

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ  
«ПЕРСУАЗИВНОСТЬ» В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ  
ПЕДАГОГОВ**

**(на материале англоязычных интернет-блогов и видео-лекций)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ  
БАКАЛАВРА

Студентки 4 курса 411 группы  
направления 44.03.01 Педагогическое образование  
профиль – «Иностранный язык»

факультета иностранных языков и лингводидактики

Гребенщиковой Дарьи Владимировны

Научный руководитель  
доцент кафедры английского языка и  
методики его преподавания  
канд. филол. н., доцент

\_\_\_\_\_

Т.А. Спиридонова

дата, подпись

Зав. кафедрой  
английского языка  
и методики его преподавания  
канд. пед. наук, доцент

\_\_\_\_\_

Г.А. Никитина

дата, подпись

Саратов 2023 год

**Введение.** В современном мире существует возрастающий интерес к виртуальному общению, который обусловлен интенсивным развитием процесса информатизации. Внимание ученых-лингвистов акцентируется на изучении механизмов профессионального общения в различных социальных институтах, включая сферу образования. *Актуальность* исследования педагогического интернет-дискурса продиктована новыми возможностями обучения посредством информационно-коммуникативных технологий, в связи с чем возникает потребность в исследованиях, направленных на изучение языковых ресурсов, задействованных в интернет-коммуникации педагогов, в том числе с целью оказания необходимого педагогического воздействия на обучающихся, в частности, языковых средств реализации категории «персуазивность».

*Объект исследования:* категория «персуазивность» в педагогическом медиадискурсе.

*Предмет исследования:* языковые средства реализации категории «персуазивность» в интернет-коммуникации педагогов.

*Цель исследования:* выявление и описание языковых средств реализации категории «персуазивность», лежащей в основе англоязычного педагогического интернет-дискурса.

*Гипотеза исследования:* предполагается, что существует различие в употреблении разных видов языковых средств реализации категории «персуазивность» авторами педагогических Интернет-блогов и спикерами образовательных лекций TED talks.

*Задачи исследования:*

1. Исследовать особенности интернет-коммуникации;
2. Определить характерные черты педагогического дискурса в медиа-пространстве и выявить особенности его функционирования;
3. Выявить и описать характеристики категории «персуазивность» в англоязычном педагогическом дискурсе;

4. Выявить, проанализировать и сравнить функциональные особенности персуазивных языковых ресурсов в англоязычном педагогическом дискурсе.

*Методы исследования.* В соответствии с характером поставленных задач и с учетом специфики проблемы использовались следующие методы исследования: метод сплошной выборки, дискурсивный анализ с целью выявления и описания языковых средств реализации категории «персуазивность», метод лингвистического описания, методы контекстуального и статистического анализа.

*Методологическая и теоретическая база исследования.* В основу данного исследования легли научные труды последних лет, посвященные реализации категории «персуазивность» в педагогическом дискурсе (Арутюнян И. Ю., Борисова С. С., Вартанова К. Ю., Вопсева Д. В., Голоднов А. В., Казиева А. В., Король Е. В., Якунина М. Л. и др.). Современные теории и концепции педагогического интернет-дискурса представлены в работах Аваковой М. Л., Васильевой А. А., Виликотской Л. А., Колокольцевой Т. Н., Нерсесян Г. Р., Павловой Л. П., Ульяновой М. А., Федоровой С. А. и др.

*Материалы исследования.* Тексты англоязычных педагогических блогов, а также лекции педагогического Интернет-ресурса TED talks на английском языке.

*Научная новизна исследования* заключается в том, что впервые систематизированы и описаны языковые средства реализации категории «персуазивность» в интернет-коммуникации педагогов на материале англоязычных интернет-блогов и видео-лекций.

*Теоретическая значимость исследования* заключается в расширении знаний о педагогическом Интернет-дискурсе в общем, языковых способах реализации категории «персуазивность» в педагогических интернет-блогах и онлайн-лекциях, в частности.

*Практическая значимость.* Практическая значимость работы определяется возможностью использования результатов данного исследования в курсах по лингвокультурологии, прагмалингвистике, лексикологии,

стилистике, теории и методике преподавания иностранного языка, вариативности педагогического дискурса, а также на занятиях по практике устной и письменной речи английского языка.

*Структура исследования:* Настоящая работа состоит из введения, двух глав основного текста, заключения и списка использованных источников. Во введении обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

В первой главе рассматриваются теоретические основы исследования языковых средств реализации категории «персуазивность» в педагогическом Интернет-дискурсе, определяются основные теоретические положения, релевантные для проводимого исследования.

Во второй главе приводится анализ особенностей функционирования категории «персуазивность» в англоязычном педагогическом медиа-дискурсе, исследуются средства языковой реализации персуазивности в педагогических блогах английского Интернет-дискурса и видео-лекциях TED talks.

В заключении подводятся итоги проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

**Основное содержание.** В первой главе «Теоретические основы исследования языковых средств реализации категории «персуазивность» в педагогическом Интернет-дискурсе» были рассмотрены теоретические основы изучения языковых средств реализации категории «персуазивность» в педагогическом интернет-дискурсе. Также были описаны особенности, жанровая специфика и стилистическое устройство интернет-коммуникации в целом.

Характерными чертами интернет-коммуникации являются: использование электронной среды в качестве канала общения, виртуальность, дистантность и опосредованность, высокая степень открытости, статусное равноправие участников в Интернете. К основным жанрам интернет-коммуникации можно отнести информационные, коммуникативные,

директивные, эстетические, презентационные, развлекательные, дискурсообразующие и дискурсо-приобретенные жанры. Стилевое разнообразие представлено публицистическим и разговорным стилями. Следует отметить, что четких границ между жанрами или стилями в сети Интернет не существует в связи с тем, что в подобной дигитальной среде стили или жанры не существуют отдельно друг от друга. Они пересекаются между собой, взаимно проникают, образуя новые подвиды и категории.

Понятие «педагогический интернет-дискурс» представляет собой разновидность статусно-ориентированного дискурса. Особенности педагогических Интернет-ресурсов заключаются в интерактивности, дистантности, добровольности контактов, возможности целевой аудитории создавать комментарии к записям авторов, которые могут содержать текст, изображения, мультимедиа. Подобные медиа-источники позволяют участникам данного вида коммуникации выполнять различные роли, обуславливая такие функции данного вида коммуникации, как информационная, образовательная, контактоустанавливающая, функция социализации.

Такая категория как «персуазивность» является неотъемлемой характеристикой педагогического дискурса. Категория «персуазивность» исследуется в рамках одноименного учения о принципах и стратегиях коммуникации, которые призваны влиять на отношения и действия получателя сообщения. Противопоставление двух полюсов: «достоверно» и «недостоверно» составляет содержание персуазивных речевых актов. Существуют следующие типы экспликаторов персуазивных значений: первичные, вторичные, косвенные. В свою очередь, персуазивные речевые стратегии представлены такими типами, как рациональный, эмоциональный, смешанный.

В педагогическом интернет-дискурсе персуазивные стратегии могут быть реализованы с помощью метафор, эвфемизмов, антитез, риторических вопросов, противопоставления слов с положительной и отрицательной

коннотацией, непосредственного обращения к получателю сообщения и т.д. С помощью таких приемов адресант не только передает фактическую информацию, но и убеждает адресатов в достоверности своего мнения и эффективности своих методик. В целом, педагогический дискурс характеризуется информативностью, нормативностью, доказательностью, логичностью, лаконичностью и т.п.

Вышеперечисленные характеристики позволяют достигнуть персуазивного характера педагогического интернет-дискурса. Именно благодаря им педагогам удастся убедить аудиторию в правоте своей точки зрения или побудить ее к выполнению или невыполнению конкретных действий.

Во второй главе «Исследование особенностей функционирования категории «персуазивность» в англоязычном педагогическом медиа-дискурсе» был проведен количественный анализ языковых средств реализации категории «персуазивность», применяемых авторами англоязычных Интернет-блогов и спикерами видео-лекций TED talks, а также было исследовано влияние данных ресурсов на адресатов сообщения.

Так, языковые персуазивные средства на лексическом уровне языка в Интернет-блогах представлены такими приемами, как эпитеты (32% от общего числа ресурсов персуазивности), метафоры (27%), сравнения (20%), лексические повторы (13%), стилистически окрашенные слова (5%) и эвфемизмы (3%). Лексический уровень языка видео-лекций TED talks представлен следующим соотношением персуазивных ресурсов: лексические повторы (30%), метафоры (19%), шутки (17%), сравнения (15%), стилистически окрашенные слова и эпитеты (13%), а также олицетворения (6%). Эпитеты и метафоры придают большую выразительность действию или объекту, который находится в фокусе внимания автора, и генерируют особые визуальные образы, которые позже вызывают более тонкие ментальные связи, приводя к созданию абстрактных концепций в сознании читателей. Сравнительные обороты обеспечивают более широкое видение предмета

дискуссии, а также порождают возникновение определенных образов и представлений о конкретном предмете в сознании адресатов. Что касается лексических повторов, то они придают тексту большую выразительность и эмоциональность, а также выделяют наиболее важные элементы сообщения. Использование стилистически окрашенных слов привлекает внимание читателей и убеждает их в неправильности какой-либо точки зрения, если подразумеваются негативные коннотации, или в правильности какого-либо мнения в случае положительных коннотаций. Кроме того, эвфемизмы или нейтральные слова используются для замены других слов и выражений, которые считаются неприличными, оскорбительными, табуированными или неуместными в обществе. Их убедительный эффект обусловлен сокрытием некоторых негативных коннотаций мнения автора, которые он стремится донести до адресатов. Что касается шуток или смешных историй, то они содействуют расположению адресата к личности автора лекции и разрядке обстановки во время выступления, что косвенно способствует персуазивному воздействию. Олицетворения или персонификация также добавляют образности речи, привлекая внимание аудитории, и убеждают адресата в компетентности лектора.

Синтаксический уровень языка педагогических блогов представлен такими приемами, реализующими категорию «персуазивность», как однородные члены предложений (39%), риторические вопросы (33%), антитеза (14%), обращения к читателям (9%) и параллелизм (5%). Персуазивная категория видео-лекций английского Интернет-дискурса представлена следующими приемами: диалогичность речи (36%), параллелизм (26%), обращения к читателям (13%), перечисление (12%), антитеза (8%) и побудительные предложения (5%). Ряды однородных членов предложений уверяют аудиторию в правильности конкретной точки зрения, так как они зачастую содержат в себе примеры и доказательства правильности мнения автора блога. Такие языковые средства, как риторические вопросы, заставляют адресата задуматься и разделить мнение отправителя сообщения,

а также придают живости и личностной ориентированности тексту педагогического блога или лекции. С помощью антитезы автор убеждает адресатов в своей правоте за счет противопоставления различных точек зрения. Что касается обращений к аудитории, то их персуазивное воздействие на адресата достигается через создание у него впечатления личностно-ориентированного контента, что подсознательно вызывает его доверие. Вопросно-ответное построение речи заставляет адресата задуматься и разделить мнение автора, а также придает живости и личностной ориентированности тексту лекции и блога. Параллелизм или однородное синтаксическое построение предложений придает особую ритмизацию тексту, позволяя автору сделать акцент на важной информации, а также придать ей большую убедительность. Завершение лекций побудительными предложениями вдохновляет аудиторию на совершение конкретных действий после прослушивания.

В процессе исследования было выяснено, что лексические средства реализации категории «персуазивность» чаще используются педагогами-авторами Интернет-блогов, в то время как среди лекторов платформы TED talks более популярными являются синтаксические ресурсы персуазивности.

Посредством ресурсов персуазивности авторы педагогического дискурса воздействуют на аудиторию с целью ее убеждения, например, в эффективности применения конкретных методических подходов к планированию или проведению уроков, в развитии определенных черт характера и навыков, необходимых современному учителю, а также в уважительном отношении к представителям педагогической сферы и оказании поддержки ее работникам и институтам. Самыми частотными персуазивными приемами на лексическом уровне языка в блогах и видео-лекциях являются эпитеты и лексические повторы соответственно. На синтаксическом уровне авторы статей Интернет-блогов отдают предпочтение такому персуазивному ресурсу, как включение в текст рядов однородных членов предложений, а



спикеры видео-лекций – построению своего выступления в диалогической форме.

В дополнение вышеизложенному, данное исследование позволило сделать вывод о том, что языковые ресурсы реализации категории «персуазивность» обладают разным потенциалом воздействия на адресатов сообщения. Следовательно, наиболее сильным персуазивным зарядом обладают такие средства, как эпитеты, стилистически окрашенная лексика, метафоры, сравнения, антитеза или стратегия очевидности и побудительные предложения. К языковым средствам реализации персуазивной категории, которые обладают имплицитным воздействующим потенциалом, относятся: обращения к аудитории, шутки, эвфемизация, вопросно-ответное построение речи, персонификация, лексические повторы, перечисления и синтаксический параллелизм. Стоит отметить, что границы между данными категориями являются подвижными, так как вышеупомянутые ресурсы персуазивности могут переходить из одного сектора в другой в зависимости от конкретной речевой ситуации.

**Заключение.** Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы.

1. Характерными чертами интернет-коммуникации являются: использование электронной среды в качестве канала общения, виртуальность, дистантность и опосредованность, высокая степень открытости, статусное равноправие участников в Интернете.

2. Особенности педагогических Интернет-ресурсов заключаются в интерактивности, дистантности, добровольности контактов, возможности целевой аудитории создавать комментарии к записям авторов, которые могут содержать текст, изображения, мультимедиа. Подобные медиа-источники позволяют участникам данного вида коммуникации выполнять различные роли, обуславливая такие функции данного вида коммуникации, как информационная, образовательная, контактоустанавливающая, функция социализации.

3. Категория «персуазивность» является неотъемлемой характеристикой педагогического дискурса. С помощью персуазивных языковых приемов адресант не только передает фактическую информацию, но и убеждает адресатов в достоверности своего мнения, эффективности своих методик или принуждает к какому-либо действию. Благодаря ресурсам персуазивности авторы педагогического Интернет-дискурса воздействуют на аудиторию с целью ее убеждения, например: в эффективности применения конкретных методических подходов к планированию или проведению уроков, в развитии определенных черт характера и навыков необходимых современному учителю, а также в уважительном отношении к представителям педагогической сферы и оказании поддержки ее работникам и институтам.

4. Самыми частотными персуазивными приемами на лексическом уровне языка в блогах и видео-лекциях являются эпитеты и лексические повторы соответственно. На синтаксическом уровне авторы статей Интернет-блогов отдают предпочтение такому персуазивному ресурсу, как включение в текст рядов однородных членов предложений, а спикеры видео-лекций – построению своего выступления в диалогичной форме. Лексические средства реализации категории «персуазивность» чаще используются педагогами-авторами Интернет-блогов, в то время как среди лекторов платформы TED talks более популярными являются синтаксические ресурсы персуазивности. Скорее всего данный факт связан с тем, что синтаксические ресурсы персуазивности придают тексту большую ритмичность, динамичность и эффективнее воспринимаются на слух, а лексические средства данной категории придают тексту большую выразительность и легче воспринимаются зрительно.

5. Языковые ресурсы реализации категории «персуазивность» обладают разным потенциалом воздействия на адресатов сообщения. Наиболее сильным персуазивным зарядом обладают такие средства, как эпитеты, стилистически окрашенная лексика, метафоры, сравнения, антитеза или стратегия очевидности и побудительные предложения, а более слабым – обращения к

аудитории, шутки, эвфемизация, вопросно-ответное построение речи, персонификация, лексические повторы, перечисления и синтаксический параллелизм. Стоит отметить, что границы между данными категориями являются подвижными, так как вышеупомянутые ресурсы персуазивности могут переходить из одного сектора в другой в зависимости от конкретной речевой ситуации.

Таким образом, полученные выводы позволяют утверждать, что исходная гипотеза исследования оказалась верной. Вместе с тем следует отметить, что поставленные задачи решены и цель исследования - выявление и описание языковых средств реализации категории «персуазивность», лежащей в основе англоязычного педагогического интернет-дискурса, была достигнута.