

Эмотивный фактор в деловом общении (на материале английского языка)

Деловые отношения бизнесменов во многом зависят от их речевого поведения.* Формы и средства такого общения в конечном итоге предопределяют достижение коммуникативных задач говорящих в рамках деловой ситуации.

Понятие «речевое поведение» или «речевой этикет» включает вербальные, невербальные и экстралингвистические параметры речевой коммуникации. Конкретная ситуация делового общения в устной или письменной формах (офисная практика, делопроизводство, организаторская деятельность, переписка, телефонные разговоры, встречи, дискуссии, торговые транзакции, экспорт / импорт, банковское дело и т. п.) в целом влияет на выбор вербальных и невербальных средств коммуникативной деятельности и без сомнения является определяющим фактором в речевом поведении бизнесменов.

Любая речевая коммуникация (не исключая и деловое общение) помимо вербальных и невербальных компонентов включает в свою структуру эмоциональное поведение собеседников, которое выражается в их эмоциональных проявлениях и взаимоотношениях в момент общения.

Конвенциональные нормы речевого этикета бизнесменов накладывают определённые ограничения на использование в деловых ситуациях вербальных и невербальных средств языка, присущих для обыденных высокоэмоциональных ситуаций (вульгаризмы, слэнгизмы, эмотивы высокой и

*Деловые отношения рассматриваются здесь как официальная деловая интеракция.

средней степени коннотации, слишком откровенные жесты и мимика, «сильная» просодика, неадекватная проксемика и пр.) (Шаховский 1987).

Такие жесткие нормы для функционирования эмотивной лексики высокой и средней степени коннотации в официальном деловом языке диктуются прежде всего конечными целями и задачами конкретной деловой ситуации, направленными на успешное решение деловых проблем. Исходя из этого очевидно, что деловую коммуникативную ситуацию следует рассматривать как пример коммуникативного сотрудничества (основываясь на принципах речевой кооперации, разработанных Грайсом – Grice 1975 и дополненных Личем - Leech 1983), которое полностью исключает какие-либо формы и средства конфронтационного речевого поведения, как, например, в высокоэмоциональных конфликтных бытовых ситуациях (типа, ссор, скандалов, драк).

Как подчеркивалось выше, речевое общение в сфере бизнеса неотделимо от эмоциональной сферы деятельности коммуникантов. Для ситуаций делового общения, рассматриваемых как ситуации с низким эмоциональным индексом, характерны эмоциональные проявления коммуникантов как с позитивной, так и негативной оценочной направленностью (например, различные соглашения, подтверждения определённых мнений, несогласия с чьей-либо точкой зрения, споры, аргументации и пр.).

Проявление отрицательных эмоций говорящими в момент делового общения не имеет ярко выраженных вербальных и невербальных форм и жестко регламентируется нормами речевого этикета. Подтверждение этого положения мы находим в ниже приведенном примере:

J.H.-Take a letter please, Polly. It's to Christopher Faram at Millko in England.

P.-O.K..

J.H.-Now... "Dear Chris, it was nice meeting you again in the trade fair".

"Yours truly etc etc".

P.-What comes after "Yours truly" ?