

STRESZCZENIE

Celem mojej pracy doktorskiej jest zbadanie humoru głównie w postaci ironii i sarkazmu w negocjacjach biznesowych na podstawie fragmentów z programu amerykańskiego „Shark Tank”.

Zainteresowanie pragmatycznymi funkcjami humoru i jego ewentualnie manipulacyjnym charakterem wiąże się z wybranym tytułem pracy „Pragmatyczne aspekty negocjacji biznesowych (na podstawie programu amerykańskiego „Shark Tank”)”.

Rozdział I pt. „Podstawy teoretyczne i metodologiczne badań nad strukturą pragmatyczną negocjacji biznesowych” przedstawia wprowadzenie ogólne oraz próby odpowiedzieć na pytania typu „kim jest użytkownik języka biznesu?”, „kto to biznesmen?”, „czym są negocjacje?”. Wprowadzam pojęcie „techniki negocjacyjne” i krótko charakteryzuję niektóre z technik negocjacyjnych za Wiolettą Wasilewską. Rozdział ten również zawiera zestawienie stanowisk różnych badaczy co do pojęć „manipulacja” i „perswazja”. Skupiając się na cechach wspólnych i przeciwnych tych pojęć dochodzę do wniosku, że manipulacja jest perswazją, a perswazja manipulacją – definicja jest uzależniona od kontekstu i/lub sytuacji. Omawiam także techniki wywierania wpływu, ale szerzej się skupiam na metaforze i humorze jako narzędziach manipulacyjnych, ponieważ są one brane pod lupę w rozdziale II w analizie fragmentów negocjacji.

W Rozdziale II pt. „Analiza struktury pragmatycznej negocjacji biznesowych (na podstawie fragmentów programu „Shark Tank”)” analizuję odrębne fragmenty Sezonów 3, 4, 8 i 9 z programu amerykańskiego „Shark Tank” z perspektywy pragmatycznej. Ponieważ źródłem materiału badawczego jest program telewizyjny, nie można zapominać o graniu według scenariusza i/lub na kamerę.

W Rozdziale III pt/ „Negocjacje biznesowe (na podstawie fragmentów programu „Shark Tank”) przez pryzmat gier komunikacyjnojęzykowych” wprowadzam pojęcie „gra komunikacyjnojęzykowa” i analizuję odrębne fragmenty Sezonów 3, 4, 8 i 9 z programu amerykańskiego „Shark Tank” z tej perspektywy. Jest to swoisty rodzaj zabawy komunikacyjnojęzykowej, która opiera się o interpretację świata przez pryzmat różnych odbiorców. Skuteczność takiej gry jest tym wyższa, im osoby komunikujące się mają zbieżne poglądy i podobną wiedzę.

Obie analizy pozwoliły na określanie intencji humoru (głównie w postaci ironii i sarkazmu) wykorzystanego w negocjacjach oraz scharakteryzowanie stylów negocjacji każdego z inwestorów uczestniczących w programie. Wymieniono niektóre z metafor tworzących podstawy ironiczných lub/i sarkastycznych wypowiedzi. Próbowano również zidentyfikować charakter manipulacyjny danego narzędzia.

Słowa kluczowe: negocjacje biznesowe, humor, ironia, sarkazm, perswazja, manipulacja.