

ИНТЕРНЕТ-ДИАЛОГ ПОКУПАТЕЛЯ И ПРОДАВЦА НА ПРОСТОРАХ МАРКЕТПЛЕЙСА WILDBERRIES: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

В.Б.Антоненко (Минск, МГЛУ)

В работе рассматривается коммуникативный аспект интернет-диалога покупателя и продавца на примере маркетплейса Wildberries.

Ключевые слова: интернет-диалог; приемы манипуляции; переакцентуация; апелляция к анонимным источникам; создание иллюзии одобрения; ложная аргументация; лжемотивация; Wildberries.

ONLINE DIALOGUE BETWEEN A CUSTOMER AND A SELLER ON THE WILDBERRIES MARKETPLACE: COMMUNICATIVE ASPECT

V.B.Antonenko (Minsk, MSLU)

The article deals with the communicative aspect of the online dialogue between a customer and a seller using the example of the Wildberries marketplace.

Key words: online dialogue; manipulation; over-emphasis; appeal to anonymous sources; creating the illusion of approval; false argumentation; false motivation; Wildberries.

С начала второй половины XX в. диалог и диалогическая коммуникация становятся объектом активного изучения. В современном коммуникативном пространстве интернет-коммуникация в форме диалога и полилога занимает весомое место, порождая новые стандарты речевого взаимодействия.

Интернет-коммуникации – это процесс информационного обмена между людьми, при котором передача информации происходит по каналам Интернета с использованием стандартных протоколов обмена и представления информации. Диалогически ориентированными в Интернете являются многочисленные сетевые жанры. В центре нашего исследования – интернет-диалог между продавцом и покупателем популярного маркетплейса.

Для достижения цели коммуникации продавцы и покупатели используют определенный набор речевых стратегий, тактик, приемов и языковых средств. О. С. Иссерс понимает под речевой стратегией в самом общем смысле «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [1, с. 54]. Для достижения цели – повышения продаж товара – продавцы используют определенные коммуникативные стратегии, применение которых далеко не всегда распознаётся покупателями. Даже в случае считывания цели коммуникации покупатель зачастую бессилён безошибочно определить стратегию и попытаться «защитить» свои интересы, причем не только коммуникативные.

В ходе исследования нами проанализировано 120 контекстов, отобранных посредством сплошной выборки с сайта маркетплейса Wildberries, в которых представлен развернутый диалог между покупателем и продавцом «магических» товаров. Материал нашего исследования и результаты его анализа позволяют нам

определить одну из наиболее активно используемых в интернет-диалоге покупателя и продавца стратегий как манипулятивную.

В результате анализа собранного материала нами выявлены 5 приемов манипулятивного воздействия, перечень которых, безусловно, не является закрытым:

– переакцентуация: *В жизни выглядит не так эффектно – Все наши свечи содержат или масла, или травы, или символы, а главное имеют магический эффект;*

– апелляция к анонимным источникам: *Эти практики работы с подсознанием при помощи программных свечей реально меняют жизнь людей;*

– создание иллюзии одобрения: *Вы сами справитесь со всеми трудностями. Желательно повторить очищение на следующую убыль; Знак призывает не ждать, пока благополучие придет само, а стать полноправной Хозяйкой собственной Судьбы, поэтому можно приступать к защитам;*

– ложная аргументация: *Закоптила всю комнату сажей – Любой длительный негатив в жизни человека приводит к нарушению работы чакр. Ваша свеча Вас почистила, что показала Вам визуально во внешней среде; Свеча не понравилась, практически не горит – Такое поведение свечи говорит о информационном загрязнении канала считывания информации, либо информация по вопросу которому вы работали, пока не может быть открыта;*

– лжемотивация: *Значит вам надо продолжать практики, иначе вес будет и дальше расти; На фото – наблюдается небольшое препятствие, т.е. защита не полностью активирована. Мы рекомендуем провести ритуал ещё раз на убывающую луну;*

Отметим бросающуюся в глаза специфичность лексической составляющей проанализированных диалогов. В наших материалах частотны такие лексические единицы, как *лунный цикл, чистка, отжиг, прожигать, полная луна, убывающая луна, система чакр, ритуал, обряд, сглаз, мастер-практик, поддел, родовая магия, практика, отливка, оплив, трактовка, скрутка, наплыв* и др.

В процессе исследования было выявлено, что продавцы «магических» товаров (свечей и др.) в интернет-диалоге с покупателем нередко используют стратегию манипуляции. Из 120 проанализированных диалогических контекстов в 42 (35%) использовались приемы манипулирования и их разнообразные комбинации: переакцентуация – 3 контекста (4% от общего числа диалогических контекстов в которых используются манипуляции), апелляция к анонимным источникам – 12 контекстов (29%), ложная аргументация 11 (27%), лжемотивация – 8 контекстов (20%) и создание иллюзии одобрения – 8 контекстов (20%). В 78 контекстах (65%) продавцом ни один из манипулятивных приемов использован не был.

Яркой краской подобных интернет-диалогов становится лексическая составляющая: специфическая лексика использовалась в 42 диалогах (35%), при

этом во многих из них лексическая специфичность использовалась в сочетании с разнообразными манипулятивными приемами. Отметим, что в отобранных диалогических контекстах манипулирование регулярно успешно осуществлялось даже без привлечения коннотативно заряженных «магических» слов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – М. : ЛКИ, 2008. – 288 с.
2. Wildberries — модный интернет-магазин одежды, обуви и аксессуаров URL: <https://www.wildberries.by/> (дата обращения 20.01.2025).