Ле Тхи Фыонг Линь Лингвокультурологический аспект бизнес-коммуникации в условиях виртуальной среды общения (на материале электронной деловой переписки)

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Ле Тхи Фыонг Линь

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА И НАЦИОНАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ КАК БАЗОВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ РУССКОГО РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

1.1. Понятие языковой картины мира

1.2. Компоненты языковой картины мира

1.3. Национальные стереотипы коммуникативного поведения

1.4. Характеристика русского коммуникативного поведения в условиях виртуальной межкультурной бизнес-коммуникации

Выводы по первой главе

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

2.1. Характеристика деловой корреспонденции на русском языке

2.2. Структура стандартизированного коммерческого письма

2.3. Трансформация жанров коммерческого письма в условиях виртуальной бизнес-коммуникации

2.3.1. Информационное письмо (письмо-сообщение)

2.3.2. Письмо-предложение (оферта)

2.3.3. Письмо-запрос

2.3.4. Письмо-просьба

2.3.5. Письмо-ответ

2.3.6. Письмо-отказ

2.3.7. Письмо-напоминание

2.3.8. Письмо-претензия (рекламация)

2.3.9. Письмо-подтверждение

2.3.10. Письмо-приглашение

2

2.4. Структурные особенности электронных коммерческих писем

2.4.1. Особенности выражения обращения

2.4.2. Особенности выражения основного содержания

2.4.3. Особенности выражения интенции прощания

2.5. Языковые особенности виртуальной деловой переписки

109

113

118

121

Выводы по второй главе

137

ГЛАВА 3. РОЛЬ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА И НАЦИОНАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ВИРТУАЛЬНОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

3.1. Особенности деловой коммуникации на русском языке в условиях виртуальной среды общения, вызванные влиянием языковой картины мира

3.1.1. Неперсонифицированность

3.1.2. Лаконичность

3.1.3. Императивность

3.1.4. Персуазивность (интенция убеждения)

3.2. Репрезентация русского коммуникативного поведения в условиях виртуальной межкультурной деловой переписки

3.3. Коммуникативные неудачи виртуальной межкультурной бизнес-коммуникации, обусловленные различиями в языковой картине мира и национальных стереотипах коммуникативного поведения

Выводы по третьей главе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

173

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

177