

---

# ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ДОМИНАНТЫ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВЫРАЗИТЕЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ В АСПЕКТЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ УСТНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Н.Н. Романова**

Кафедра русского языка  
Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана  
*ул. 2-я Бауманская, 5, Москва, Россия, 105005*

**И.О. Амелина**

Кафедра теоретической и прикладной лингвистики  
Юго-Западный государственный университет  
*ул. 50 лет Октября, 94, Курск, Россия, 305040*

Доминирующие функции эмоционально-выразительной лексики в устном деловом взаимодействии рассматриваются в аспекте формирования профессионально-коммуникативной компетенции иностранных студентов экономических специальностей вузов. Материалом для демонстрации использования указанной лексики в сфере и ситуациях делового общения служат соответствующие единицы текстового содержания советских и российских художественных фильмов и сериалов. Данные источники характеризуются как эффективное средство обучения студентов приемам деловой коммуникации в вузовском курсе русского языка как иностранного.

**Ключевые слова:** эмоционально-выразительная лексика, профессионально-коммуникативная компетенция, русский язык как иностранный, деловая коммуникация, коннотация.

Деловое общение — самый распространенный вид социального взаимодействия, который обслуживает сферы экономических, правовых, административно-производственных отношений. Преобладающая часть информации в указанных сферах передается через деловую документацию, однако устная коммуникация также является неотъемлемой составляющей делового общения. Так как «ситуация делового общения может быть строго официальной (протокольные виды делового общения), официальной (непротоколируемое деловое общение в рабочей обстановке) и неофициальной (деловое общение в нерабочей обстановке)» [7. С. 149], отличительной особенностью устной деловой коммуникации будет помимо следования общим конструктивно-языковым параметрам официально-делового стиля включение разговорных и книжных элементов речи, характерных для двух последних из вышеназванных коммуникативных ситуаций. Отметим, что хотя основу устной деловой речи составляет нейтральная лексика, в последнее время в эту сферу активно проникают эмоционально окрашенные единицы, так как, согласно современным исследованиям в области психологии, психо- и социолингвистики, «эмоциональная сфера пронизывает все стороны человеческого существования» [3. С. 44], ср.: *пустяковое дело, зарядить цену, уходит с колес* и т.п.

Анализ специфики эмоционально окрашенной лексики занимались многие ученые (В.Н. Ярцева, И.В. Арнольд, И.А. Стернин, Н.Д. Арутюнова и др.), однако

изучение ее функционирования в речи, в том числе в рамках делового общения, неизменно находится в зоне актуальных проблем лингвистики и лингводидактики в силу значимости и динамичности рассматриваемой социальной области. В связи с этим настоящее исследование посвящено раскрытию роли эмоционально-выразительной, или эмоционально окрашенной (экспрессивной), лексики в устной деловой коммуникации в целях учета полученных данных в преподавании русского языка как иностранного (РКИ) студентам университета для развития их профессионально-коммуникативной компетенции.

В семантической структуре эмоционально окрашенной лексики имеется ярко выраженный коннотативный компонент, который обычно определяется как дополнительное сознание, заключающее в себе содержательные и/или стилистические (эмоциональные, оценочные, экспрессивные) составляющие значения слова, общепринятые в языке [10. С. 184]. Таким образом, коннотация, передавая отношение говорящего к обозначаемому предмету или явлению, представляет собой эмоционально-оценочный компонент лексического значения.

Систематизируя данные исследований о структуре коннотации, Л.О. Зайцева заключает, что, согласно И.В. Арнольд, Н.Д. Арутюновой, А.В. Филиппову, И.А. Стернину, в указанной структуре выделяют четыре элемента: эмотивный (эмоциональный), оценочный, экспрессивный и стилистический; в дальнейшем, однако, И.А. Стернин исключает функционально-стилистический элемент из структуры, поскольку последний несет в себе лишь информацию о ситуации, в которой протекает речевой акт, а не характеристику предмета речи [4. С. 532]. О.И. Коурова, обобщая позиции различных исследователей по данному вопросу, приводит следующие типы выделяемых ими коннотаций: эмоциональный, оценочный, образный и экспрессивный (В.И. Говердовский); дескриптивный, интенсивный, оценочный, эмотивный (Г.В. Токарев), эмоционально-оценочный, параметрический, стилевой и культурный (Т.В. Матвеева) [7. С. 69].

Эмоциональная коннотация связана с выражением чувств, волевых побуждений, чувственных или интеллектуальных сравнений, ср.: *домишко, справочка*. Оценочная коннотация устанавливает ценность или значение кого-либо/ чего-либо через одобрение или неодобрение. Положительная оценка передается через позитивную эмоцию: ласку, похвалу, восторг, одобрение и др., ср.: *птичка, молодец*. Отрицательная оценка связана с негативными эмоциями: осуждением, неприятием, неодобрением, презрением, иронией, ср.: *комнатенка, геройствовать*. Экспрессивная коннотация свидетельствует о подаче информации, «переработанной» в ассоциативно-вербальной сети сознания человека, ср.: *заоблачный, изюминка* [10. С. 188].

По справедливому замечанию Л.О. Зайцевой, во многих случаях оценочность и эмотивность трудно разграничить: в эмотивной коннотации имплицитно присутствует оценка, поскольку «наличие дополнительных эмотивных признаков в семантике слова предполагает, что в процессе номинации предмет, получающий наименование, оценивается с точки зрения того, какие эмоции он может вызывать, с какими эмоциональными впечатлениями он устойчиво ассоциируется»

[4. С. 532]. Таким образом, автор предлагает говорить об эмоционально(эмотивно)-оценочной окрашенности слова.

Обычно эмоционально-экспрессивную окраску имеет лексика возвышенная (*отныне, всепобеждающий*), а также сниженная, фамильярная (*пичуга, орать, взбучка*). Однако, по мнению И.А. Ваулиной, экспрессивным может стать и нейтральное слово при его актуализации в контексте [1. С. 163]. Это справедливо и в отношении терминов, ср.: *Я знаю компанию до молекул!*

Д.Э. Розенталь в состав эмоционально-экспрессивной лексики включает три группы слов:

1) слова с ярким коннотативным значением, как правило, однозначные, содержащие оценку фактов, явлений, признаков, дающие однозначную характеристику людям: *воодушевить, восхитительный, дерзание, непревзойденный, брюзга, допотопный, напакостить, подхалим, пустозвон, разгильдяй;*

2) многозначные слова, нейтральные в основном значении, приобретающие качественно-эмоциональный оттенок при их употреблении в переносном значении: *тряпка, тюфяк, дуб, ворона, попугай* (как характеристика человека);

3) слова с суффиксами субъективной оценки, передающие различные оттенки чувств: *сыночек, дочурка, солнышко, аккуратненько* — положительные эмоции; *детина, казенщина* — отрицательные [9. С. 100].

В нашем исследовании к эмоционально-выразительной лексике мы также относим фразеологические единицы в силу того, что совокупность слов в их составе может быть сведена к одному слову, а также передавать целостное значение. Использование фразем рассчитано на создание образа в сознании собеседника и тем самым апелляцию к его эмоциональной сфере. К тому же указанные единицы обладают яркой национально-культурной окраской, что особенно важно при использовании данных исследования в процессе обучения РКИ для формирования социолингвистического и социокультурного компонентов общей профессионально-коммуникативной компетенции учащихся. Это становится актуальным в связи с очевидной активизацией в современной методике преподавания РКИ лингвокультурологического подхода, при котором в центре обучения находится человек, социум, культура, а язык изучается через факты культуры, через взаимодействие правил и прецедентов, имеющих значение для участников коммуникации [6. С. 74].

Деловая коммуникация всегда направлена на результат, воздействие на собеседника, достижение определенной цели, поэтому выбор лексических средств для выражения содержания речи является важным моментом в ее организации. И.Н. Демина приводит список коммуникативных целей в менеджменте, которые в широком смысле могут быть распространены на всю сферу делового взаимодействия, реализуемого в «горизонтальных» и «вертикальных» ее моделях (общение между коллегами, между начальником и подчиненным, между деловыми партнерами и др.):

- осуществление информационного обмена между субъектами;
- поддержка процесса эмоционального и интеллектуального обмена информацией;

— установление взаимосвязи между людьми в организации;  
— формулировка общих взглядов;  
— организация совместной работы коллективов с целью выполнения поставленных задач [2. С. 203].

Устная форма делового общения в силу таких характеристик, как спонтанность в той или иной мере, а также упрощенность в построении высказываний для обеспечения доступности информации, допускает привлечение разговорных и книжных фраз, обладающих в большинстве случаев эмотивным, оценочным компонентом, что не препятствует, а напротив, способствует получению нужного результата беседы.

Анализ целевого использования эмоционально-выразительной лексики в устной деловой коммуникации выявляет следующие ее функциональные доминанты:

- установление контакта;
- воздействие — убеждение (с возможным обозначением статуса);
- воздействие — получение реакции.

Рассмотрим проявление данных функций эмоционально-выразительной лексики в устной деловой коммуникации на примере материалов советских и российских художественных фильмов и сериалов («Не родись красивой», «Служебный роман», «Служебный роман. Наше время», «Папа для Софии», «Петя Великолепный», «Все ради тебя», «Некст-2», «Три полуграции»), которые выступают как эффективное средство обучения студентов приемам деловой коммуникации в рамках РКИ на начальной ступени бакалавриата / специалитета (1—2 курсы).

Вначале отметим, что в выбранных нами видеофрагментах представлены все группы эмоционально-экспрессивной лексики:

— слова с ярким коннотативным значением: *голубушка*, *уничтожить*, *капризничать*;

— многозначные слова, получающие качественно-эмоциональный оттенок при переносном употреблении: *молодая поросль*, *тряпка*, *хромать*, *хоронить*, *просочиться*, *смывать*;

— слова с суффиксами субъективной оценки, передающие различные оттенки чувств: *справочка*;

— фразеологические единицы: *служить верой и правдой*, *работать как лошадь*, *разбитое корыто*, *вытаскивать из болота*, [показать] *кто в доме хозяин*, *прошу любить и жаловать*, *набивать себе цену*, *сгущать краски*, *бумага не краснеет*.

Функция установления контакта обеспечивает создание необходимой атмосферы для беседы, расположения к себе партнера, что часто находит отражение в обращениях:

— О, наша *молодая поросль*, Варвара Куликова. Как настроение? («Папа для Софии»)

— Ой, Куликова, какая ты все-таки *непозитивная*! Я не ругать тебя пригласил, а наоборот... Загранпаспорт у тебя есть? («Папа для Софии»)

— Олеся Витольевна, рад Вас видеть, проходите, садитесь, *голубушка*. Как дела? («Три полуграции»)

Функция воздействия-убеждения активизируется, когда говорящий использует эмоционально-выразительную лексику для обозначения своей точки зрения

и хочет, чтобы собеседник согласился с ним, придерживался такой же позиции. В рамках данной функции выделяется подтип воздействия — убеждения — обозначения статуса, который проявляется в указании на превосходство: интеллектуальное, социальное и т.п.:

— И почему прекратили сотрудничество с предыдущим партнером? Насколько я понимаю, он *служил нам верой и правдой*. Три с половиной года, и условия были очень выгодными. («Петя Великолепный»)

— Я хочу, чтобы Вы подготовили презентацию нашего агентства. — Презентации — это *мой конек*. («Служебный роман. Наше время»)

— И тем не менее я уверен, что этот твой гениальный план *доведе*т нашу фирму *до разбитого корыта*. («Не родись красивой»)

— Да, и по поводу архитектурного решения: честно говоря, я *ждал от вас большего*. Я тоже умею *капризничать*. («Все ради тебя»)

Отличие функции воздействия — получения реакции от функции воздействия — убеждения состоит в том, что в этом случае выбор эмоционально-выразительной лексики направлен на регулирование поведения собеседника, получение результата в виде какой-либо деятельности:

— Значит, я Вас как своего заместителя прошу обратить особое внимание на дисциплину. Дисциплина, к сожалению, у нас *хромает*. («Служебный роман»)

— Не надо конкретизировать, ты лучше звони своему брокеру, пускай кончает *смыть* империю *по кусочкам*. («Некст-2»)

— Пишите, пишите, пишите, пишите! *Бумага не краснеет!* Пишите! («Служебный роман»)

Таким образом, употребление эмоционально-выразительной лексики в устной деловой коммуникации представляется уместным, а в некоторых случаях определенно целесообразным для обеспечения эффективного воздействия на собеседника и достижения желаемой цели. Ознакомление с особенностями использования данных выражений в процессе изучения студентами деловой коммуникации в рамках РКИ отвечает прагматической направленности содержания обучения, то есть соответствует, по выражению О.Г. Путьрской, принципу включения в корпус отобранных элементов речи явлений и ситуаций коммуникации, наиболее типичных и частотных для конкретной профессиональной деятельности человека [8. С. 118].

Использование в вузовском иноязычном обучении релевантных видеоматериалов, отражающих особенности вербального взаимодействия в конкретной социальной сфере, способствует развитию профессионально-коммуникативной компетенции будущего специалиста, становлению его как профессиональной языковой личности с более глубоким постижением культурной специфики русского лингвосоциума. В более широком контексте такое «погружение» в реалии иноязычной среды, анализируемые на уровнях зрительной и слуховой рецепции, а также эмоционально-оценочного восприятия, формирует поликультурную компетенцию специалиста, обеспечивающую эффективное профессионально-деловое взаимодействие представителей разных лингвосоциумов.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Ваулина И.А.* Аспекты восприятия экспрессивного слова: экспериментальные данные // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. — 2012. — № 3. — С. 163—169.
- [2] *Демина И.Н.* Место и роль коммуникации в бизнес-процессах // Известия ИГЭА. — 2012. — № 2. — С. 202—206.
- [3] *Егорова В.И.* Эмотивная лексика в лингвистике // Известия ЮЗГУ. Серия: Лингвистика и педагогика. — 2013. — № 2. — С. 44—49.
- [4] *Зайцева Л.О.* Особенности коннотативного компонента значения лексических единиц в журналах о «Кино» // Молодой ученый. — 2014. — № 10. — С. 531—534.
- [5] *Коурова О.И.* Коннотация как способ хранения культурной информации // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2006. — № 1. — С. 68—73.
- [6] *Орлов Е.А.* Функции социокультурного компонента в системе речевых упражнений для стажеров-иностранцев // Известия ЮЗГУ. Серия: Лингвистика и педагогика. — 2014. — № 1. — С. 73—78.
- [7] Основы русской деловой речи: Учеб. пособие / Под ред. В.В. Химики. — СПб.: Златоуст, 2012. — 448 с.
- [8] *Путырская О.Г.* Обучение деловому иностранному языку в языковом ВУЗе // Педагогическое образование в России. — 2012. — № 1. — С. 117—119.
- [9] Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.А. Теленкова. — М.: Айрис-Пресс, 2010. — 448 с.
- [10] Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц / Под ред. Е.И. Дибровой. — В 2 ч. Ч. 1. — М.: Академия, 2006. — 480 с.

## LITERATURA

- [1] *Vaulina I.A.* Aspekty vospriyatiya ekspressivnogo slova: eksperimental'nye dannye // Ural'skij filologicheskij vestnik. Serija: Jazyk. Sistema. Lichnost': lingvistika kreativa. — 2012. — № 3. — S. 163—169.
- [2] *Demina I.N.* Mesto i rol' kommunikacii v biznes-processah // Izvestija IGEA. — 2012. — № 2. — S. 202—206.
- [3] *Egorova V.I.* Emotivnaja leksika v lingvistike // Izvestija JuZGU. Serija: Lingvistika i pedagogika. — 2013. — № 2. — S. 44—49.
- [4] *Zajceva L.O.* Osobennosti konnotativnogo komponenta znachenija leksicheskikh edinic v zhurnalax o «Kino» // Molodoy uchenyj. — 2014. — № 10. — S. 531—534.
- [5] *Kourova O.I.* Konnotacija kak sposob hranenija kul'turnoj informacii // Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Serija: Gumanitarnye i social'nye nauki. — 2006. — № 1. — S. 68—73.
- [6] *Orlov E.A.* Funkcii sociokul'turnogo komponenta v sisteme rechevyh uprazhnenij dlja stazhe-rov-inostrancev // Izvestija JuZGU. Serija: Lingvistika i pedagogika. — 2014. — № 1. — S. 73—78.
- [7] Osnovy russkoj delovoj rechi: Ucheb. posobie / Pod red. V.V. Himika. — SPb.: Zlatoust, 2012. — 448 s.
- [8] *Putyrskaja O.G.* Obuchenie delovomu inostrannomu jazyku v jazykovom VUZe // Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii. — 2012. — № 1. — S. 117—119.
- [9] Sovremennyy russkij jazyk / D.E. Rozental', I.B. Golub, M.A. Telenkova. — M.: Ajris-Press, 2010. — 448 s.
- [10] Sovremennyy russkij jazyk: Teorija. Analiz jazykovyh edinic / Pod red. E.I. Dibrovoy. — V 2 ch. Ch. 1. — M.: Akademija, 2006. — 480 s.

**FUNCTIONAL DOMINANTS  
OF EMOTIONAL AND EXPRESSIVE LEXICON  
IN THE ASPECT OF TEACHING ORAL BUSINESS  
COMMUNICATION TO FOREIGN STUDENTS**

**N.N. Romanova**

Russian Language Department  
Moscow State Technical University n.a. N.E. Bauman  
*2nd Baumanskaya str., 5, Moscow, Russia, 105005*

**I.O. Amelina**

Department of Theoretical and Applied Linguistics  
South-West State University  
*50 years of October str., 94, Kursk, Russia, 305040*

Dominating functions of emotional and expressive lexicon in oral business interaction are considered in the aspect of forming professional and communicative competence of foreign students who study economics at the university. Certain text units of the Soviet and Russian films and tv-series serve as the material to demonstrate the use of the specified lexicon in the sphere and situations of business communication. These sources are characterized as effective means of teaching methods of business communication to students in a university course of Russian as a foreign language.

**Key words:** emotional and expressive lexicon, professional and communicative competence, Russian as a foreign language, business communication, connotation.