

КУЛЬТУРА РЕЧИ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

**Выполнила: студентка 1 курса
заочной формы обучения
группы ЮМГУЮз-20
Монгуш Саглай Ивановна**

Речевая культура – это искусство речевого общения с соблюдением определенных требований и условностей, предписываемых современными нормами языкового общения.

Под речевой культурой подразумевается искусство владения всем арсеналом речевых средств, используемых в процессе общения. Речевая культура накладывает и определенные ограничения на наши речевые возможности, обязывая в соответствующих условиях неукоснительно их соблюдать.



Успех деловых контактов, деловых переговоров во многом зависит от того, насколько вы владеете своим языком, умеете разговаривать, подчиняя свою речь поставленной задаче.



А заключается она в том, чтобы, **во-первых**, донести до своих партнеров с помощью средств речевого общения ваши деловые предложения, заинтересовать своих собеседников, убедить их в реальности. **Во-вторых** правильно воспринять отношение ваших партнеров к высказанным предложениям и, **в-третьих**, в результате взаимных договоренностей выработать совместные решения.



Чтобы деловая речь выполняла эту сложную задачу, она должна отвечать следующим основным требованиям:

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

Точность речи создается:

- Знанием речи
- Умением выбирать нужные слова

Ясность предполагает:

- Логику мышления



Точность, понятность, богатство, разнообразие, частота, правильность, ясность, яркость, выразительность, образность, уместность — совокупность качеств, которые организуют общение, оказывают наилучшее воздействие на слушателя в конкретной ситуации.



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)



- 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.
- Деловая речь должна быть по возможности максимально краткой, ясной и точной. Необходимо избегать неоправданного многословия, пустословия, бесцельной болтовни.



Деловая речь должна избегать низкого стиля. Каждый деловой человек должен относиться к своему делу уважительно и рассчитывать на уважительное отношение к нему со стороны других людей. Чтобы речь не была низкой, она не должна быть затасканной, состоявшей из примитивных, набивших оскомину словечек, словесных оборотов и выражений взятых напрокат из бытовой лексики. И уж совершенно неприемлемо пользоваться в деловой речи и вообще в отношениях между деловыми партнерами так называемой ненормативной лексикой, бранными и нецензурными словами. Такая речь производит отталкивающее впечатление.



Понятность речи — это доступность текста для адресата. Это качество связано с действенностью, эффективностью слова.

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).



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

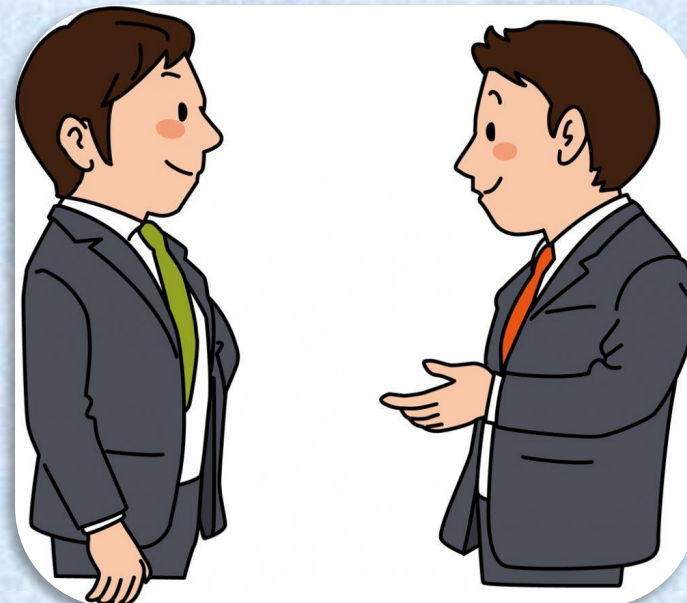


Но это не значит, что она должна быть сложной и вычурной – такая речь покажется заумной. Ясность, привлекательность и убедительность нашей речи достигается лишь простым и понятным языком.



Хорошая деловая речь должна отличаться живостью, экспрессивностью. Ей должна быть присуща красота и благородство, она должна отражать морально-нравственные устои, образовательный, интеллектуальный и культурный уровень ее носителя.





Деловой человек всегда должен знать, когда, кому и что можно и нужно сказать. Одно и то же сообщение можно выразить по-разному. Например, близкому другу еще можно сказать: «Черт возьми! Устал как собака!». Но врачу о своем состоянии сказать: «У меня наблюдается повышенная утомляемость»



Таким образом, совокупными показателями качества деловой речи являются: краткость, ясность, точность, частота, правильность, оригинальность, понятность, выразительность, впечатляющая сила и убедительность.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

