

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2021, №3, Том 9 / 2021, No 3, Vol 9 <https://mir-nauki.com/issue-3-2021.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/11PDMN321.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Куликова О.В. Эмотивность в дискурсе профессиональной коммуникации: лингводидактический аспект // Мир науки. Педагогика и психология, 2021 №3, <https://mir-nauki.com/PDF/11PDMN321.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Kulikova O.V. (2021). Emotiveness in the professional communication discourse: implications for foreign language teaching. *World of Science. Pedagogy and psychology*, [online] 3(9). Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/11PDMN321.pdf> (in Russian)

Куликова Ольга Викторовна

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации», Москва, Россия

Профессор

Доктор филологических наук, доцент

E-mail: ok517@yandex.ru

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=665553

Эмотивность в дискурсе профессиональной коммуникации: лингводидактический аспект

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению лингводидактического потенциала явления эмотивности в дискурсе профессиональной коммуникации. Актуальность настоящей работы обусловлена тем, что традиционно эмотивность считалась свойством художественного текста, в результате чего эмотивные особенности текстов других функциональных стилей оказались вне поля зрения большинства лингвистов. В лингводидактике феномен эмотивности до сих пор также не получил достаточного освещения. Особенно такой дефицит внимания коснулся профессионального дискурса и его многочисленных разновидностей. Исследование лингводидактического аспекта эмотивности в дискурсе профессиональной коммуникации потребовало уточнения ряда вопросов, связанных с существенными характеристиками явления эмотивности. Отмечается различие таких понятий, как «эмоциональность» и «эмотивность», подчеркивается коммуникативная функция эмотивности как одной из текстовых категорий, что является важным условием понимания интенции отправителя информации. Указывается на необходимость учитывать в процессе обучения иноязычной профессиональной коммуникации тесную взаимосвязь эмотивности, оценки и экспрессивности для определения тональности текста, послужившего источником профессионально релевантной информации, выявления отношения автора к обсуждаемой проблематике, а также способов отражения эмоций в профессионально ориентированном дискурсе. Рассматриваются типичные способы репрезентации эмотивности в профессиональном дискурсе в преломлении к лингводидактике. Предлагаются методические приемы работы с эксплицитной и имплицитной эмотивной информацией текста профессионально ориентированной тематики. Затрагивается вопрос учета личностных и предметных знаний обучающихся для адекватной интерпретации эмотивности в дискурсе профессиональной коммуникации. Эмотивность как когнитивная характеристика профессионального дискурса рассматривается в качестве когнитивного основания развития критического мышления и креативности обучающихся, формирования у них навыков «глубокого» чтения, прогнозирования, а также критической оценки профессионально значимой информации.

Ключевые слова: лингводидактика; эмотивность; дискурс профессиональной коммуникации; оценка; экспрессивность; критическое мышление; креативность

Введение. Эмотивность и ее сущностные характеристики

В сфере современных научных исследований эмоции предстают как междисциплинарный предмет, поскольку подвергаются разностороннему изучению психологов, когнитивистов, социологов, филологов, лингвистов, представителей других наук и научных направлений, рассматривающих онтогенез эмоций, их коммуникативную природу, способы выражения, средства вербализации и невербальной манифестации в дискурсе и т. д. (подробнее об том см. [1–6]). Вместе с тем, лингводидактический потенциал такого явления, как эмотивность, представляется недостаточно изученным и не вполне востребованным в процессе обучения студентов иноязычной межкультурной коммуникации, что особенно верно в случае обучения иноязычной коммуникации в рамках профессионально ориентированного дискурса.

Рассмотрение эмотивности профессионального дискурса в аспекте лингводидактики желательно начать с уточнения некоторых сущностных характеристик, присущих данному явлению. Прежде всего, исследование лингводидактического потенциала эмотивности в дискурсе профессиональной коммуникации предполагает разграничение таких понятий, как «эмоциональность» и «эмотивность». Эмоциональность рассматривается как инстинктивное, бессознательное, незапланированное проявление эмоций, сфокусированное в большей степени на самом субъекте (это — эмоции для себя) [7, с. 119]. Принято считать, что эмоциональность несет определенную коммуникативную нагрузку, так как передает информацию об эмоциональном состоянии субъекта или/и его отношении к речевой ситуации. При этом эмотивность признается сознательной, запланированной демонстрацией эмоций, направленной на адресата (это — эмоции для других) [7, с. 119]. Эмотивность — термин, обычно используемый в лингвистике. Целям настоящей статьи удовлетворяет понимание эмотивности как «отражения эмоционального состояния человека на разных языковых уровнях, а также лингвистическая характеристика текста как совокупности языковых средств, способных произвести определенное эмоциональное воздействие на реципиента»¹. Данное определение коррелирует с понятием эмотивной прагматики, подразумевающей преднамеренное эмоциональное воздействие на адресата с целью вызвать у него определенные эмоции [8].

Говоря об эмотивности как текстовой категории, необходимо подчеркнуть присущую ей коммуникативную функцию, состоящую в передаче реципиенту коммуникативно значимой информации и оказании на него эмоционального воздействия. С точки зрения лингводидактики осознание коммуникативной роли эмотивности в дискурсе является чрезвычайно важным фактором, способным обеспечить адекватное понимание авторской интенции, реализуемой в дискурсе разнообразными вербальными и невербальными средствами, что требует особого рассмотрения при обучении студентов иноязычной межкультурной коммуникации.

Рассмотрение феномена эмотивности с позиций лингводидактики требует упоминания тесной взаимосвязи таких понятий, как эмотивность, оценочность и экспрессивность. Эмотивность в дискурсе соотносится с оценкой и экспрессивностью, поскольку как оценка, так и экспрессивность призваны отразить эмоции, отношение автора и в то же время направлены на реципиента, его чувства и его эмоциональную сферу.

¹ Голубкова Н.Н. Лингвостилистические особенности категории эмотивности в психологической прозе: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. СПб: Рос. гос. пед. унт им. А.И. Герцена, 2003. С. 3.

При этом следует отметить, что в некоторых работах указывается на необходимость проводить грань между данными понятиями, что связывается с различием их интенциональной природы, обуславливающей присущие им функции. Считается, что оценочность выполняет аксиологическую функцию, экспрессивность, благодаря которой достигается усиление эмоционального воздействия, — прагматическую и, наконец, эмотивность, связанная с передачей чувств и эмоций, репрезентирует аффективную функцию [9; 10]. Признавая справедливость данного положения, тем не менее, следует подчеркнуть своего рода «спаянность» данных явлений, которая часто проступает в ткани текста и которую необходимо учитывать при проведении анализа текста, в том числе и профессионально ориентированного, в ходе обучения студентов иноязычному профессиональному дискурсу.

Эмотивность в профессиональном дискурсе

Современные исследования в области лингвистики, когнитологии, эмотиологии концентрируются преимущественно на эмотивности художественного дискурса, оставляя вне поля зрения другие виды дискурса — в частности, профессиональный, ориентированный на специалистов в профессиональной области человеческой деятельности или на представителей более широкой аудитории, интересующихся вопросами профессионального толка.

Необходимо отметить, что профессиональный дискурс — широкое понятие, он вбирает в себя тексты различных жанров, многие из которых *a priori* не предполагают экспрессивно выраженной эмотивности. Данная категория включает официальные документы, деловую, техническую, банковскую, юридическую документацию, инструкции, бухгалтерскую отчетность и т. п.

В качестве пограничного случая мы рассматриваем деловую переписку, тексты которой иногда характеризуются сдержанной эмоциональной окраской, что объясняется рядом причин, например, намерением отправителя выразить расположение по отношению к получателю — давнему деловому партнеру или новому клиенту, с которым компания хотела бы установить деловые отношения; описать преимущества своего коммерческого предложения; выразить надежду на продолжение плодотворного сотрудничества и т. п. [10].

О присутствии эмотивности как в имплицитной, так и эксплицитной формах, говорится в исследовании дипломатического дискурса, отличающегося от других видов профессиональной коммуникации необходимостью в той или иной степени придерживаться рамок дипломатического протокола, а также требованием учитывать характер межгосударственных отношений и национально-культурной специфики сторон [11].

В настоящей статье мы ограничимся рассмотрением тех форм коммуникации, развертывающейся в пределах профессионально ориентированного дискурса, и тех жанров, тексты которых наиболее часто привлекаются в качестве учебного материала в процессе обучения иностранному языку как языку специальности. В первую очередь, к ним относятся медийные аналитические статьи профессиональной направленности, являющиеся традиционным объектом детального изучения в большинстве вузов, готовящих специалистов-нелингвистов со знанием иностранных языков.

Эмотивность профессионально ориентированных аналитических статей обусловлена прагматикой текстов данного жанра. Их интенциональная структура [12] базируется на комплексе дискурсивных целей и намерений адресанта, включающем не только и не столько информирование адресата на основе пропозиционального содержания, сколько намерение выразить собственное отношение к предмету обсуждения и оказать соответствующее воздействие на систему взглядов и убеждений реципиента.

Проявление эмотивности в профессионально ориентированном дискурсе разнообразно и зависит от нескольких условий. Эмотивный компонент может быть выражен в дискурсе (иметь однозначное вербальное выражение), он может быть привнесен в профессиональный дискурс/текст его нейтральными элементами по замыслу автора, а также подразумеваться, то есть не иметь прямого вербального выражения, но быть связанным с эмоциональной сферой реципиента, создавая таким образом эмотивную ауру текста.

Эксплицитность эмотивности в профессиональном дискурсе. Методические приемы работы с вербализованным компонентом профессионального дискурса

Начнем рассмотрение с эксплицитно представленного в профессионально ориентированном дискурсе эмотивного компонента, являющегося неотъемлемой составляющей смысловой структуры профессионально ориентированных текстов, к которым мы относим речевые произведения, посвященные различным аспектам той или иной отрасли или области профессиональной деятельности и предназначенные как для профессионалов, так и для широкой аудитории, проявляющей интерес к профессионально значимым проблемам.

Наличие эмотивного компонента в концептосфере профессионального дискурса обусловлено такими факторами, как: (1) существование профессионально релевантных концептов, *a priori* обладающих эмоциональной окрашенностью, а также (2) контекстуально обусловленная эмотивность, которую приобретают нейтральные по своей природе концепты в дискурсе².

В качестве примера первой категории рассмотрим концепт “*toxic leadership*”, характерный для управленческого дискурса, дискурса менеджмента (в частности, организационного менеджмента), политического дискурса. “*Toxic leadership*”³ — это сложный эмоционально окрашенный концепт, обозначающий комплекс характеристик, закрепившихся в общественном сознании со знаком «минус»: *An apparent lack of concern for the well — being of subordinates; a personality or interpersonal technique that negatively affects organizational climate; a conviction by subordinates that the leader is motivated primarily by self-interest*⁴.

Очевидно, что как концепт, так и репрезентирующий его термин «*toxic leadership*» высоко информативен и служит хорошим примером концептуализации эмоций в профессиональном дискурсе. «*Toxic leadership*» представляет собой достаточно давно сложившийся концепт, типичный для указанных выше разновидностей дискурса и являющийся предметом активного обсуждения в научных исследованиях, а также в средствах массовой информации. Достаточно привести несколько заголовков, чтобы продемонстрировать устойчивость данного концепта, занимающего свою нишу в дискурсе:

Don't Follow the Leader: The Poisonous Effects of Toxic Leadership

(www.regent.edu)

Toxic Leadership in Educational Organizations

(<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1105504.pdf>)

² Примечательно, что современными лингвистам ставится вопрос не только об эмотивной «нагруженности» нейтральных лексических единиц, но и об отсутствии эмотивного эффекта, ожидаемого при употреблении слов, традиционно считающихся эмоционально окрашенными и обращенными к тем или иным эмоциям человека (например, *anger, horror, anguish*) [13, с. 1].

³ Данный пример используется нами также в [14] (в печати).

⁴ <https://studylib.net/doc/9744809/toxic-leadership><https://studylib.net/doc/9744809/toxic-leadership>.

Destructive and toxic leadership

(https://www.researchgate.net/publication/280077191_Destructive_and_toxic_leadership)

Toxic Leadership. An understanding on how a business environment is 'contaminated' by leaders

(<http://www.daedalustrust.com/wp-content/uploads/2013/07/thesis-on-toxic-leadership.pdf>)

Toxic Leadership: The Most Menacing Form of Leadership

(<https://www.intechopen.com/books/dark-sides-of-organizational-behavior-and-leadership/toxic-leadership-the-most-menacing-form-of-leadership>)

Toxic Leadership — 7 Signs You Are Suffocating Under Its Poisonous Cloud

(<http://www.career-success-for-newbies.com/toxic-leadership.html>)

How toxic leaders destroy people as well as organisations

(<http://theconversation.com/how-toxic-leaders-destroy-people-as-well-as-organisations-51951>)

Отрицательная коннотация концепта подтверждается и поддерживается контекстуально: как видно из приведенных примеров, термин, репрезентирующий концепт, находится в окружении лексических единиц, семантика которых несет отрицательное значение (*poisonous effects; destructive; "contaminated" environment; menacing; suffocating; poisonous cloud; to destroy people...*).

С методической точки зрения в данном случае можно предложить использовать следующее.

1. Поскольку данный концепт часто используется в заголовках, рекомендуется обратиться к процедуре прогнозирования, попросив обучающихся спрогнозировать, предположить, о чем будет текст, отталкиваясь от термина «*toxic leadership*».
2. Работа с антонимией, начиная от подбора антонимов на уровне лексических единиц и до разбора кейса с целью демонстрации, в чем заключается противоположный подход. Здесь речь идет об антонимии на уровне текста. С этой операцией связана следующая.
3. Операция сравнения, когда студентам предлагается провести сравнительный анализ двух стилей руководства — *toxic* и *non-toxic leadership*.
4. Операция *problem-solving*, основанная, например, на вопросе *What would you do if you had to work with a toxic leader?*

Реализуясь в дискурсе, стилистически нейтральные концепты, относящиеся к сугубо профессиональной сфере и изначально не несущие никакой экспрессивной нагрузки, могут приобретать эмоциональную окрашенность. Данная тенденция наиболее типична для текстов газетно-публицистического стиля, преобладающего в современном медийном дискурсе, и обычно обусловлена *отношением автора к проблеме*, послужившей предметом обсуждения.

На примере фрагмента аналитической статьи, размещенной в журнале “The Economist”, мы продемонстрируем, как экспертное мнение автора влияет на приобретение нейтральными концептами, представленными в дискурсе экономическими терминами, эмотивного компонента.

«...Some of this revitalization of European business is due to the impetus from a more open trading system in a global economy. European companies, small as well as large, have quietly got on with moving many of their operations abroad where it makes economic sense to do so.

But two other powerful forces are also at work. One is **the structural change** now taking place in Germany. After years of languishing, Europe's biggest economy is beginning to feel the benefits of reforms, particularly, to its financial system.

The other force is a gush of **private-equity** finance, much of it originating in America and landing in Europe. This started only a few years ago, but already private-equity and venture capital invested in Europe totals 173 billion (225 billion) and is growing by leaps and bounds...» (from The Economist print edition, Feb 8th 2007).

Выделенные в приведенном выше отрывке нейтральные лексические единицы (structural change и private equity) относятся к разряду терминологической лексики и не предполагают никакой эмотивной окрашенности. Вне контекста, согласно их словарным определениям, оба концепта, репрезентированные в дискурсе терминологическими единицами, не имеют эмотивной коннотации:

Structural change refers to a dramatic shift in the way an industry or market functions, usually brought on by major economic developments.⁵

Private equity is an alternative form of private financing, away from public markets, in which funds and investors directly invest in companies or engage in buyouts of such companies.⁶

При этом контекстуально в зависимости от интенции автора и его позиции в отношении обозначаемых данными терминами явлений и тот, и другой концепт может рассматриваться как с положительной, так и с отрицательной стороны:

Investing In Private Equity: Pros And Cons (<https://www.valuewalk.com/2014/08/private-equity-pros-and-cons/>), а также:

«...Our results show that since 1990 **structural change has been growth reducing** — with labor moving from low — to high-productivity sectors — in both Africa and Latin America, with the most striking changes taking place in Latin America...» (https://drodrik.scholar.harvard.edu/files/dani-rodrik/files/globalization_structural_change_productivity_growth_with_africa_update.pdf);

Structural changes and economic growth in the world economy and Russia (<https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/direct/264232712>).

В анализируемом фрагменте эмотивность обоих концептов, выражающаяся в их положительной оценке как факторов, благоприятно сказывающихся на развитии экономики, задается в самом начале отрывка такой лексической единицей, как «*revitalization*» и выражением «*to make economic sense*», намечающими перспективу дальнейшего рассмотрения экономических факторов, способных оказать благотворное влияние на европейскую экономику, что подтверждается в следующих двух абзацах, говорящих о *структурных изменениях* и *вложениях в негосударственные активы*. Данный пример, помимо прочего, свидетельствует о **коммуникативной значимости эмотивности** в профессионально ориентированном дискурсе, способствующей более точному отражению авторского мнения и личного отношения к социально-экономическим явлениям современного мира.

Соответственно, **в ходе анализа** профессионально ориентированного текста проводится выделение нейтральных концептов, приобретающих контекстуальную эмотивность, что

⁵ https://www.investopedia.com/terms/s/structural_change.asp.

⁶ <https://www.investopedia.com/terms/p/privateequity.asp>.

позволяет *уточнить тональность текста, выявить отношение автора к обсуждаемому вопросу* и, как следствие, *обсудить мнение студентов по поводу авторской позиции*. Ответ обучающегося на вопрос о тональности текста и авторской позиции должен быть обязательно *обоснован*, что неизбежно ведет к анализу эмоционально окрашенных лексических единиц и стоящих за ними концептов. Операция анализа отталкивается от таких заданий, как:

What is the author's attitude towards the issues considered in the article (positive, negative, neutral)? What makes you think so?

Is the author's point of view expressed explicitly or implicitly? Give reasons for your answer.

What linguistic means does the author use to express his/her point of view?

1. Прежде всего, мы пытаемся выяснить, очевидно ли отношение автора к проблематике текста, выражено ли его отношение эксплицитно. Если находится подтверждение эксплицитного выражения авторской оценки или эмоций автора, переходим к рассмотрению вербальных средств, позволяющих сделать такой вывод.
2. Следующий сет заданий:
 - а) Найти похожие случаи выражения положительного или отрицательного отношения автора к «нейтральным» явлениям.
 - б) Показать, как автору удается передать свое отношение.
 - в) Обосновать свое заключение относительно выраженности оценки и мнения автора, тональности текста.
 - г) Ответить на вопрос: стремится ли автор навязать свое мнение аудитории или предоставляет читателю право выбора. Объяснить и продемонстрировать на примерах из текста, на каком основании делается то или иное заключение.
3. *Verbal joust* — «за» и «против». Предложить несколько понятий или явлений на рассмотрение. Задание: поместить данное явление в контекст, который свидетельствовал бы о Вашей положительной или отрицательной оценке. Как/какими средствами изучаемого языка Вы выразите Ваше собственное отношение?
4. Анализ того, как создается эмоционально-оценочный контекст *всего текста*. Проведение такого анализа осуществляется с использованием механизма амплификации, т. е. наращивания цепочки эмотивно-оценочной лексики, «разбросанной» по всему тексту. Методически важно обратить внимание студентов на окрашенность текста, его эмоциональный тон и попросить «собрать» все свидетельства в подтверждение сделанного вывода (например, о том, что тональность светлая, оценка положительная и т. д.).

Эмотивный потенциал неэмотивных концептов. Как работает личностный фактор?

Помимо концептов, имеющих эксплицитное выражение и закрепленную за ними «эмотивную» характеристику (например, *economic growth; prosperity; poverty eradication, etc.*), особый интерес представляют неэмотивные концепты профессионально ориентированного текста, способные вызвать эмоциональный отклик у обучающихся. Соответствующие им лексические единицы не несут никакой эмотивной/экспрессивной коннотации. Обычно данный феномен бывает связан с *ценностными ориентирами, жизненными установками или прошлым опытом обучающихся*. В этом отношении весьма показательным является пример из

преподавательской практики: нейтральные концепты “*women’s empowerment*”, “*female power*”, “*female politicians*”, “*the feminization of the workforce*”, встречающиеся в тексте, посвященном вопросу о правах женщин, вызвали бурную эмоциональную реакцию «женской» половины учебной группы и послужили отправной точкой для оживленной дискуссии заинтересованных данной проблемой студентов.

Лингводидактический «подтекст» в данном случае заключается в том, что подобная ситуация позволяет: (1) поняв заинтересованность студентов, вывести их за пределы текста в открытую дискуссию и (2) пополнить их лексико-тематический тезаурус. Так, в приведенном выше эпизоде благодаря мотивированности студентов появилась возможность дополнительно ввести и обсудить такие тематически релевантные понятия, как *glass ceiling*, *gender pay gap*, *glass escalator*, *sticky floor*, *the frozen middle*, *second shift*, etc.

Эмотивность как когнитивная характеристика профессионального дискурса. Когнитивное основание развития критического мышления и креативности

Очевидно, что эмотивность может проявляться в дискурсе по-разному. В некоторых случаях эмотивность манифестируется в дискурсе на уровне ассоциаций, воспоминаний, вызывающих эмоциональный отклик у реципиента. В этом смысле показателен дискурс создания бренда, или брендинг, который традиционно относится к маркетинговому дискурсу. Представляется, что это самый сложный случай с точки зрения использования адекватной *методики работы с эмотивным компонентом профессионального дискурса*. Исследование эмотивного компонента, его присутствия и способов актуализации в данном виде дискурса предполагает обращение к сайтам компаний и обработку их контента, направленного на привлечение внимания потребителей и превращение их в лояльных приверженцев бренда. По мнению исследователей, сегодня безусловное предпочтение отдается эмоциональным брендам [15]. Эмоциональность бренда обусловлена тем, что бренд как когнитивное явление, существует в сознании потребителя. Соответственно, эмоциональный брендинг подразумевает диалог с потребителем на темы, имеющие для него особое значение. Обращение к эмоциональной сфере потребителя нередко бывает основано на знаниях аудиторией *национально-культурных особенностей и реалий* страны происхождения бренда. Вопросы создания бренда, его репрезентации в дискурсе — это тоже профессиональный — маркетинговый — дискурс. Преподавателям, работающим с будущими маркетологами, специалистами в области рекламы и PR, необходимо учитывать этот аспект, привлекая при работе с маркетинговым дискурсом широкий контекст, опирающийся на национально-культурную специфику страны происхождения бренда или стран-реципиентов, в которых предполагается внедрение бренда.

Конечно, с точки зрения обучения иноязычному профессиональному дискурсу здесь напрашиваются *задания творческого характера*, такие как:

1. изучив пример создания эмоционального бренда, найдите и проанализируйте другие эмоциональные бренды, определите, за счет чего достигается их эмоциональность;
2. разработайте стратегию бренда, используя национальные символы страны его происхождения.

Эмотивность в креолизованном тексте. Формирование навыка прогнозирования и творческого подхода в обучении иноязычной профессиональной коммуникации

В условиях цифровизации информационного пространства медийный контент приобретает такое свойство, как полимодальность или, в другой терминологии, поликодовость, что находит свое выражение в креолизованных текстах. Анализ эмпирического материала подтверждает положение о том, что в креолизованном формате основную эмотивную нагрузку несет на себе вербальная часть профессионально ориентированного медийного дискурса, коммуникативной задачей которого является воздействие на реципиента. Вторая, невербальная, составляющая креолизованного текста профессиональной направленности обычно играет поддерживающую роль (что мы видим в первом примере на рисунке 1).

Rising confidence set to drive economic rebound

Businesses of all sizes expect rapid growth as lockdown eases



Рисунок 1. Изображение из открытого источника⁷

The economy is poised to roar back to life amid high levels of business and consumer confidence, improving job prospects and a buoyant stock market.

As the lockdown is eased further today, several closely watched surveys will be published showing that confidence among companies of all sizes is at its highest level in several years...

<https://www.thetimes.co.uk/article/rising-confidence-set-to-drive-economic-rebound-zrrm9rt5x>

В тексте говорится о возрождении экономики после снятия ограничений, на фотографии мы видим плакат, приглашающий всех посещать сад, который будет открыт с 12 апреля (день частичных снятий ограничений). Солнечный фон добавляет положительных эмоций. Сочетание вербальной и невербальной эмотивности дает синергетический эффект, усиливая прагматическое воздействие на реципиента, что вызывает интерес обучающихся и может послужить отправной точкой для плодотворного обсуждения на уроке, стимулируя творческое мышление студентов. Так как текст касается оживления экономики по после локдауна, вызванного пандемией, данный материал представляется подходящим для формирования

⁷ <https://www.thetimes.co.uk/article/rising-confidence-set-to-drive-economic-rebound-zrrm9rt5x>.

прогностических навыков студентов-экономистов на базе детального рассмотрения возможных перспектив улучшения экономической ситуации в стране, а также проведения **сравнения** экономического положения Великобритании год назад, сейчас и в ближайшей перспективе.

С точки зрения формирования у обучающихся креативного мышления небезынтересными оказываются некоторые изображения, которые не несут никакой эмотивной нагрузки, или другие, которые, как ни странно, даже противоречат тому, что выражено вербально в тексте статьи. Следующая фотография (рис. 2) сопровождает интервью бывшего (до 2019 года) министра Великобритании по делам Европы и Америки. Она может создать обманчивое впечатление о его эмоциональном состоянии во время пребывания на посту.



Рисунок 2. Изображение из открытого источника⁸

Слова, которые он произносит в интервью, говоря о том, как он вел дневник в течение своей работы в качестве министра, противоречат той атмосфере беззаботной веселости, которую мы видим на фотографии:

Alan Duncan: ‘Boris? He picks people up, throws them aside’

The PM is a ‘shameless clot’, Priti Patel ‘the Wicked Witch of Witham’ — no wonder the politician’s diaries have MPs gripped, says Rachel Sylvester.

It was, says Alan Duncan, a form of therapy to write a diary as a minister throughout the most turbulent period in British politics. “The catharsis of putting everything down — the rage on the page every day — was a fantastic outlet”, he says. “I could keep my composure all the way through, but also remember everything and get it out of my system”. And what a lot he had to get out of his system.

<https://www.thetimes.co.uk/article/sir-alan-duncan-book-boris-johnson-nl6z5pwzz>

С точки зрения работы с таким текстом, можно предложить студентам **задание прогностического характера** — предположить, о чем интервью и как министр может характеризовать свою работу и своего коллегу, Бориса Джонсона. Сравнить их предположения с заголовком, а также с тем, что они прочитают в тексте интервью. Попросить объяснить такое расхождение.

⁸ <https://www.thetimes.co.uk/article/sir-alan-duncan-book-boris-johnson-nl6z5pwzz>.

Представляется важным научить студентов адекватно трактовать изобразительную «поддержку» и устанавливать точную корреляцию между вербальной и невербальной составляющей креолизованного текста.

Заключение

В результате проведенного анализа были выявлены особенности проявления эмотивности в дискурсе профессиональной коммуникации. Анализ проводился в целях использования полученных данных в курсе обучения студентов лингвистических специальностей профессиональному дискурсу. Предлагаемые методические приемы работы с эмотивным компонентом текстов профессиональных дискурсов (экономического, политического, управленческого, маркетингового, общественно-политического) эффективны при работе со студентами старших курсов, владеющих иностранным (в нашем случае, английским) языком на уровне не ниже B2 по Общеввропейской шкале уровней владения иностранными языками [16]. Необходимо учитывать, что при разработке системы заданий требуется принимать во внимание различие в способах репрезентации эмотивности в профессионально ориентированном дискурсе, а также характеристики эмотивности как прагматической категории. В ходе практической деятельности подтвердилась необходимость учета личностных и предметных знаний обучающихся для адекватной интерпретации эмотивности в дискурсе профессиональной коммуникации. Работа с текстовой информацией, несущей эмотивную нагрузку, служит развитию навыков «глубокого» чтения и адекватного понимания прочитанного. Кроме того, обработка информации эмотивного характера способствует развитию у обучающихся навыков критического и креативного мышления, а также навыков прогнозирования и критической оценки данных, полученных в результате осуществления коммуникации в рамках профессионального дискурса.

В настоящей статье рассмотрены пять наиболее типичных случаев проявления эмотивности в текстах, принадлежащих различным дискурсам, и тот потенциал, который несет эмотивность профессионально релевантных текстов в плане лингводидактики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баженова И.С. Эмоции, прагматика, текст. Монография. — М.: Издательство «Менеджер». 2003. — 392 с.
2. Долан Р. Эмоции, познание и поведение. В кн.: Горизонты когнитивной психологии: Хрестоматия / Под ред. В.Ф. Спиридонова и М.В. Фаликман. — М.: Языки славянских культур; М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2012. — 320 с.
3. Литвинчук И.Н. Междисциплинарный анализ эмотивного дискурса: основные черты в парадигме когнитивной и прагмалингвистики // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского Филологические науки. Том 3(69). № 4. 2017 г. С. 15–30.
4. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. — СПб: Питер, 2001. 752 с.
5. Emotional cognition: From brain to behaviour / edited by Simon Moore, Mike Oaksford. Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins Publishing Co. 2002. 348 p.
6. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: Монография. — М.: Гнозис, 2008. — 374 с.

7. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций — М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2009. — 512 с.
8. Шаховский В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 208 с.
9. Разоренова Ю.А., Шляхова П.Е. Эмотивность как объект изучения лингвистики и психологии. В кн.: В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга». 2015 (53).
10. Куликова О.В. Эмотивная прагматика профессионально ориентированного дискурса в медийной среде (на материале английского языка) // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2020 № 4, <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK420.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
11. Беляков М.В. Характер эмотивности дипломатического дискурса // Вестник РУДН, серия Лингвистика, 2015, № 2. С. 124–132.
12. Grosz B.J., Sidner C.L. Attention, Intentions, and the Structure of Discourse // Computational Linguistics. Vol. 12, № 3, 1986. — P. 175–204.
13. Bourse, Sarah. Conjuring up terror and tears: the evocative and persuasive power of loaded words in the political discourse on drug reform. Lexis [Online]. 2019. URL: <http://journals.openedition.org/lexis/3182> (дата обращения: 02.05.2021).
14. Куликова О.В. Концептология в современных гуманитарных исследованиях: лингвистика и лингводидактика: Монография / О.В. Куликова, М.В. Романова, С.Л. Климинская, А.С. Ваничкина, А.В. Куковская; под общ. ред. О.В. Куликовой. — М.: Прометей, 2021. — 352 с.
15. Гэд Т. 4D брэндинг: Взламывая корпоративный код сетевой экономики. Пер. с англ. М. Аккая. Сер.: Книги Стокгольмской школы экономики в Санкт-Петербурге. 3-е изд. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 228 с.
16. Общеевропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, преподавание, оценка. — МГЛУ, 2003. — 256 с.

Kulikova Olga Viktorovna

Moscow State Institute of International Relations (University)
of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia

E-mail: ok517@yandex.ru

РИИЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=665553

Emotiveness in the professional communication discourse: implications for foreign language teaching

Abstract. The article deals with the language teaching potential of such a phenomenon as emotiveness in the professional communication discourse. Traditionally, emotiveness has been considered as a feature of the belles-lettres style, which resulted in other functional styles being neglected by researchers. The emotiveness phenomenon has not been given sufficient attention in the sphere of language teaching either. It especially goes for professional discourse and its multiple varieties. Research of the language teaching aspect of emotiveness in the professional communication discourse called for specifying of a number of issues connected with the distinctive characteristics of emotiveness. The author points to the difference between such notions as emotionality and emotiveness and underlines the communicative function of emotiveness as one of the textual categories, which is an important condition allowing to understand the information sender's intentions. It is also deemed important for teaching foreign language professional communication to take into account the close ties between such notions as emotiveness, assessment and expressivity, which is necessary for defining the text's tonality, understanding the author's attitude towards the issue under discussion as well as identifying the means and ways of emotions reflection in the professionally oriented discourse. The paper considers the typical ways of emotiveness representation in the professional discourse in the light of linguodidactics. The article also suggests some methodological techniques of working with both explicit and implicit emotive information of the professionally oriented text. The research touches upon the issue of students' personal and specific knowledge for adequate interpretation of emotiveness in the professional communication discourse. As a cognitive characteristic of the professional discourse, emotiveness is considered to be the cognitive basis of the students' critical thinking and creativity development, forming of the deep reading and prognostication skills as well as those of critical assessment of professionally relevant information.

Keywords: linguodidactics; emotiveness; professional communication discourse; assessment; expressivity; critical thinking; creativity