

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 811.161.1

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-499-508>

Шифр научной специальности 5.9.5

Речевые стратегии и тактики, применяемые участниками современных образовательных вебинаров

Мария Николаевна КРЫЛОВА 

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»
347740, Российская Федерация, Ростовская обл., г. Зерноград, ул. Ленина, 21
✉ krylovamn@inbox.ru

Аннотация. Проанализированы тексты современных образовательных вебинаров с целью выявления основных речевых стратегий и тактик, которыми пользуются их участники. Отмечено, что жанр образовательного вебинара приобрёл в последнее время значительную актуальность в связи с широким распространением дистанционного формата обучения. Выявлено, что речевые стратегии и тактики, к которым прибегают спикеры вебинаров, ориентированы на установление тесного интеллектуального, эмоционального и психологического контакта с адресатами вебинаров. В связи с этим основными речевыми стратегиями на вебинарах становятся стратегии информирования, императивности и кооперации. Для спикера вебинара важно дать слушателям точную и проверенную информацию, организовать её восприятие и создать на вебинаре атмосферу сотрудничества, совместной деятельности. Участниками вебинаров используются стратегии аргументирования, положительной презентации, самопрезентации, завоевания авторитета, «управления дистанцией», комического воздействия и др. В рамках используемых стратегий участники образовательных вебинаров прибегают к конструктивным речевым тактикам, таким как тактика ссылки на имеющиеся у адресата знания, тактика изображения, тактика установления речевого контакта, тактика пошагового объяснения, а также тактики интеграции, демонстрации открытости и заинтересованности, полезной информации, апелляции к авторитету, самопродвижения и др. Деструктивные стратегии и тактики в построении жанра образовательного вебинара оказываются практически не задействованными.

Ключевые слова: интернет-дискурс, речевой жанр, вебинар, речевая стратегия, речевая тактика

Для цитирования: Крылова М.Н. Речевые стратегии и тактики, применяемые участниками современных образовательных вебинаров // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 499-508. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-499-508>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Speech strategies and tactics used by participants in modern educational webinars

Maria N. KRYLOVA 

Don State Agrarian University
21 Lenina St., Zernograd, 347740, Rostov Region, Russian Federation
 krylovamn@inbox.ru

Abstract. The texts of modern educational webinars are analyzed in order to identify the main speech strategies and tactics used by their participants. It is noted that the genre of the educational webinar has recently acquired significant relevance due to the wide spread of the distance learning format. It was revealed that the speech strategies and tactics used by webinar speakers are focused on establishing close intellectual, emotional and psychological contact with webinar recipients. In this regard, the informing strategies, imperativeness and cooperation become the main speech strategies at webinars. For a webinar speaker, it is important to give the audience accurate and verified information, organize its perception and create an atmosphere of cooperation and joint activity at the webinar. Webinar participants use the argumentation strategies, positive presentation, self-presentation, gaining authority, “distance management”, comic impact, and others. Within the framework of the strategies used, the educational participants webinars resort to constructive speech tactics, such as the tactics of referring to the knowledge that the addressee has, the image tactics, the establishing speech contact tactics, the step-by-step explanation tactics, as well as the integration tactics, demonstrating openness and interest, useful information, appealing to authority, self-promotion, etc. Destructive strategies and tactics in the educational webinar genre construction are practically not involved.

Keywords: Internet discourse, speech genre, webinar, speech strategy, speech tactics

For citation: Krylova, M.N. Speech strategies and tactics used by participants in modern educational webinars. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(3):499-508. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-499-508>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

Интернет-дискурс привлекает внимание представителей различных гуманитарных дисциплин. С философской точки зрения он рассматривается как «культурно-семиотическое и культурно-антропологическое образование», специфика которого определяется «практиками самореализации, локализованными дискурсами педагогики, политики и рекламы» [1, с. 208]. Лингвисты выявляют в интернет-дискурсе языковые способы убеждения адресата, доходящие до речевой ма-

нипуляции [2; 3]; анализируют его как систему, предоставляющую пользователю «уникальные средства оформления и составления высказывания» [4, с. 1458], в том числе за счёт лексического сокращения и синтаксического упрощения [4, с. 1459]; выявляют зависимость используемых в интернет-дискурсе языковых средств от степени закрытости площадки для общения [5, с. 94]. В настоящий момент лингвистами описаны особенности значительного количества интернет-жанров, как специфических, так и тех, которые нашли в интернет-дискурсе своё особое преломление. Вебинар относится к жанрам второго типа, выросшим из жанра семинара, и представляет собой «семинар, проводя-

¹ Егорова И.Ю. Коммуникативные стратегии рекламного интернет-дискурса // *Lingua Mobihis*. 2007. № 4. С. 53-60.

щийся в режиме телеконференции посредством веб-технологий»². Среди вебинаров выделяются образовательные (преследующие обучающие цели или посвящённые вопросам образования), которые и стали предметом нашего анализа. Изучением жанра образовательного вебинара в современном интернет-дискурсе занимаются М.Н. Гладкова, М.М. Кутепов и А.В. Трутанова [6], А.Г. Моногарова и А.Ю. Багиян [7], С. Чжоу и Е.В. Бузальская [8] и другие исследователи. Внимание к жанру образовательного вебинара, его особенностям возросло в период пандемии COVID-19, когда стали особенно активно применяться дистанционные технологии обучения и взаимодействие между субъектами образовательного процесса (педагогами, обучающимися, психологами, административными работниками и др.) во многих случаях переместилось в онлайн-сферу.

Наибольший интерес в прагмалингвистическом анализе жанра вебинара представляют речевые стратегии и тактики, которые используются говорящими в ходе образовательной коммуникации на вебинаре. Анализ речевых (коммуникативных) стратегий и тактик связан с прагмалингвистическим направлением в гуманитарных исследованиях. О.С. Иссерс определяет речевую стратегию как «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего» [9, с. 100]. Классификацией речевых стратегий и тактик, посредством которых они реализуются, занимаются О.С. Иссерс [9], Н.И. Формановская [10], Н.Н.Черкасская³ и другие лингвисты. Речевые стратегии и тактики различных жанров интернет-дискурса также становились предметом анализа [11–13]. Коммуникативные стратегии, применяемые на образовательных вебинарах, уже были подробно рассмотрены нами ранее [14], также они затрагиваются в других работах [15]; в данном исследовании мы обратим преимущественное

внимание на речевые тактики, с помощью которых реализуются в формате жанра вебинара речевые стратегии.

Целью данного исследования стал анализ коммуникативных стратегий и тактик, которые на проанализированных нами вебинарах оказались наиболее востребованными и составили базовую модель жанра вебинара. Материалом для исследования стали видеозаписи вебинаров, расположенные в сети Интернет в свободном доступе. Обработка текста проводилась в устной форме в ходе прослушивания вебинаров, при этом отдельные моменты вебинаров фиксировались в письменной форме. Было проанализировано 50 вебинаров, общая продолжительность которых составила более 58 часов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выявление стратегий и тактик, которым отдают предпочтение спикеры во время вебинара, позволяет более глубоко понять этот достаточно новый для современного интернет-дискурса жанр, разобраться в его коммуникативной цели, особенностях взаимодействия между собой его участников.

Стратегия информирования состоит в предоставлении адресатам информации, сведений по теме вебинара.

Тактика ссылки на имеющиеся знания применяется спикерами вебинаров, чтобы обозначить образ прошлого – указать на предшествовавшие данному вебинару ситуации коммуникации. Например: «*Как вы уже знаете, ВКР состоит из теоретической и практической частей*» (вебинар для студентов «Структура и содержание ВКР»)⁴. Данная тактика имеет также отношение к стратегии «управления дистанцией», то есть может быть оценена и как похвала слушателям, обладающим начальными знаниями по теме.

Тактика изображения применяется практически на каждом из рассмотренных вебинаров посредством использования презентации и другого иллюстративного материала.

² Карта слов и выражений русского языка (Современный онлайн-словарь). URL: <https://kartaslov.ru> (дата обращения: 28.02.2023).

³ Черкасская Н.Н. Аргументирующие речевые акты в комплексных претензиях // *Lingua Mobilis*. 2007. № 2. С. 118-123.

⁴Здесь и далее высказывания коммуникантов и названия вебинаров приводятся без редактирования и корректуры, в авторском варианте.

Тактика предположения позволяет спикерам спрогнозировать какую-то ситуацию, связанную с объясняемым материалом. Например: *«Вы можете сказать в работе, что провели эксперимент, но вам комиссия задаст вопросы: а как вот вы отслеживали факторы, которые влияют, а где протоколы, а как это фиксировалось?..»* (Вебинар для студентов «Структура и содержание ВКР»). Таким образом спикер делает материал более понятным для адресатов, которым становится ясно, зачем конкретно ему та или иная информация.

Стратегия императивности заключается в побуждении адресата к чему-либо: глубже разобраться в теме, больше узнать и т. п.

Тактика установления речевого контакта применяется для того, чтобы создать положительную атмосферу на вебинаре, задать тон всему дальнейшему общению, вызвать интерес и к материалу вебинара, и к личности спикера. Это тактика, формирующая перспективу вебинара: адресат в результате её применения должен понять, будет ли ему интересно, получит ли он важную информацию. Данная тактика используется в начале вебинара.

Применяя данную тактику, спикер показывает себя искренне заинтересованным в общении с теми людьми, которые участвуют в вебинаре. Для этого на большей части вебинаров спикеры, прочитав сообщения в чате, начинают использовать имена адресатов: *«Вот Николай спрашивает...»*, *«Ирина Ивановна высказывает опасения...»*, *«Спасибо Ольге за смайлики с поддержкой»* и т. п.

Стратегия аргументирования предполагает объяснение, аргументацию спикером вебинара и другими его участниками своей точки зрения, выдвигаемых положений.

Тактика пошагового объяснения является в рамках данной стратегии одной из наиболее востребованных. Для спикеров вебинара, дающих адресатам актуальную и новую информацию, важно детально разъяснить, как производить те или иные действия. Случаи применения данной тактики мы находим на каждом вебинаре, когда для педагогов разъясняются какие-то новшества в системе образования. Например, на вебинаре «Проведение итогового собеседования в 9 кл. для

экзаменаторов-собеседников» экспертом последовательно разъясняется, как необходимо проводить, проверять и оценивать различные задания. Для тактики пошагового объяснения характерно указание на точные действия: *«Это и есть учёт речевой ситуации. За это мы ставим один балл»*.

Тактика примера может иллюстрировать стратегию императивности, использоваться после какого-то совета. К примеру, спикер даёт совет пригласить претендента на работу администратором в пиковый момент, когда в офисе много клиентов и детей. Затем этот совет иллюстрируется примером: *«Бывает так, что человек хочет работать администратором, приходит к нам на два-три часа в этот пиковый момент, а потом говорят: «Нет, у вас очень шумно»* (Вебинар «Администратор учебного центра – система работы»). Пример помогает доказать эффективность данного ранее совета.

Очень эффективными являются примеры из собственной жизни, своего опыта. Так, один из спикеров рассказывает, какие слова иногда говорит ученикам: *«Тридцать лет назад, когда я учился в школе, для того чтобы раздобыть книгу, нужно было идти в библиотеку, искать. Если повезло, дадут на руки, если нет – читать в читальном зале. А у вас это всё есть»* (вебинар «Как создать хороший текст: от алгоритма к творчеству»). Пример использован одновременно и как иллюстрация, и как приём в общении с обучающимися. Он эффективен ещё и потому, что большинство слушателей, педагогов со стажем, помнят, как в доцифровую эру тоже искали информацию в библиотеке (дополнительно проявляется стратегия кооперации).

С помощью тактики обобщения может суммироваться опыт и высказывания по какому-то поводу целой группы людей: *«Для большинства администраторов работа с людьми и детьми является некоторой подзарядкой. И они об этом часто говорят. Да, мы устаём физически, но морально администратор, если он на своём месте, не устает от работы с клиентами»* (Вебинар «Администратор учебного центра – система работы»). Такое обобщение является сильным средством аргументации, поскольку слуша-

телям подсознательно захочется ассоциировать себя с описанным большинством.

Стратегия кооперации основана на внесении каждым участником вебинара собственного вклада в коммуникацию, формировании на вебинаре атмосферы сотрудничества, интерактивного взаимодействия.

Спикерами прежде всего применяется тактика интеграции. Наиболее востребованное языковое средство, которое позволяет реализовать данную тактику, – местоимение *мы*, нередко употребляемое в выражениях *мы с вами, мы все* и др. Оно служит интеграции адресанта и адресата. Это *мы* может быть реальным, если оба коммуниканта действительно выполняют схожую деятельность, занимают равные позиции, а может быть нереальным, предположительным, перспективным. Примеры первого типа: «*Основные моменты мы с вами сегодня проговорим*» (2022 Высшая проба: вебинар для участников второго этапа по обществознанию), «*Мы можем искать материалы где угодно*» (Как успешно написать научную статью? Вебинар для студентов и магистрантов #РГУТИС), «*Мы все достойно пережили это сложное время. Мы научились жить в новой реальности, в новых условиях, в новых правилах...*» (Вебинар «Начало учебного года для иностранных студентов: практики вузов»).

Нереальное *мы* встречается в указаниях для студентов по выполнению ими учебной работы: «*Мы смотрим закономерности, выделяем факторы и уже ту программу, которую мы разработали. Мы её адаптируем под ту группу, с которой мы будем работать*» (Вебинар для студентов «Структура и содержание ВКР»). В данном примере конструкция с местоимением *мы* используется вместо побудительного предложения: «*Вам необходимо установить закономерности, выделить факты...*», или «*Установите закономерности, выделите факты...*». Конструкция с местоимением *мы* обозначает поле общей деятельности, даёт студенту ощущение, что с ним говорит единомышленник, искренне заинтересованный в его учебных успехах.

Спикеру важно продемонстрировать, что ему очень нужны кооперация, интеграция, поддержка со стороны слушателей. Для это-

го после просьбы показать знаком «плюс» в чате согласие, спикер комментирует: «*Замечательно. Ваши плюсики прямо меня бодрят*» («Смешанное обучение в начальной школе. Вводный вебинар»).

Тактика демонстрации открытости и заинтересованности может реализовываться с помощью приёма доброго пожелания. Для студентов актуальны пожелания хорошей учёбы: «*Я желаю вам всем удачи. Думаю, что мы хорошо закончим этот учебный год*» (Вебинар для студентов Факультета дистанционного обучения). В примере мы видим сочетание местоимений *вы* и *мы*, второе из которых формирует тактику интеграции.

Заинтересованность проявляется, когда ведущий вебинара заявляет о своей готовности ответить на вопросы: «*На вопросы по теме вебинара мы с удовольствием ответим вам в конце*» (Вебинар «Нестандартные приёмы и технологии обучения в методическую копилку педагогов»).

Тактика обещания, действующая при реализации стратегии кооперации, заключается в прогнозировании положительного следствия какой-то совместной деятельности. Так, описывая коллективную игру, спикер говорит: «*Это командная игра. Она покажет, кто в вашей команде лидер, кто, так сказать, аутсайдер, как вообще участники взаимодействуют друг с другом. Сразу появляются люди, которые более инициативные, у которых очень много идей...*» (Вебинар для студентов «Эко клуб – с чего начать и как развивать?»). Спикер обещает, что в случае совместной деятельности работа группы станет более продуктивной и осмысленной.

С помощью тактики обещания спикер может успокоить адресатов, разрешить их сомнения. На вебинаре «Проведение итогового собеседования в 9 кл. для экзаменаторов-собеседников» спикер обещает: «*Не волнуйтесь, вы всё будете знать*». В этом случае важен уверенный тон спикера.

На вебинаре применяется **стратегия положительной презентации**, помогающая спикеру наилучшим образом представить адресатам какие-то явления (предмет вебинара).

Тактика полезной информации присутствует практически на каждом из рассмот-

ренных вебинаров. Она может реализовываться с помощью уверенной интонации, а также выражаться вербально, напрямую: *«Вы можете просмотреть материалы вебинара в записи. Это обязательно сделать, поскольку они содержат **уникальный материал**, который вы не найдёте ни в каких источниках»* (Вебинар «Инклюзивное образование в СПО и вузе»).

Чтобы подчеркнуть полезность информации, спикер заявляет о своей постоянной работе над материалом, актуализирующей сведения: *«Мы дополняем новые модули, мы добавляем новые программы. Программа разрастается в запас знаний, который можно применить»* (Вебинар «Microsoft: STEM-обучение для летних школ»).

Заявить о ценности, полезности, эксклюзивности своего учебного курса для спикера вебинара особенно важно в том случае, если речь идёт о возможных его продажах, то есть платном обучении. В этом случае можно говорить о формировании тактики рекламы в формате речевой стратегии презентации. Просмотренные нами вебинары являются бесплатными, но спикерами может упоминаться наличие платных курсов, к которым при желании может обратиться адресат.

Тактика апелляции к авторитету помогает спикеру продвинуть тот или иной ресурс. Например: *«Мои коллеги, которые работают в старшей школе, они пользуются этим учебником»* (Вебинар «Как создать хороший текст: от алгоритма к творчеству»). Интересно, что в данном случае в качестве авторитета выступают коллеги, что для адресатов должно быть даже более важно, чем какие-то другие авторитетные инстанции.

Стратегия самопрезентации состоит в создании спикером собственного образа в глазах слушателей, формировании мнения, впечатления о себе.

Данная стратегия отличается от предыдущей объектом презентации. В первом случае, в стратегии положительной презентации, спикер стремится в наилучшем свете представить материал вебинара, во втором, в стратегии самопрезентации, – самого себя (свою компанию, фирму, образовательную платформу).

Для самопрезентации наиболее актуальна тактика самопродвижения. Говорящему важно показать себя авторитетным специалистом, экспертом. По сути, это означает, что спикер должен похвалить себя, что с точки зрения правил русского речевого этикета является неэтичным. Преодолеть такое противоречие помогают разнообразные тактики и приёмы.

Тактика самопродвижения может сочетаться с тактикой апелляции к чужому авторитету, но в этом случае свой и чужой авторитет объединяются: *«Мы с коллегами много лет занимаемся тем, что **разрабатываем** задания для олимпиад, **готовим** ребят и по обществознанию, и по социологии, и по политологии. Попутно мы их ещё и **проверяем**, и **оцениваем**»* (2022 Высшая проба: вебинар для участников второго этапа олимпиады по обществознанию). Идентификация себя как члена некоего авторитетного сообщества позволяет спикеру сообщить адресатам о собственных достижениях. Проведя самопрезентацию таким образом, спикер делает вывод: *«Рекомендуем вам довериться нашим знаниям в этом вопросе и послушать внимательно, о чём мы говорим»* (там же). Использование местоимения *мы* также служит самопрезентации и ссылке на авторитет: спикер показывает, что все суждения очень авторитетны, поскольку за ним стоит целое сообщество специалистов.

Поскольку эксперт, в соответствии с правилами речевого этикета, не может прямо хвалить себя, говорить о своих достижениях, правильно провести положительную презентацию эксперта может ведущий (модератор), который, предваряя появление основного спикера на вебинаре, в частности, говорит: *«Мария Владимировна Пипчукова. Она является учителем информатики, призёром регионального этапа всероссийского конкурса «Учитель года России 2021», победитель конкурса лучших учителей Воронежской области на получение денежного поощрения за высокие достижения в педагогической деятельности, тоже в 2021-м году, и победитель регионального конкурса на присуждение статуса «Учитель-методист» в 2020-м году. Мария Владимировна уже не первый*

раз выступает на нашем ресурсе, всегда очень методично, интересно рассказывает про различные цифровые сервисы. И вас, уважаемые наши зрители, поощряет к тому, чтобы разбираться в этом огромном цифровом поле, которое нас сейчас окружает. Мария Владимировна, передаю вам слово» (вебинар «Мастер-класс по созданию собственного сайта»).

Самопрезентация и тактика самопродвижения могут касаться как самого спикера, который стремится подчеркнуть свой авторитет и компетентность, так и компании, которую он представляет. Например: *«Вот уже одиннадцать лет компания успешно сотрудничает с мировыми финансовыми организациями. Штат специалистов насчитывает более шестисот человек. Наши офисы находятся в России, США, Великобритании, Грузии»* (Открытый вебинар для студентов по практике в компании Eхastpro). Здесь для самопродвижения спикер использовал указание на продолжительность функционирования компании, на обширную географию, большое количество сотрудников, а также упомянул *«мировые финансовые организации»*, что должно укрепить авторитет компании в глазах студентов.

Спикером применяется **стратегия завоевания авторитета**, поскольку ему важно выглядеть значимым источником информации в глазах слушателей.

Данная стратегия реализуется почти исключительно за счёт тактики апелляции к чужому авторитету. Практически на каждом из рассмотренных вебинаров, адресованных педагогам и направленных на повышение их квалификации, упоминаются важные документы и нормативные акты, которые определяют работу педагогов. Так, на вебинаре «Инклюзивное образование в СПО и вузе» указываются документы: Конституция Российской Федерации, ФЗ Об образовании № 273-ФЗ, ФЗ №181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в РФ», ФЗ № 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов». Наиболее важные законы, в первую очередь, Конституция РФ и Закон об образовании, цитируются спикерами, отрывки из них приводятся на слайдах.

Спикеры апеллируют как к авторитетам, не вызывающим сомнений, так и к неожиданным. Закономерным является обращение к классикам педагогики и психологии: *«Завершая нашу лекцию, уместно упомянуть высказывание Льва Семёновича Выготского о том, что сами по себе слепота, глухота не определяют инвалидность как таковую, не делают носителя дефективным. Определяет судьбу личности не дефект сам по себе, а его социально-психологическая реализация»* (вебинар «Инклюзивное образование в СПО и вузе»). Неожиданной может стать отсылка к высказываниям духовных лиц: *«У святого Серафима Саровского есть такие слова: «Спасись сам, и тысячи вокруг тебя спасутся»* (Вебинар «Event-management как инструмент повышения мотивации у обучающихся в учебной деятельности»). В этом случае очень важна интерпретация высказывания, и мы находим её далее: *«Я думаю, что для нашей профессии можно это немножечко переделать, и сказать, что учись сам, и тысячи вокруг тебя научатся»*. Нельзя не отметить, что во время интерпретации допущены ошибки (речевая – неуместное слово *немножечко*, грамматическая в оформлении косвенной речи), что несколько снижает эффект применения цитаты.

Стратегия «управления дистанцией» строится на формировании на вебинаре системы, в которой одни субъекты (слушатели) занимают зависимое место по сравнению с другими (спикерами).

Тактика похвалы активно используется в ходе реакции спикера на ответы, данные в чате: *«Здорово!», «Отлично!», «Я в вас не сомневалась!», «Какие вы молодцы!»* («Смешанное обучение в начальной школе. Вводный вебинар»). (Вопросы, которые были заданы: *«Что такое современный урок?», «Слышали ли вы о смешанном обучении?»* и др.).

Комплимент знаниям адресатов делается спикерами в процессе информирования: *«Вы, наверное, знаете, чтобы в солнечной энергетике вырабатывать объёмы, как у атомной электростанции, надо огромные километры заставить солнечными батареями»* («Новая энергетика. Вебинар для студентов»). Здесь не только выполнена отсылка к

имеющимся у слушателей знаниям (которые, возможно, действительно есть), но и сделан комплимент. Спикер показывает, что он уверен в хорошей подготовке адресатов, в их знаниях и интеллекте.

Тактика сближения с адресатом в рамках указанной стратегии также активно используется. Один из наиболее часто встречающихся способов сближения – одобрительные комментарии по поводу реплик слушателей в чате. Например: *«Давайте посмотрим, кто у нас тут сегодня представляется, из каких регионов. Видим вот и Хабаровск, и Санкт-Петербург, Забайкалье. Спасибо вам большое, что вы друг друга приветствуете. Пишите ваши вопросы и пожелания спикеру, который сегодня у нас будет выступать на нашем вебинаре»* (Вебинар «Онлайн-ресурсы в помощь педагогу»). Ведущая вебинара показывает слушателям, что каждый из них интересен и важен.

Стратегия комического воздействия применяется спикером для более эффективного воздействия на слушателей, на их восприятие с помощью юмора.

Тактика преувеличения предполагает, к примеру, задавание какого-то вопроса. Студенту 1 курса стоматологического факультета медицинского вуза (эксперту) ведущая задаёт вопрос: *«Скажи, пожалуйста, ты в детстве друзьям зубы не выдирала?»* (Вебинар со студентами РГУ им. Пирогова «Профессия – врач»). Цель данного комического приёма – установление контакта и формирование хорошего настроения у участников коммуникации.

Также в рамках стратегии комического воздействия применяется тактика мнимой серьёзности. Так, в начале вебинара после перечисления достижений образовательной платформы (сколько вебинаров проведено, сколько человек приняли в них участие, сколько прошли курсы повышения квалификации и т. п.) таким же серьёзным тоном сообщается информация: *«Наши методики и обаятельные ведущие – Марина Володина и Татьяна Меньщикова – выпили 735 кружечек чая и кофе во время прямых трансляций»* (вебинар «Необычные способы улучшения психологической атмосферы в

классе»). Такой комический приём призван создать хорошее настроение у слушателей, задать положительный тон предстоящему общению.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы выявили основные речевые стратегии и тактики, которые используются на проанализированных нами вебинарах образовательной направленности. Для базовой модели вебинара характерно использование говорящими конструктивных речевых стратегий и тактик. Ведущими являются стратегии информирования, императивности и кооперации, также применяются стратегии аргументирования, положительной презентации, самопрезентации, завоевания авторитета, «управления дистанцией», комического воздействия и другие с соответствующими конструктивными речевыми тактиками, направленными на установление контакта, продуктивную совместную деятельность адресанта и адресата. Теоретически возможно то, что коммуниканты начинают использовать деструктивные речевые стратегии и тактики. Потенциально это могут быть стратегия манипулирования и дискредитации, тактика дискредитации чужого авторитета (в стратегии завоевания авторитета) и др. На практике осознанного применения деструктивных речевых стратегий и тактик на проанализированных вебинарах мы не выявили. Очевидно, что к использованию деструктивных стратегий и тактик спикеры вебинаров прибегают исключительно редко. Может также встречаться неудачное применение конструктивных тактик, например, тактики изображения (в стратегии информирования) и др.

Наличие вполне устойчивой базовой модели речевого жанра вебинара говорит о сформированности данного жанра в его основных чертах в современном коммуникативном пространстве. Несомненно, формирование жанра вебинара было интенсифицировано ситуацией, сложившейся в 2020 г. и связанной с пандемией COVID-19, когда переход к дистанционным технологиям обучения обусловил проведение большого количества вебинаров.

Список источников

1. Черняков А.Н. Теоретико-методологические основания исследования Интернет // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2009. № 8 (63). С. 207-216. <https://elibrary.ru/nfihxn>
2. Двойнина Е.В. Речевая манипуляция в новостном интернет-дискурсе (на примере интернет-сайтов CNN.com International и Lenta.ru) // Языки в современном мире: материалы 10 Междунар. конф. М.: КДУ, 2012. С. 185-190. <https://elibrary.ru/pwckmn>
3. Teneva E.V. The halo effect in the political discourse of the english-language online media // Russian Linguistic Bulletin. 2020. № 3 (23). С. 106-109. <https://doi.org/10.18454/RULB.2020.23.3.9>, <https://elibrary.ru/ojzpsy>
4. Яковлюк А.А. Словообразовательные и морфологические особенности языковых средств интернет-дискурса // Вестник Башкирского университета. 2014. Т. 19. № 4. С. 1458-1462. <https://elibrary.ru/tjlsdp>
5. Патрушева Л.С. Коммуникативные конвенции интернет-форума // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. 2014. № 2. С. 93-98. <https://elibrary.ru/pwzvqt>
6. Гладкова М.Н., Кутепов М.М., Трутанова А.В. Образовательный вебинар как форма организации учебного процесса в высшей школе // Успехи современной науки. 2017. Т. 1. № 3. С. 63-65. <https://elibrary.ru/ynfkmp>
7. Моногарова А.Г., Багиян А.Ю. Прагматические макроструктуры дискурсивного пространства сферы деятельности педагога-преподавателя иностранных языков (на материале жанра «обучающий вебинар») // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. науч. тр. Орёл: ОРИК, 2020. С. 193-207. <https://elibrary.ru/ksaane>
8. Чжоу С., Бузальская Е.В. Характеристики речевого жанра «вебинар», связанные со спецификой интернет-коммуникации // Русский язык как иностранный и методика его преподавания. 2021. № 32. С. 79-85. <https://elibrary.ru/jakqoi>
9. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 2008. 288 с.
10. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М., 2002. 216 с.
11. Баранов А.Н., Ерохина Л.А. Унижение и оскорбление в дискурсивном измерении // Политическая лингвистика. 2020. № 3 (81). С. 162-170. <https://doi.org/10.26170/pl20-03-16>, <https://elibrary.ru/aolfnf>
12. Мельник Н.В., Митякина О.В. Стратегия дискредитации власти в интернет-комментариях к публикациям мэров Нью-Йорка и Лондона // Вестник Кемеровского государственного университета. 2021. Т. 23. № 4 (88). С. 1051-1059. <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-4-1051-1059>, <https://elibrary.ru/iewhqp>
13. Никитина Е.Н., Ониненко Н.К. Семантика и прагматика высказываний с эмотивными предикатами // Сибирский филологический журнал. 2022. № 2. С. 271-285. <https://doi.org/10.17223/18137083/79/19>, <https://elibrary.ru/rfgdgb>
14. Крылова М.Н. Речевые стратегии и речевые тактики жанра вебинара (на примере анализа одного вебинара) // Stephanos. 2022. № 3 (53). С. 28-37. <https://doi.org/10.24249/2309-9917-2022-53-3-28-37>, <https://elibrary.ru/kwwegt>
15. Хуыз И.П., Подшибякина А.А. Коммуникативные стратегии в дискурсе вебинара // Германистика в современном научном пространстве: материалы 8 Междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. И.А. Белокопытова. Краснодар: КГУ, 2022. С. 190-199. <https://elibrary.ru/ysdimc>

References

1. Chernyakov A.N. Teoretiko-metodologicheskie osnovaniya issledovaniya Internet [Theoretical and methodological foundations of Internet research]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo* = *Scientific Statements of the Belgorod State University. Series: Philosophy. Sociology. Law*, 2009, no. 8 (63), pp. 207-216. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nfihxn>
2. Dvoynina E.V. Rechevaya manipulyatsiya v novostnom internet-diskurse (na primere internet-saitov Cnn.com International i Lenta.ru) [Speech manipulation in Internet news discourse (on the example of Cnn.com International and Lenta.ru websites)]. *Materialy 10 mezhdunarodnoi konferentsii «Yazyki v sovremennom mire»* [Proceedings of the 10th International Conference “Languages in the Modern World”]. Moscow, Book House “University” Publ., 2012, pp. 185-190. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pwckmn>
3. Teneva E.V. The halo effect in the political discourse of the english-language online media. *Russian Linguistic Bulletin*, 2020, no. 3 (23), pp. 106-109. <https://doi.org/10.18454/RULB.2020.23.3.9>, <https://elibrary.ru/ojzpsy>

4. Yakovlyuk A.A. Features of word-formation and morphology in the internet discourse. *Vestnik Bashkirskogo universiteta = Bulletin of the Bashkir University*, 2014, vol. 19, no. 4, pp. 1458-1462. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tjlsclp>
5. Patrusheva L.S. Communicative conventions of internet forum. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Istoriya i filologiya = Bulletin of Udmurt University. History and Philology Series*, 2014, no. 2, pp. 93-98. (In Russ.) <https://elibrary.ru/pwzvvt>
6. Gladkova M.N., Kutepov M.M., Trutanova A.V. Webinars education as a form of the organization of educational process in high school. *Uspekhi sovremennoi nauki = Modern Science Advances*, 2017, vol. 1, no. 3, pp. 63-65. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ynfkmp>
7. Monogarova A.G., Bagiyan A.Yu. Pragmatic macrostructures of the discursive space in the foreign language teacher's activity (exampled on the genre "educational webinar"). *Sbornik nauchnykh trudov «Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom diskurse»* [Book of Collected Papers "Genres and Text Types in Academic and Media Discourse"]. Orel, 2020, pp. 193-207. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ksaane>
8. Chzhou S., Buzal'skaya E.V. Characteristics of the speech genre "webinar" related to the specifics of internet communication. *Russkii yazyk kak inostrannyi i metodika ego prepodavaniya* [Russian as a Foreign Language and Methods of its Teaching], 2021, no. 32, pp. 79-85. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jakqoi>
9. Issers O.S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communication Strategies and Tactics of Russian Speech]. Moscow, 2008, 288 p. (In Russ.) Available at: <https://studylib.ru/doc/6250373/issers-o.s.->
10. Formanovskaya N.I. *Rechevoe obshchenie: kommunikativno-pragmaticheskii podkhod* [Speech Communication: a Communicative-Pragmatic Approach]. Moscow, 2002, 216 p. (In Russ.) Available at: <https://klex.ru/177p>
11. Baranov A.N., Erokhina L.A. Humiliation and insult in discourse. *Politicheskaya lingvistika = Political Linguistics*, 2020, no. 3 (81), pp. 162-170. (In Russ.) <https://doi.org/10.26170/pl20-03-16>, <https://elibrary.ru/aolfnf>
12. Mel'nik N.V., Mityakina O.V. Discrediting strategy in internet comments to publications made by the mayors of New York and London. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Kemerovo State University*, 2021, vol. 23, no. 4 (88), pp. 1051-1059. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2078-8975-2021-23-4-1051-1059>, <https://elibrary.ru/iewhqp>
13. Nikitina E.N., Onipenko N.K. Semantics and pragmatics of statements with psych verbs. *Sibirskii filologicheskii zhurnal = Siberian Journal of Philology*, 2022, no. 2, pp. 271-285. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/18137083/79/19>, <https://elibrary.ru/rfgdgb>
14. Krylova M.N. Speech strategies and speech tactics of the webinar genre (on the example of the analysis of one webinar). *Stephanos*, 2022, no. 3 (53), pp. 28-37. (In Russ.) <https://doi.org/10.24249/2309-9917-2022-53-3-28-37>, <https://elibrary.ru/kwwegt>
15. Khutyz I.P., Podshibyakina A.A. Kommunikativnye strategii v diskurse vebinara [Communication Strategies in the Webinar Discourse]. In: Belokopytova I.A. (executive ed.). *Materialy 8 Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Germanistika v sovremennom nauchnom prostranstve»* [Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference "German Studies in the Modern Scientific Space"]. Krasnodar, Kuban State University Publ., 2022, pp. 190-199. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ysdimc>

Информация об авторе

Крылова Мария Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков, Донской государственной аграрной университет, г. Зерноград, Ростовская обл., Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0231-4778>, krylovamn@inbox.ru

Вклад в статью: концепция исследования, обзор литературы, анализ видеозаписей вебинаров, обработка текстов образовательных вебинаров, написание текста статьи.

Поступила в редакцию 28.02.2023

Поступила после рецензирования 21.05.2023

Принята к публикации 22.06.2023

Information about the author

Maria N. Krylova, PhD (Philology), Associate Professor, Professor of Humanitarian Disciplines and Foreign Languages Department, Don State Agrarian University, Zernograd, Rostov Region, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0231-4778>, krylovamn@inbox.ru

Contribution: study conception, literature review, webinar videos analysis, educational webinars texts processing, manuscript text drafting.

Received February 28, 2023

Revised May 21, 2023

Accepted June 22, 2023