

ЛИТЕРАТУРА

1. Белкин, А.С. Возрастная педагогика. – Асбестовская типография, 1999. - 271 с.
2. Евсеева, М.Н. Программа обучения английскому языку детей дошкольного возраста / М.Н. Евсеева. – Волгоград: Панорама, 2006. – 128 с.
3. Каникова, Е.А. Раннее обучение английскому языку: За и Против. / <http://artthelib.ru>
4. Проектная деятельность начинающих педагогов и руководителей: метод. Рекомендации/ под общей редакцией В.И. Нифонтова, А. А., Сайдуллиной, Е.В., Фроловой, Т.М., Мухаметьяновой, Н.А. – Екатеринбург: МУ ИМЦ «Екатеринбургский Дом Учителя», 2008. – 112 с.
5. Шабельникова, Е.Ю. Обучение детей 5-6 лет английскому языку: занятия, игры, мероприятия, лингвострановедческий материал. / авт. –сост. Е.Ю. Шабельникова. – Волгоград: Учитель, 2009. – 127 с.:ил.
6. Шишкова, И.А., Вербовская, М.Е. Английский для малышей. Учебник. – М.: ООО «Издательство «Росмэн-пресс», 2004. – 94с .

© Зверкова Т.В., 2012

Зеленина Л.Е.
г. Екатеринбург

РОЛЬ ЭМОТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: эмотивная компетенция, деловое общение, эмотивная лексическая единица.

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена роли эмотивной компетенции в ситуациях делового общения. Рассматривается понятие, характерные особенности и функции эмотивной компетенции. Описываются ситуации и виды эмоций, которые присутствуют в деловом общении.

THE ROLE OF EMOTIVE COMPETENCE IN BUSINESS COMMUNICATION

KEY WORDS: emotive competence, business communication, emotive lexical unit

ABSTRACT. The article is devoted to the role of emotive competence in the situations of business communication. In the article is considered the concept, characteristic features and functions of emotive competence. Are described the situations and types of emotions which are represented in business communication.

Эмоциональные процессы изучаются в различных науках: философии, психологии, лингвистике. Лингвистика позже других наук обратилась к сфере эмоционального. Язык является средством выражения эмоций. Мы познаем мир посредством мышления и пользуемся языком для выражения своих впечатлений, мнений, эмоций, восприятия. Эмоции присутствуют также и в деловом общении.

В течение долгого периода деловой язык считался сухим языком лишенным эмоциональной составляющей. Но, признавая, что большинство слов во всех языках имеет эмоциональную составляющую, возможно утверждение и о том, что и устное деловое общение имеет явный или скрытый эмоциональный подтекст. Главная нагрузка в создании эмоциональной концепции падает на лексику. Эмоциональная лексика является одним из средств, которая придает речи тональность и имеет огромную силу воздействия.

Официально-деловой стиль отличается наибольшей стандартностью, стабильностью и консервативностью. «Говорят, что деловые тексты, деловые выступления «составляют», а не пишут» [3:48].

Однако в реальной практике даже в деловой стиль проникают экспрессымы, эмотивная лексика и разнообразные художественные средства, лексические единицы из других функциональных стилей: термины, книжные лексемы и обороты, вульгаризмы, американизмы.

Кроме того, в деловом общении резко возросло количество слов из научной и профессиональной речевой сферы, и это тоже требует осмысления. Также появляются новые тенденции в современной деловой речи. Происходит интенсивное влияние функциональных стилей, в том числе весьма далеких друг от друга – например, официально-делового и разговорного стилей.

К стилю делового общения «предъявляются те же требования, что и к разработкам, презентациям рекламного характера. То есть в

нем встречаются цитаты из Библии, из работ европейских и американских философов, стихи, народная мудрость, используемые с целью продемонстрировать красноречие и эрудицию автора» [1:385].

Одним из результатов этого становится экспрессивность, эмотивность считавшаяся прежде нежелательной в данном стиле. Само понятие экспрессии деловой речи является новым. Выражения практически любых эмоций стали допускаться в деловом общении сравнительно недавно, под большим влиянием американской и итальянской деловой речи. Сегодня уже можно говорить о необходимости отражения авторских эмоций в определенных выступлениях, а также при выражении претензий и отказов в деловом сотрудничестве.

К важным характеристикам деловой речи относится выразительность, наличие оценочного отношения к содержанию, умение выразить свое мнение и дать оценку тому или иному факту, событию или явлению, выразить удовольствие, неудовольствие, претензии. Задачи, связанные с решением проблемы требуют творческого поиска альтернатив, свободного выдвижения идей и предложений, совместного планирования действий по выполнению принятых решений. Необходимо уже на начальном этапе обучения деловому итальянскому языку учить студентов поддерживать контакт, выражать согласие, несогласие, удивление, радость и свое отношение к сказанному или предложенному. Важно чтобы специалисты могли свободно использовать в речи эмотивную лексику для достижения консенсуса и снятия напряжения.

Систематическое употребление специально подобранных эмотивных лексических единиц при обучении деловому итальянскому языку имеет практическое, общеобразовательное и воспитательное значение и стимулирует повышение интереса к этому предмету.

Эмотивная лексика, с одной стороны, представляет изучающим иностранный язык сведения о стране, обычаях, традициях, деловом этикете, необходимые и достаточные для адекватной коммуникации, с другой стороны, обучает приемам и способам самостоятельного извлечения фактов культуры из форм языка, происходит закрепление и активизация страноведческих сведений, получаемых на практических занятиях по языку.

Говоря о знании и активном употреблении эмотивной лексики делового общения необходимо отметить тот факт, что бедность выразительной речи является большим недостатком и признается многими преподавателями. Трудности в употреблении возникают, прежде всего, при выражении собственного отношения или мнения,

если эмотивные лексические единицы скудно используются в речи может утратиться красота, выразительность, своеобразие индивидуального стиля, и зачастую давая оценку, студенты ограничиваются простыми определениями хороший «*bello, buono*», плохой «*cattivo, brutto*», превосходно, отлично «*perfetto, ottimo*».

Что касается итальянского языка, это является особенно чувствительным, потому что итальянский язык является очень выразительным, богатым, эмоциональным. Эмотивные лексические единицы помогают сделать речь более естественной, близкой к аутентичной, выразительной, красочной. Знание эмотивной лексики позволяет обогатить словарный запас у студентов, установить межъязыковые, межкультурные связи, расширить кругозор, как в лингвистическом, так и страноведческом плане.

Эмотивные лексические единицы помогают формированию более выразительной, эмоциональной речи студентов и позволяют лучше узнать историю народа страны изучаемого языка, знания правил ведения переговоров, этикета деловой коммуникации, понять своеобразие итальянской культуры. Инсценируя, обыгрывая данные лексические единицы в речи, студенты наилучшим образом усвоят их, а значит, смогут установить межъязыковые и межкультурные связи.

Обучая студентов деловому языку, мы, прежде всего, развиваем коммуникативную компетенцию, составляющими которой являются:

- *лингвистическая компетенция*, то есть знание определенного словарного запаса и синтаксических правил и умение использовать их для построения связных высказываний.
- *социолингвистическая компетенция*, то есть способность использовать и преобразовывать языковые формы, исходя из ситуации общения (контекст – участники делового общения, социальный статус партнеров, цель делового общения) все эти факторы влияют на выбор языковых форм;
- *дискурсивная компетенция*, то есть способность воспринимать и порождать связанные высказывания в коммуникативном общении;
- *социокультурная компетенция*, то есть знания о национально-культурных особенностях страны изучаемого языка, культуре речевого поведения, знания правил этикета делового общения; [2:43]

К перечисленным компетенциям можно добавить *эмотивную компетенцию*, под которой подразумевается «умение выражать свои чувства, оценки, мнения и способность конструктивно взаимодействовать с деловыми партнерами [3:161].

При обучении деловому итальянскому языку мы ставим одной из целей обучение эмотивной лексике. Мы изучаем эмотивную лексику для развития эмотивной компетенции, в которую входит развитие коммуникативных умений для выражения оценки, отношения, мнения, решения профессиональных задач средствами иностранного языка делового общения.

В эмотивную компетенцию входят умения выражать согласие, несогласие, претензию, использование частиц, благодаря которым речь звучит естественно, адекватное реагирование на информацию собеседника, реализация творческого решения, использование нестандартных подходов, знание и активное употребление в речи около 400 лексических единиц, которые употребляются в наиболее значимых ситуациях делового общения.

Выражение эмоций зависит от многих факторов и ситуаций. Если на совещании и деловых переговорах степень выражения эмоций является сдержанной, то на презентации, при убеждении партнеров, выражении претензий, на кофе брейке или деловом ужине речь становится более выразительной и эмоциональной.

В деловом общении выделяют следующие виды эмоций:

- эмоции удовольствия (от сделки, выгодных условий сотрудничества, партнеров, предложения, презентации);
- эмоция удивления (положительная или отрицательная реакция на внезапно возникшие обстоятельства);
- коммуникативные (основание потребности в общении, желание общаться, делиться идеями, чувство уважения, признательности, желание получить одобрение);
- глоричные (потребность в самоутверждении, славе, стремление завоевать признание, уважение, чувство гордости, удовлетворения);
- практические (успешность, неуспешность деятельности, трудности осуществления и завершения, повышенная ценность личности);
- мобилизационные (потребность в преодолении опасности, решительность, азарт, эмоциональное и волевое напряжение, мобилизация физических и умственных способностей);
- контактоустанавливающие (начать знакомство, выразить пожелание, настроиться на общение).

Определено, что употребление эмотивной лексики детерминировано задачами делового общения. К задачам делового общения относятся: знакомство, представление сторон, произведение положительного впечатления на партнеров, информирование о товаре и услуге, объяснение условий договора, преимуществ товара,

убеждение в необходимости приобретения товара или сотрудничества, творческое решение проблемы, выработка идей для представления или продвижения продукции, разрешение противоречий.

С другой стороны, употребление эмотивной лексики может быть детерминировано ситуациями делового общения. К ситуациям делового общения относятся: знакомство и представление партнеров, выражение положительного отношения, похвалы, информирование, обсуждение условий сотрудничества, убеждение в совершении сделки, противоречия, конфликты в ходе переговоров, подписание контракта и обсуждение дальнейших перспектив.

Поскольку эмотивные лексические единицы представляют определенную сложность для изучения необходимо уделять этому аспекту больше внимания на занятиях по деловому итальянскому языку. Вот почему адекватное реагирование, выражение эмоций, оценок, предпочтений, убеждение и воздействие на партнера невозможно без знания наиболее употребительных эмотивных лексических единиц иностранного языка. Эмотивные лексические единицы являются обязательной частью того лексического и культурного минимума, который необходим для эффективной коммуникации на иностранном языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Введенская Л.А. Культура и искусство речи // Современная риторика: Для высших и средних учебных заведений. Ростов на Дону, 1995-56с.
2. Григорьева Е.Я. Теория и практика обучения французскому языку, как второму иностранному. – М.: АПК И ПРО, 2000. – 128с.
3. Муравьева О.С. Язык и деловое общение. – М.: Владос, 2003.- 309с.
4. Шаховский В.В. Лингвистическая теория эмоций: Монография. – М.: Гнозис, 2008.-416с.

© Зеленина Л.Е., 2012