

Коммуникативные стратегии и тактики как отражение личности шеф-повара в Великобритании и России

Новикова Яна Дмитриевна

*Филология, Западноевропейские языки,
литературы и лингвокультуры, 2 курс*

Научный руководитель:

*Е.В. Бондарева, к. филол. н., ст. преп.
кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации*

В двадцать первом веке термин «языковая личность» становится одним из системообразующих понятий в филологии по причине растущего интереса ученых к особенностям влияния человеческого фактора (психологических особенностей человека; социального положения; уровня культурного развития и т.д.) на развитие языка. В фокусе ученых находятся разные аспекты языковой личности – национальный, личностный и профессиональный.

Целью данного исследования заключается в анализе прагматико-мотивационного уровня языковой личности профессионального повара, так как данный вид деятельности на данный момент является популярным и медийным – известные шеф-повара ведут теле-передачи, пишут книги, устраивают мастер-классы, а так же продвигают себя и свои рецепты в сети Интернет посредством видео-блога. Материалом исследования послужили видео-рецепты шести поваров – Константина Ивлева, Александра Бельковича и Василия Емельяненко из России и Гордона Рамзи, Хестона Блюменталья и Джейми Оливера из Великобритании. Все видеорецепты размещены в свободном доступе на канале соответствующих поваров в сети YouTube.

В результате анализа нами были выделены ведущие стратегии в речи поваров, а именно стратегия обучения, мотивации и привлечения внимания, и тактики реализации внутри данных стратегий, самыми частотными из которых являются тактики объяснения, последовательность действий, описание блюда, описание уровня сложности, самореклама и юмор. В ходе исследования было выявлено, что обозначенные стратегии являются универсальными для всех поваров, отличаясь лишь использованными тактиками. С помощью сопоставительного анализа и количественных подсчетов, были выявлены различия на национальном и индивидуальном уровнях языковой личности, а также общие закономерности профессионального поведения поваров. В результате удалось установить, что лидирующей стратегией является стратегия обучения, все тактики которой универсальны для всех поваров в нашем исследовании. Тактики привлечения внимания являются полностью индивидуальными и зависят от личности повара и уровня его популярности. Некоторые тактики мотивационной стратегии являются национально-специфичными, например, описание доступности продуктов, другие, такие как универсальность или мотивация использовать сезонные продукты, зависят от личностных характеристик и интенций речи повара.