**Peshkova-69@mail.ru**

**Культура русской речи**

Культура речи – это умение четко и ясно выражать свои мысли, умение говорить грамотно, привлекать внимание аудитории не только содержанием своей речи, но и эмоциональным воздействием на слушателей.

**Культура речи**предполагает: соблюдение правил речевого общения; владение нормами литературного языка в его устной и письменной формах; умение выбрать и организовать языковые средства, которые в конкретной ситуации общения способствуют достижению определенных коммуникативных целей. Культура речи содержит три аспекта: **нормативный, коммуникативный**и**этический.**

Важнейшимявляется**нормативный аспект**. Он отражает правильность речи, то есть соблюдение норм литературного языка.

Культура речи не может быть сведена к перечню запретов. Необходимо иметь навыки отбора и употребления языковых средств в соответствии с коммуникативными задачами. Это основа **коммуникативного аспекта**культуры речи. Носители языка должны владеть разными функциональными стилями, чтобы осуществлять оптимальный выбор языковых средств.

**Этический аспект**предписывает знание этических норм речевого поведения и предполагает уместное использование речевых формул приветствия, просьбы, вопроса, благодарности, извинения и т.п.

Для просторечной речевой культуры характерно неразличение стилевых пластов лексики, невладение монологической речью, неразличение сферы ***ты-***и ***Вы-* обращения**.

Наука о личных именах носит название **антропонимии**. Выбор личного имени определяется национально-ментальным стереотипом. Личное имя имеет несколько понятийных опор: одушевленность, пол, возраст. Русские личные имена живут активной социальной жизнью и составляют значительный пласт лингвокультурологически значимой лексики.

В 20-е годы прошлого века нашу страну захлестнула мода на аббревиатуры, которая отразилась и в личных именах. Появились дети с именами ***Ким*** (***Коммунистический Интернационал молодежи***), ***Рэм*** (***Революция, Энгельс, Маркс***), ***Велиор*** (***Великая Октябрьская Революция***), ***Сталина***. В 30-е годы, после смерти В.И. Ленина, мальчиков называли именем ***Вилен***. В 40-е годы популярными именами были ***Мэлс*** (***Маркс, Энгельс, Ленин, Сталин***) и ***Польза*** (***Помни Ленинские  Заветы***), что отражено в художественном фильме «Стиляги». В 50-е годы появились имена ***Мират*** (***Мирный атом***), ***Нинель*** (***Ленин*** – в обратном порядке). В 60-е годы традиция давать сложносокращенные имена пошла на спад, потому что Н.С. Хрущев критически отозвался о «собачьем языке сокращений», и творческая активность народа ослабла.

Среди имен известных людей встречаются примеры описанного явления: бизнесмен ***Рэм*** Вяхирев (***Революция Мировая***), писатель ***Виль*** Липатов (***В.И. Ленин***), историк ***Рой*** Медведев (***Революция, Октябрь, Интернационал***), режиссеры ***Марлен*** Хуциев (***Маркс, Ленин***) и ***Мэлор*** Стуруа (***Маркс, Энгельс, Ленин, Октябрьская революция***), актрисы ***Элина*** Быстрицкая (***Электрификация, Индустриализация***).

Люди всегда создавали новые имена. Например, имя ***Светлана*** придумал А.Х. Востоков в романсе «Светлана и Мстислав». В.А. Жуковский сделал имя Светлана популярным благодаря одноименной балладе.

Современные оригинальные имена – плод творчества молодых родителей, которые стремятся к бессмысленному эпатажу. Загсы не имеют права отказать родителям в выборе имени для ребенка (правда, есть запрет на имена, которые содержат цифры, иностранные буквы, а также ругательства). В последние годы родители называют детей ***Ангелами*** и ***Дельфинами,***в Москве появились дети с именами ***Ветер, Каспер, Ненаглядный, Амур, Ярослав-Лютобор***. Девочек нарекают ***Луной, Зарей-Заряницей, Принцессой Анжелиной, Прохладой, Весной, Шоссиной*** и даже ***Приватизацией***.

Это следствие низкой культуры, отсутствия знания своих корней и родословной. Ведь в русских семьях издавна имена чередовались. Например, отец – ***Петр Иванович***, сын – ***Иван Петрович***.

Обращение по имени и отчеству составляет важную национальную особенность русской речевой культуры.

**Отчество** упоминается в русских летописях с XII в. Сначала по отчеству величали князей, затем бояр и дворян. Существовали также формы **полуотчества** со словом ***сын***: ***Петр Иванов сын***. Петр I отличившимся в служении государству людям (например, купцам) жаловал величание по отчеству как знак особого уважения.

Екатерина II повелела особ первых пяти классов «Табели о рангах» писать с -***(в)ичем***, чинов VI-VIII классов – с полуотчествами, а всех остальных – только по имени. К примеру, профессор Императорского Московского университета в соответствии с этим указом мог удостоиться только полуотчества. С середины XIX в. все другие сословия (кроме крепостных крестьян) уже пользовались отчеством на ***-(в)ич, -(в)н-(а).***

Отчество человека известно уже при рождении, но входит в употребление по достижении человеком социальной зрелости. Отчество коррелирует с формой обращения на ***Вы***.

Сейчас в СМИ формы обращения по имени-отчеству остаются неизменными только в отношении старшего по возрасту, очень уважаемого человека. Нередко журналист, гордясь своим личным знакомством с солидным политиком, ученым, бизнесменом, называет его на ***ты***, в то время как хорошо воспитанный человек будет испытывать смущение, обращаясь к даме или к господину возраста его родителей на ***ты***. На Руси говорили: ***Как Вас звать-величать?*** Величание, то есть обращение по отчеству, – это демонстрация уважительного отношения к человеку.

Исследования показывают, что, убирая отчество, мы «отчуждаем» человека, переводим общение в сугубо официальную сферу. Когда человек говорит о своем учителе, родителях, он не может не использовать отчество, но в отчужденном смысле известного человека можно именовать по имени и фамилии: ***Лев Толстой, Сергей Эйзенштейн, Марина Цветаева***. СМИ, отучая народ от необходимого «простому» человеку отчества, подают плохой пример отступления от норм русского речевого употребления, нарушают правила речевого этикета и коммуникативного поведения, потому что отчество является неотъемлемым элементом русского национального менталитета.

Нарушение этики общения приводит к **коммуникативным неудачам**, типа: ***У меня (есть) вопрос… Есть вопрос…***вместо ***Разрешите / позвольте задать Вам вопрос… Скажите, пожалуйста.***Подобные коммуникативные неудачи связаны с нарушением **рамок общения**,которые зависят от характера отношений между собеседниками (официальные, неофициальные, дружеские, интимные). Этический аспект культуры речи накладывает строгий запрет на сквернословие, повышенный тон, деликатные (табуированные) темы.

**Коммуникативные качества речи**

Речь адресанта, обращенная к адресату, должна отличаться **коммуникативной целесообразностью,**чтобы адресат правильно декодировал ее.

Главной коммуникативной характеристикой речи является **точность**, то есть умение четко и ясно выражать свои мысли.

Другое важное коммуникативное свойство речи – **понятность**, то есть доходчивость, доступность для тех, кому она адресована. Понятность определяется точным отбором речевых средств, использованием слов, известных слушателям. Необходимо иметь в виду, что словарный состав русского языка делится на две группы: лексика неограниченного употребления (общеупотребительная); лексика ограниченного употребления: ***профессионализмы, диалектизмы, жаргонизмы, термины*, *иноязычные слова.***

Существенными коммуникативными качествами речи являются ее **богатство и разнообразие**, свидетельствующие об эрудиции говорящего, о его широком кругозоре и высоком интеллекте.

Богатство языка заключается в богатстве его словаря. Исследователи считают, что активный словарь современного человека не превышает 7-8 тыс. слов, другие полагают, что он составляет 11-13 тыс. слов. Лингвисты с тревогой пишут об **обеднении словарного запаса** русского языка.

В языке постоянно возникают новые слова – **неологизмы**. Проследить за их созданием нет возможности, так как это процесс индивидуальный. Авторами новых слов могут быть известные люди. Так, например, М.В. Ломоносов придумал слова ***созвездие, рудники, насос, чертеж***; Н.М. Карамзин – ***промышленность;***Ф.М. Достоевский – ***стушеваться***; В. Хлебников***– летчик;***И. Северянин – ***бездарь.***

Богатейшим источником пополнения словарного запаса языка является **синонимия.** Синонимы, различаясь оттенками значений и стилистической окраской, позволяют с предельной точностью сформулировать мысль, придать речи разговорный или книжный характер, выразить положительное или отрицательное отношение к тому, о чем говорится.

Важным коммуникативным достоинством речи является умелое использование **фразеологических единиц**. Русский язык богат фразеологией, которая привлекает своей экспрессивностью, потенциальной возможностью положительно или отрицательно оценивать явление, образно выражать одобрение или осуждение, иронию или насмешку.

Богатство языка отражается и в перифразах. **Перифраза** – это замена однословного наименования предмета или явления описательным оборотом, указывающим на один или несколько существенных признаков предмета или явления. Перифраза –важное средство, с помощью которого можно сделать речь более разнообразной. Например: Санкт-Петербург***– город на Неве, Северная Пальмира, северная столица, окно в Европу, творение Петра, Северная Венеция.***Состав перифраз постоянно пополняется.

Синонимы, фразеологизмы, перифразы позволяют избежать тавтологии и разнообразить речь.

О богатстве речи свидетельствует наличие в ней пословиц и поговорок, крылатых слов и выражений. В **пословицах**и**поговорках** отражена вся многогранная жизнь народа, их считают образцами народной мудрости: ***Лес рубят – щепки летят; Горбатого могила исправит; Запас карман не тянет; Счастье и труд рядом идут.***

**Крылатые слова и выражения** – это авторские меткие, образные выражения, получившие широкое распространение: ***Служить бы рад – прислуживаться тошно***(А.С. Грибоедов).

Важной характеристикой коммуникативного аспекта речи является ее **чистота**, подразумевающая отсутствие лишних слов, слов-паразитов.

Неотъемлемой характеристикой коммуникативного аспекта речи является ее **выразительность**. Выразительной называется речь, способная постоянно поддерживать внимание и интерес слушателя и читателя. Лингвистическим фундаментом выразительности речи является наличие изобразительных и выразительных средств, называемых **тропами** и **фигурами**.

Источником для формирования тропов и фигур служит многозначность, тесно связанная с образностью языка.

**Тропы** – метафора, метонимия, эпитет, сравнение, гипербола, литота, олицетворение, перифраза – формируются на основе переноса значения**.**Тропы придают речи оригинальность, наглядность, привлекательность. Различаются два вида тропов: 1) ***общеязыковые***: **метафора** – горячая пора; **метонимия**– съешь тарелочку;**гипербола** – устал до смерти; **литота**– платят жалкие гроши, мужичок с ноготок, от горшка два вершка, в двух шагах отсюда, одну секундочку; **олицетворение** – солнце село; 2) ***оригинальные***: ***мармеладное настроение*** (А.П. Чехов), ***майский день, именины сердца***(Н.В. Гоголь).

**Фигуры речи**–этоособые формы синтаксических конструкций, усиливающие воздействие на адресата. Среди фигур речи выделяются **антитеза** ***(Утром и вечером, днем и ночью она ворчит)***, **градация** ***(Они подумают, что я зол, что я жесток, что я бью тебя, что я тебя калечу)***, **повтор**, **риторический вопрос, обращение** и др.

К выразительным средствам речи относят также фразеологизмы, пословицы, поговорки и крылатые выражения.