

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОДУКТА В ВИДЕООБЗОРАХ HI-TECH НОВИНОК

В последние десятилетия, с развитием информационных технологий, стали появляться новые формы общения. Благодаря современным компьютерным технологиям появились безграничные возможности общения посредством компьютеров и других гаджетов. Широкое применение получили и видеообзоры.

Актуальность темы связана с тем, что в наши дни видеообзоры являются мощным пиар-инструментом, а также одним из лучших способов узнать информацию о новом продукте. Они показывают целевой аудитории то, как продукт впишется в их жизнь. В формате информационно-развлекательного контента в них отображены все ценности, которые продукт обеспечит покупателю.

Целью работы стало выявление набора коммуникативных тактик, к которым прибегают русскоговорящие блогеры во время презентации продукта hi-tech-новинок, и исследование особенностей их языкового выражения.

С опорой на классификацию коммуникативной стратегии презентации Т. А. ван Дейка, включающей тактики «привлечение внимания», «объяснение», «приведение примера», «контраст», «неожиданность», «апелляция к авторитету», «прогнозирование», был проведен практический анализ тактик, используемых в 23 видеообзорах hi-tech новинок и вербализованных определенными языковыми средствами. Были выявлены 3 самые распространенные коммуникативные тактики, использующиеся в видеообзорах.

Из-за частотности употребления побудительных конструкций и модальных глаголов в видеообзорах появилась необходимость в дополнении классификации тактикой «призыв к действию», которая применялась чаще всего. В качестве примера данной тактики приведем следующее предложение: *Сначала подпишись на канал, поставь лайк и оставь комментарий.*

Второй наиболее распространенной тактикой стала тактика «объяснение», направленная на упрощение сложных синтаксических конструкций за счет широкого использования таких приемов, как парцелляция, расширенный повтор и перифраз. Например, *При подключении игры рендерятся на ПК, другими словами, появляется возможность играть в полноценные игры.*

Особенностью тактики «контраст» является демонстрация положительных и отрицательных качеств продукта, сравнение одного продукта разных компаний, а также структурирование информации. Например, *в отличие от других компаний, у этого шлема есть два главных преимущества.*

Таким образом, использование различных тактик помогает видеоблогерам привлечь внимание зрителя, убедить их досмотреть видеобзор, а языковые средства добавляют выразительности речи говорящих. Использование данных тактик важно и должно производиться согласно коммуникативной ситуации, а также с учетом особенностей аудитории, оказывая воздействие на принятие решений потенциальными покупателями продукта.