

Языковая личность американского бизнес-партнера в ситуации деловых переговоров: когнитивно-дискурсивный аспект.

Научный руководитель – Левицкий Андрей Эдуардович

Кузнецова Анастасия Олеговна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации, Москва, Россия
E-mail: Anastasiyako94@mail.ru

В настоящее время значительно вырос интерес к изучению языка отдельной личности. В центре внимания исследователей оказался человек со своими языковыми, ментальными, поведенческими особенностями, своей картиной мира, включающей индивидуальное и национальное. Языковая личность, или человек, существующий в процессе коммуникации и отражающий в речевом поведении как свой языковой опыт, так и общий опыт всего человечества, стала объектом исследования в различных областях, поэтому можно говорить об антропоцентричности современной науки. «Языковая личность — вот та сквозная идея, которая, как показывает опыт ее анализа и описания, пронизывает и все аспекты изучения языка и одновременно разрушает границы между дисциплинами, изучающими язык, поскольку нельзя изучать человека вне его языка» [1].

Сегодня понятие языковой личности оценивается как интегративное, послужившее началом нового этапа в развитии языкознания - антрополоингвистики» [2]. Антропоцентрическая парадигма, определяющая лицо современной лингвистики, по словам В. А. Масловой, «ставит на первое место человека, а язык считает главной его конституирующей характеристикой, его важнейшей составляющей» [3], что позволяет утверждать: человека делает человеком в первую очередь язык - и стимулирует к изучению «человека в языке».

Актуальность темы диссертации обусловлена следующими факторами: Исследование раскрывает когнитивно-дискурсивный аспект языковой личности американского бизнес-партнера. Актуальность диссертационного исследования обусловлена интересом лингвистов к области когнитивной лингводискурсологии, к проблемам взаимосвязи языка и дискурсивного сознания, взаимодействия вербальных и невербальных средств коммуникации в ситуации общения и важностью составления портрета языковой личности в определенном типе дискурса. Работа носит антропоцентрическую направленность и рассматривает бизнес-дискурс в качестве эффективной формы передачи информации.

Целью исследования является выявление лингвокогнитивных, коммуникативно-прагматических и дискурсивных особенностей языковых средств выражения ситуации «Деловые переговоры с американскими бизнес-партнерами» и создание обобщенного социального портрета языковой личности американского бизнес-партнера.

Задачи:

- выделить коммуникативно-прагматические и дискурсивные стратегии взаимодействия бизнес-партнеров в американских фильмах и художественных описаниях ситуации «Деловые переговоры с американскими бизнес-партнерами» и выделить соответствующие тактики;

- рассмотреть дискурсивные особенности лексических средств репрезентации ситуации «Деловые переговоры с американскими бизнес-партнерами» в фильмах и художественной прозе конца XX - начала XXI в.;

- выявить коммуникативно-прагматические аспекты выражения ситуации «Деловые переговоры американских бизнес-партнеров» средствами американского кинематографа и художественной прозы конца XX - начала XXI в.;

- раскрыть невербальные средства коммуникации, нацеленные на реализацию ситуации «Деловые переговоры с американскими бизнес-партнерами»;

- определить структуру ментальной репрезентации ситуации «Деловые переговоры с американскими бизнес-партнерами»;

- выявить особенности взаимодействия вербальных и невербальных средств реализации ситуации «Деловые переговоры американских бизнес-партнеров» в художественном и кинодискурсах;

- составить социальный портрет личности американского бизнес-партнера и проследить эволюцию данного образа (конец XX - начало XXI в.) на материале американских кинофильмов, художественных произведений и текстов СМИ.

Теоретическая ценность исследования состоит в развитии теорий интерпретации текста, лингвокультурологии, коммуникации, метафоры, дискурса и языковой личности, чему способствует выявление коммуникативно-прагматических и дискурсивных аспектов реализации ситуации деловых переговоров с американскими бизнес-партнерами, изучение стратегий и соответствующих тактик и определение роли невербальных средств в коммуникации бизнес-партнеров. Кроме того, теоретическая ценность результатов исследования заключается в дальнейшей разработке теории фреймовой семантики (для определения фреймовой структуры ситуации деловых переговоров с американскими бизнес-партнерами, выявления метафорических моделей бизнес-дискурса), прагмалингвистики (для анализа функционирования средств вербальной и невербальной коммуникации в заданной ситуации общения) и дискурсологии (с целью обозначения основных подходов к анализу дискурса), а также коммуникативной лингвистики в аспекте фреймового моделирования концепта АМЕРИКАНСКИЙ БИЗНЕС-ПАРТНЕР.

Практическая ценность основных положений и полученных результатов исследования состоит в возможности их использования в разработке курсов по межкультурной коммуникации, лексикологии (разделы «Лексическая семантика», «Фразеология»), стилистике (раздел «Стилистическая дифференциация словарного состава»), лингвострановедения, спецкурсов по этнолингвистике, лингвокультурологии, лингвоперсонологии и в лексикографической практике составления специальных словарей делового английского языка. Лингводидактические возможности использования результатов работы находят применение в процессе профессиональной подготовки студентов филологических специальностей и в разработке спецкурса по проблемам лингводискурсологии, практических курсов по деловому и экономическому английскому языку, а также в целях повышения эффективности ведения переговоров с партнерами из США, для подготовки бизнесменов и экономистов, ориентированных на обеспечение международных экономических связей.

Источники и литература

- 1) Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987, – 264 с.
- 2) Кочеткова Т. В. Проблема изучения языковой личности носителя элитарной языковой культуры // Вопросы стилистики. – Вып. 26. – Саратов, 1996. – С. 14-24.
- 3) Маслова В. А. Современные направления в лингвистике: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2008. - 272 с.