично,*
- *неумение подбирать нужные слова для оформления высказываний,*
- *бедность словаря говорящего,*
- *демонстрация агрессии,*
- *желание эпатировать публику.*



**Яркость, образность, выразительность** речи усиливают **эффективность выступления**. Их присутствие регулируется **уместностью** в той или иной ситуации общения.

**Яркость** речи (ее эмоциональность, экспрессивность, индивидуальность, отличительность) вызывает интерес, способствует запоминанию говорящего и предмета речи, поддерживает внимание к разговору.

**Образность** речи пробуждает фантазию адресата, заставляет искать сравнения, ассоциации с предметом разговора в окружающей действительности, художественном творчестве.

**Выразительность** речи заключается в том, что, передавая свое отношение к предмету речи (оценку), адресант оказывает воздействие не только на разум, но и на чувства, воображение слушателей.

*Выразительность речи отдельного человека зависит от нескольких условий:*

- самостоятельности мышления,*
- равнодушия к предмету разговора,*
- хорошего знания языка, его выразительных возможностей,*
- систематической и осознанной тренировки речевых навыков,*
- умения контролировать свою речь, избегать шаблонов,*
- сознательной установки на выразительность.*

Сделать речь образной, яркой, выразительной помогают изобразительные и выразительные средства – *тропы и фигуры речи, пословицы, поговорки, устойчивые выражения, крылатые слова, окказионализмы.*

*Тропы* – обороты речи и слова в переносном значении, сохраняющие выразительность и образность. Основные виды тропов: *метафора, метонимия, синекдоха, эпитет, сравнение, гипербола, литота, олицетворение, перифраза, др.*

**Фигуры речи** – особые формы синтаксических конструкций, усиливающие воздействие речи на адресата. Они речи делятся на:

- фигуры, построенные на соотношении значений слов: **антитеза, градация;**
- фигуры, облегчающие слушание, понимание и запоминание речи: **повтор, параллелизм, период;**
- приемы диалогизации речи: **обращение, риторический вопрос, вопросно-ответный ход.**

**Уместность речи** связана с ситуацией общения, местом и временем, возрастом говорящих, социальным статусом, предметом речи.

В ней сходятся правильность, точность, логичность, выразительность.

Уместность всегда связана с отбором языковых средств (стили), наличием эмоций, с этическими и эстетическими установками.

«Красота и живость речи уместна не всегда: можно ли щеголять изяществом слога, говоря о результатах медицинского исследования мёртвого тела, или блистать красивыми выражениями, передавая содержание гражданской сделки?»

П.С. Пороховщиков,  
юрист

