

Л. Е. Зеленина

Екатеринбург

**КРИТЕРИИ МЕТОДИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ
ЭМОТИВНЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ ДЕЛОВОГО ИТАЛЬЯНСКОГО ЯЗЫКА**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: эмотивные лексические единицы; методическая классификация; методические критерии.

АННОТАЦИЯ. Раскрываются специфические черты эмотивной лексики и описываются критерии методической классификации при обучении эмотивным лексическим единицам делового итальянского языка.

L. E. Zelenina

Ekaterinburg

**THE CRITERIA OF METHODOLOGICAL CLASSIFICATION
OF EMOTIVE LEXICAL UNITS OF ITALIAN BUSINESS LANGUAGE**

KEY WORDS: emotive lexical units; methodological classification; methodological criteria.

ABSTRACT. The article deals with the revealing of specific features of emotive vocabulary and the criteria of methodical classification in training to emotive lexical units of business Italian language are described.

Обучение эмотивной лексике является важным компонентом при обучении иностранному языку. Современный специалист должен быть не только подготовлен в своей конкретной профессиональной области, но и обладать общегуманитарной компетенцией, уметь выражать свои чувства, оценки, мнения, а также уметь конструктивно взаимодействовать с партнерами.

В последние годы появилась реальная возможность использования иностранного языка для успешной реализации диалога разных культур. Речевое поведение при реализации диалога культур антропоцентрично, тематическая направленность высказываний связана с поведением человека, с эмоциональной стороной его речевых действий.

Профессиональная компетентность специалиста — это интегративное свойство личности, которое выражается не только в технических знаниях и умениях, но и «в присутствии профессиональных ценностей и обладании творческим потенциалом саморазвития» [2.С.36].

В контексте сочетания профессионально-деловой и социокультурной ориентаций в обучении иностранным языкам особое значение приобретает использование в учебном процессе ситуаций, имитирующих реальное профессиональное и личностное общение специалистов.

С другой стороны, в Базовой программе курса иностранного языка для Вузов указывается на то, что «будущий специалист должен уметь высказывать «характеристики, оценки событий, фактов, личностей» [1.С.12]. Также специалист должен уметь убеждать в желаемом направлении с помощью аргументов и средств эмоциональности.

Наиболее распространенная точка зре-

ния среди методистов (И.Л. Бим, Е.И. Пасов) на содержание обучения иностранным языкам заключается в том, что в состав содержания обучения иностранным языкам помимо знаний, навыков и умений, входит также опыт эмоционально-оценочного отношения обучающегося. «Развивающее обучение ставит своей целью развитие не только познавательных, но и нравственных способностей обучающихся, уделяя особое внимание эмоциональной сфере, интуиции, предвидению, фантазии» [3.С.49].

Еще одна важная функция для лингводидактики — функция эмоций, их стимулирующее участие в обучении. Эмоционально окрашенная информация запоминается быстрее, прочнее, т.е. на более длительный период, чем безразличная, не вызывающая эмоций.

Учитывая все вышеизложенные факторы, мы уточнили и дополнили методическую классификацию эмотивных лексических единиц делового итальянского языка.

Одним из основных принципов обучения иноязычной лексики является стремление к группированию и перегруппированию лексических единиц [2.С.74]. При обучении деловому итальянскому языку следует реализовать методические критерии отбора корпуса эмотивной лексики.

Классификация иноязычных лексических единиц по тематическим характеристикам является достаточно обоснованной с точки зрения образовательного процесса. В пользу такой классификации лексики говорит и тот факт, что большинство методистов, занимающихся созданием учебных пособий, берут за основу именно тематический признак.

Тематический критерий обычно понимается как отбор слов заданной тематики.

На основе данного критерия нами были выделены эмотивные лексические единицы по темам, которые необходимы для успешного ведения бизнеса и переговоров. К вышеперечисленным темам относятся следующие:

- знакомство (*bravissimo, persona a modo, uomo di portata, avere il manico*);
- готовность к взаимопониманию (*facciamo il nostro meglio, essere a portata di mano, approccio positivo e pragmatico, buonavolonta da arte di entrambi*);
- разрешение затруднения (*ecessiva importanza, vedere le cose nella giusta prospettiva, compromettere ogni possibilita di accordo*);
- обоснование своей точки зрения (*non aver assolutamente dubbi, aver sotto mano I dati, con tutto il rispetto, richiare di perdere dei clienti*);
- высказывание похвалы (*brillante, tirare partito, d'un soldo farne due*);
- высказывание претензии (*mi e costato un occhio, essere buon a nulla*).

Ко второму критерию для методической классификации мы отнесли критерий *коммуникативной ценности*. В последнее время термин «коммуникация» все чаще используется в методике в своем втором значении — общение с помощью языка. В связи с этим говорят о коммуникативной направленности как принципе обучения иностранным языкам.

«При отборе языкового материала с целью обучения деловому общению коммуникативность как принцип приобретает закономерный характер. При этом имеется в виду не только устойчивость и воспроизводимость отобранных единиц, но и их способность поддерживать и организовывать общение» [3. С. 87].

Данный критерий предусматривает использование аутентичных образцов речи носителей языка, отражающих элементы социальной культуры; ориентацию на традиции, принятые в стране изучаемого языка.

В современной лингвистике все чаще рассматриваются эмотивные лексические единицы в контексте культуры. Третий критерий, по которому мы рекомендуем отбирать эмотивные лексические единицы — *лингвокультурологический*. На его основе мы включаем в обучение только те эмотивные лексические единицы, которые несут в себе ярко выраженную лингвострановедческую информацию. Как ним относятся имена собственные (географические названия, имена, реалии страны изучаемого языка).

Лингвострановедение, с одной стороны, представляет сведения о стране, необходимые для эффективной коммуникации, с другой стороны, обучает приемам и способам самостоятельного извлечения фактов куль-

туры из форм языка (лексики, фразеологии, афористики), обучает методике презентации, закрепления и активизации страноведческих сведений. К вышеперечисленным единицам можно отнести следующие: *Roma e toma, Dio si scampi, Dio lo sa, Tutte le strade portano a Roma, Non importa andare a Roma per pentinenza, Roma non fu fatta costruita in un giorno, Bella l'Italia, bella la Spagna, piu bell oil paese dove si mangia, Dio li fa e poi li accoppia*.

Также при составлении методической классификации необходимо учитывать критерий *соответствия эмотивных лексических единиц изучаемого и родного языков*.

Т. В. Иванова считает, что «обогащение речи студентов фразеологизмами отнюдь не исключает такие, для которых в родном языке существует полное или почти полное соответствие» [2. С. 19].

Указанное соответствие существенно облегчает запоминание и употребление данных лексических единиц в речи. Для обучения деловому языку мы выделили следующие эмотивные лексические единицы: *chi non spende non vende* «не потратишь — не продашь», *pagare della stessa moneta* «платить той же монетой».

Критерий морфологической характеристики позволяет группировать эмотивную лексику по частям речи. Таким образом, мы распределяем лексические единицы по следующим группам:

Самостоятельные части речи

1) имена существительные (например: *pezzo, maccaronino, affaruccio, piace*)

2) глаголы (например: *acconsentire, dibattere, approvare, rifiutare*).

3) имена прилагательные (например: *dannoso, contento, confuse, lieto*).

4) междометия (например: *uffa, allora, ma*).

Данная классификация представляется необходимой для учебных целей, прежде всего для того, чтобы студенты различали части речи при одинаковой форме слов (например: глаголы от имен существительных). *Lavoro (работа) -lavoro (работаю), faccio (делаю) — faccia (лицо), sento (чувствую) — sento (чувство)*.

Критерий трудности усвоения предполагает группирование эмотивной лексики по легкости/сложности усвоения.

Наиболее распространенным подходом к определению трудностей запоминания лексики является подход с точки зрения трудности графической формы слова и его значения.

Детально проблемой методической типологии слов занимался Ладо. Он устанавливал типы трудностей слов при сравнении с родным языком, различая слова, сходные по графической форме, но различающиеся

по значению (трудные); слова, сходные по значению, но различные по графической форме (представляющие норму).

Данный подход может иметь место и применительно к типологии эмотивной лексики. Исходя из указанного признака, предлагаем различать три категории лексических единиц:

1) **полностью подобные** лексические единицы — в данную категорию были включены лексические единицы, имеющие сходство по графической форме слова и одинаковое значение в двух языках:

contratto — контракт, base — база, основа, prospettiva — перспектива, constatare — констатировать, finanziare — финансировать, creativo — креативный;

2) **частично подобные** лексические единицы — в данную категорию вошли лексические единицы, которые имеют сходство по словообразовательной конструкции и имеют одинаковое значение в двух языках:

avere le mani bucate — иметь дырявые руки, essere buon a nulla — не преуспевать ни в чем;

3) **неподобные** — лексические единицы — к данной категории были отнесены такие лексические единицы, которые сходны по значению, но различные по графиче-

ской форме в языках:

trattative — переговоры, consegnare — доставлять, vendere il gatto nel sacco — продавать кога в мешке, mercato e pieno zeppo — рынок перенасыщен;

Предложенную классификацию можно расширить еще одним критерием: **это слова, сходные по графической форме, но различные по значению** — к данной категории относятся слова, которые звучат одинаково, но имеют совершенно разные, часто противоположные значения: firma — подпись, viso — лицо, forniture — поставка, interesse — банковский процент, cento — сто, dati — данные, credito — доверие.

На основе изложенных критериев осуществляется отбор эмотивных лексических единиц на весь курс обучения деловому итальянскому языку. Выделенные критерии можно разделить на две группы: на основные (тематический критерий, критерий коммуникативной ценности) и на вспомогательную (лингвокультурологический критерий, критерий соответствия эмотивных лексических единиц в родном и иностранном языках). Четко структурированный корпус иноязычных эмотивных лексических единиц деловой сферы общения может служить основой для обучения.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. БАЗОВАЯ программа курса иностранных языков для вузов неязыковых специальностей. URL: www.bgita.ru/images/stories/bazowprogrinqz.doc.
2. ИВАНОВА Т. В Отбор и основы обучения немецким фразеологизмам на старших курсах языковых факультетов : дис. ... канд. пед. наук. Владимир, 2002.
3. ЛЯУДИС В. Я. Формирование учебной деятельности студентов. М. : МГУ, 1989.
4. СЕРГЕЕВА Н. Н., ЁЖКИНА Т. М. Критерии отбора учебника иностранного языка как средства развития социокультурной компетенции учащегося / Образование и наука: Урал. отд-ние РАО. 2006. Прил. № 3.

Статью рекомендует д-р пед. наук, проф. Н. Н. Сергеева