

RU

Стратегии и тактики речевого воздействия в дискурсе англоязычных публичных лекций TED Talks

Романовская Л. В., Жернова А. В.

Аннотация. Цель исследования – на основе анализа жанрообразовательных и прагмалингвистических особенностей англоязычных публичных выступлений на платформе TED Talks составить подробный набор ведущих стратегий и тактик речевого воздействия, используемых в данном дискурсе. Публичным выступлениям присущи характеристики научно-популярного дискурса, что обусловлено их жанрово-стилистическими особенностями и ведущей целью – распространение научных знаний в непрофессиональной среде. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые была выявлена и подробно проанализирована группа стратегий воздействующего типа, функционирующих в дискурсе публичных лекций TED. Анализ прагматической направленности выступлений TED Talks свидетельствует о том, что имманентными коммуникативными стратегиями здесь являются стратегии, направленные на установление неконфронтационного контакта с аудиторией, максимально полное, четкое и аргументированное изложение своей позиции в соответствующей области научного знания. В статье подробно анализируются выявленные стратегии, описываются тактические приемы и репрезентирующие их языковые средства, предоставляющие выступающему эффективные механизмы воздействия на аудиторию. В результате исследования были выявлены ингерентные для данного дискурса стратегии: организационная, кооперативная, стратегии аргументирования и самопрезентации.

EN

Strategies and tactics of speech influence in the discourse of English-language TED Talks public lectures

Romanovskaia L. V., Zhernova A. V.

Abstract. Based on the analysis of the genre-forming and pragmalinguistic features of English-language public speeches on the TED Talks platform, the study aims to compile a comprehensive set of the leading strategies and tactics of speech influence used in this discourse. Public speeches demonstrate the characteristics of popular science discourse, which is due to their genre-stylistic features and main goal, i.e. to disseminate scientific knowledge in a non-professional environment. The study is novel in that it is the first to identify and analyse in detail a group of influencing strategies functioning in the discourse of TED public lectures. The analysis of the pragmatic orientation of TED Talks speeches shows that the immanent communication strategies are represented by the strategies aimed at establishing non-confrontational contact with the audience, voicing one's position in the relevant field of scientific knowledge in a most complete, clear and reasoned manner. The paper analyses in detail the identified strategies, describes the tactical methods and language means representing them that provide the speaker with the effective mechanisms of influencing the audience. As a result of the study, the strategies inherent to this discourse have been identified: the strategies of organisation, cooperation, argumentation and self-presentation.

Введение

Основной доминантой современного общества стал обмен информацией, который происходит в достаточно стремительном темпе. Такой информативный всплеск стал возможен в значительной степени благодаря развитию современных информационных ресурсов, которые состоят из экспертных знаний людей соответствующей квалификации. Этот объем знаний постоянно увеличивается за счет наиболее целевых и инновационных научных исследований. Научно-технические достижения становятся достоянием широкой публики, чему способствует развитие и использование современных информационных технологий. Одним из наиболее популярных познавательных информационных ресурсов на сегодняшний день является платформа

TED Talks. *TED* – это глобальное сообщество, которое принимает идеи людей, принадлежащих любой культуре, изучающих разные дисциплины, а главное, стремящихся к более глубокому пониманию мира. В связи с этим у современных исследователей возникает повышенный интерес к изучению типологических особенностей публичных выступлений и к поиску приемов результативного воздействия на восприятие слушателей. Актуальность представленного исследования обусловлена потребностью изучения наиболее эффективных речевых стратегий и тактик воздействия в контексте развития современного информационного общества. Растущая популярность формата публичных лекций в интернет-пространстве, а также выбор тематического поля «Технологии» свидетельствуют о своевременности обращения к данной жанровой разновидности межличностного общения.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач: установление жанровой и стилистической принадлежности выступлений *TED Talks*, определение основных речевых стратегий и тактик воздействия, используемых в выступлениях *TED Talks*, а также выявление репрезентирующих их вербальных средств.

В качестве метода исследования был использован контекстуально-дискурсивный анализ, а также методы сравнения, обобщения и дефиниционного анализа.

Материалы исследования включают англоязычные тексты выступлений на платформе *TED Talks* на тему «Технологии» (*Technology*) за период с 2020 года по 2022 год: Chung S. Why I draw with robots. URL: https://www.ted.com/talks/sougwen_chung_why_i_draw_with_robots; Datar I. How we could eat real meat without harming animals. URL: https://www.ted.com/talks/isha_datar_how_we_could_eat_real_meat_without_harming_animals; Fisher C. Let's scan the whole planet with LiDAR. URL: https://www.ted.com/talks/chris_fisher_let_s_scan_the_whole_planet_with_lidar; Jorgensen D. How wind energy could power earth 18 times over. URL: https://www.ted.com/talks/dan_jorgensen_how_wind_energy_could_power_earth_18_times_over; Knill R. How technology has changed what it's like to be deaf. URL: https://www.ted.com/talks/rebecca_knill_how_technology_has_changed_what_it_s_like_to_be_deaf; Oxley T. A brain implant that turns your thoughts into text. URL: https://www.ted.com/talks/tom_oxley_a_brain_implant_that_turns_your_thoughts_into_text/transcript; Rashbrooke M. 3 ways to upgrade democracy for the 21st century. URL: https://www.ted.com/talks/max_rashbrooke_3_ways_to_upgrade_democracy_for_the_21st_century; Resnick M. Let's teach kids to code. URL: https://www.ted.com/talks/mitch_resnick_let_s_teach_kids_to_code; Scott J. Why you should get paid for your data. URL: https://www.ted.com/talks/jennifer_zhu_scott_why_you_should_get_paid_for_your_data.

Решение поставленных задач стало возможно благодаря теоретической базе, основу которой составили труды отечественных и зарубежных ученых по дискурс-анализу (Карасик, 2002; Красных, 1998); по жанрово-стилистической типологии дискурса (Воронцова, 2014; Таюпова, 2016); по проблемам систематизации и функционирования коммуникативных стратегий (Гагарская, 2006; Иссерс, 2008); по исследованию прагматики воздействия (Зайцева, 2021; Кузьминых, Моисеева, 2021; Мельниченко, Викторова, 2020; Седов, 2003).

Практическая значимость исследования заключается в том, что его результаты могут в значительной степени способствовать совершенствованию коммуникативной компетенции у студентов вузов, обучающихся по таким гуманитарным направлениям, как «Педагогика», «Психология», «Международные отношения». Рекомендации по подбору лексических средств и построению высказывания для оптимизации речевого поведения могут быть использованы в практике вузовского преподавания стилистики, лексикологии, риторики и др. Детальный анализ особенностей функционирования выявленных стратегий и их языковых репрезентаций может быть полезен при написании учебных пособий по развитию навыков публичных выступлений.

Обсуждение и результаты

Одним из ключевых понятий настоящего исследования выступает термин «дискурс», поскольку именно жанрово-стилистические параметры определенного дискурса позволяют адресату выбрать наиболее оптимальные инструменты регулирования межличностного общения на основании сложившихся представлений о нормах, правилах общения, об условиях уместности, о типах коммуникативного поведения. Дискурс дает исследовательскую почву многим наукам. Для психолингвистики он представляет интерес в плане интерпретации речи, здесь изучается процесс перехода от внутреннего кода к вербальному высказыванию с учетом особенностей социально-психологического типа языковой личности. В контексте когнитивной лингвистики дискурс рассматривается как совокупность различных моделей репрезентации общения в сознании языковой личности. Наиболее типичными моделями отражения коммуникации выступают когнитотипы, фреймы, ментальные схемы, сценарии, установки. Социолингвистический подход предполагает анализ участников общения как представителей определенной социальной группы и анализ обстоятельств общения в широком социокультурном контексте (Карасик, 2002, с. 215).

Прагмалингвистика использует понятие «дискурс» в контексте взаимодействия участников коммуникации. Внимание направлено на специфические условия установления и поддержания контакта, оказания взаимного когнитивного и эмоционального влияния в процессе общения, определения коммуникативных ходов в единстве их имплицитного и эксплицитного содержания, отбора коммуникативных стратегий и способов их вербального и невербального воплощения в практике речевого взаимодействия. В данной работе под дискурсом вслед за В. В. Красных понимается «вербализованная речемыслительная деятельность, взятая во всей совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов и закрепленная в форме текстов (устных и письменных)» (1998, с. 128). Сущность дискурса определяется рядом обуславливающих его экстралингвистических факторов, отражающих цели коммуникации, позиции участников речевого

взаимодействия, а также окружающий социальный, идеологический, культурный контекст. Лингвистический и экстралингвистический компоненты дискурса взаимосвязаны и взаимообусловлены, что обеспечивает мобильность и динамичность дискурса.

Для определения функциональной отнесенности исследуемого дискурса *TED*-конференций следует обозначить их ключевые признаки. В первую очередь, целью выступления является информирование и передача общественно значимых сведений, что всегда сопряжено с некоторым воздействием на читателя или слушателя. В процессе взаимодействия с аудиторией выступающий старается убедить публику в чем-либо, внушить ей определенный взгляд на реальность, побудить к совершению действия. Второй главный признак публичного выступления на *TED*-конференции касается таких характеристик, как образность, эмоциональность, оценочность, а также логичность и структурированность повествования, что свойственно публицистическому стилю речи.

Публицистический стиль предписывает использование специфических лексических и синтаксических средств. Так, выступающий часто включает в речь эмоционально-экспрессивную лексику, фразеологизмы, слова в переносном значении. Они сходны с изобразительно-выразительными средствами художественного стиля, однако имеют целью воздействие на адресата. Синтаксис публицистического стиля предполагает использование цепочек однородных членов, вводных слов, причастных и деепричастных оборотов, многосоставных предложений. Все перечисленные лингвистические характеристики присутствуют в ткани публичных выступлений *TED Talks*.

Кроме признаков публицистического стиля, лекции *TED* обладают определенными свойствами научного стиля. Наиболее специфической чертой научного стиля речи является логичность изложения. В научных текстах автор нацелен на доказательное информирование, стремится к истинности и точности, что лексически выражается в виде терминов и специальной фразеологии. На уровне синтаксиса здесь преобладают сложные предложения, безличные конструкции, которые указывают на объективность изложения.

Таким образом, обладающее признаками и публицистического, и научного стилей публичное выступление на платформе *TED Talks* следует относить к научно-популярному стилю как подвиду научного (Карасик, 2002, с. 127), функции которого сводятся к разъяснению материала широкой профессионально неоднородной аудитории в упрощенном виде, воздействию на эмоции и установки реципиента. Основная функция научно-популярного дискурса состоит в «распространении специальных научных знаний в непрофессиональной среде» (Воронцова, 2014, с. 39), что вполне соотносимо с функциями публичных лекций на платформе *TED Talks*.

Передача сообщения не является конечной целью говорящего, речевое послание – это всегда лишь средство для достижения других, часто неязыковых целей, главной из которых является оказание влияния на других людей. Публичные выступления, взятые в аспекте их целенаправленности, имеют воздействующую природу. Онтологический статус понятия воздействия допускает множественное толкование, от широкого понимания его как передачи любой информации субъектом адресату до определения воздействия как процесса, включающего «изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку категориальных структур его сознания, изменение поведения, психического состояния или психофизиологических процессов» (Зайцева, 2021, с. 36). Принимая во внимание сказанное, будем понимать воздействие и как побуждение слушателей к ответному вербальному/невербальному действию, и как формирование у них «определенных эмоций, отношений, оценок, установок, необходимых отправителю речи» (Гришечко, 2008, с. 55).

Очевидно, что любое речевое воздействие на адресата предполагает подбор и использование эффективных коммуникативных стратегий и тактик. Интерпретация этих понятий зависит от подхода, в рамках которого проводится исследование (текстологический, психолингвистический, риторический, прагмалингвистический, когнитивный и др.). Речевые стратегии предполагают планирование процесса общения, а также реализацию разработанного плана. Стратегия реализуется при помощи коммуникативных тактик, которые трактуем как отдельные речевые акты, соответствующие тому или иному этапу в реализации речевой стратегии. Последовательно реализовав коммуникативные стратегии и тактики, говорящий способен обеспечить достижение цели речевого общения (Гагарская, 2006, с. 196). В настоящей работе вслед за О. С. Иссерс под коммуникативной стратегией понимается «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей, который включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» (2008, с. 72). Тактика – одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии.

Стратегии и тактики, как инструменты воздействия на собеседника, обладают целевой обусловленностью, гибкостью и динамичностью. В процессе общения они непрерывно подвергаются корректировке и напрямую зависят от речевых действий участников коммуникации и от постоянно изменяющегося контекста дискурса. Рассмотрим основные стратегии и тактики воздействия, актуализируемые в дискурсе публичных выступлений *TED*.

Любое публичное выступление необходимо структурировать таким образом, чтобы привлечь внимание аудитории к проблематике и оставить о себе положительное впечатление. Это задача закреплена за **организационной стратегией**, маркирующей начало и конец выступления.

Тактика установления контакта с аудиторией призвана открывать выступление. Помимо представления выступающего, в ее задачи входит установление доброжелательной тональности общения. С этой целью спикеры часто используют элементы юмора. *'My name is Rebecca, and I'm a cyborg... I have 32 computer chips inside my head, which rebuild my sense of hearing'* (Knill). / «Меня зовут Ребекка, и я киборг... в моей голове 32 компьютерных чипа, которые восстанавливают мой слух» (здесь и далее перевод выполнен авторами статьи. – Л. Р., А. Ж.). В своем докладе спикер планирует познакомить аудиторию с инновационным приспособлением для людей

с ослабленным слухом. Она представляется «киборгом» (фантастический персонаж Борг из фильма «Звездный путь»), так как такое специальное устройство уже находится у нее в голове и помогает ей слышать. Контрастируя с серьезной тематикой выступления, юмор становится эффективным приемом воздействия, привлекая внимание аудитории и делая выступление запоминающимся.

Публичные лекции всегда завершаются тактикой благодарности, которая вербализуется ритуализованными фразами, чаще всего это фраза *thank you*.

'*Let's dream up a bigger, bolder future of food. Thank you*' (Datar). / «Давайте мечтать о большем и ярком будущем еды. Спасибо». Кроме выражения благодарности в примере присутствует призыв к действию, выраженный побудительной конструкцией *let's*. Эта конструкция эксплицирует намерение выступающего воздействовать на сознание слушателя, вовлечь каждого в решение тех глобальных проблем, о которых сообщалось в выступлении.

Одной из приоритетных задач выступающего с публичной лекцией является не только представление своей точки зрения, но и ее обоснование и приведение доказательств в ее защиту. Для осуществления этой задачи используется стратегия аргументации.

Приводя в своей речи различные факты и примеры, спикер использует тактику иллюстрирования. Факты являются самым надежным аргументом для доказательства собственного мнения, если они верно подобраны и объективно отражают картину события. Как правило, в речи используются статистические, цифровые данные, демонстрирующие, на что опирается спикер для формирования собственного мнения. '*Every time one of those turbines has one rotation of the blades, it creates enough electricity to charge more than 1,400 cell phones. The park itself covers the electricity demand of 600,000 households*' (Jorgensen). / «Каждый раз, когда одна из турбин делает оборот лопастей, она вырабатывает энергию, достаточную для зарядки 1400 мобильных телефонов. Сам парк удовлетворяет потребности в энергии 600000 домохозяйств». С целью доказательства того, насколько эффективна ветроэнергетика в повседневной жизни, Дэн Йоргенсен, министр климата, энергетики и коммунальных услуг Дании, приводит цифровые данные, последовательность предъявления которых идет по возрастанию, что стратегически обусловлено и рассчитано на эффект: в сознании слушателя отражается явная положительная тенденция, которая вызывает доверие к транслируемым идеям.

В основе тактики контрастивного анализа лежит прием сопоставления фактов, событий, результатов, прогнозов (Мельниченко, Викторова, 2020, с. 212). Такой прием обладает большой убедительной силой. '*We have significantly lower capital costs in our plant equipment. We have enormous energy savings. I don't know how many other projects on the planet right now can save 80 to 90 percent of the energy compared to making something the traditional way*' (Jorgensen). / «Наши затраты на производственное оборудование значительно ниже. У нас огромная экономия энергии. Я не знаю, сколько еще проектов на этой планете могут сейчас экономить от 80 до 90 процентов энергии традиционными способами». Выступающий сравнивает применяемый в их компании способ переработки пластика с традиционным, предполагающим менее экологичную и менее экономичную переработку. Идея эксплицируется сравнительной степенью прилагательного *lower*, а также сравнительной конструкцией *compared to*. Такое противопоставление способов переработки отходов формирует в сознании слушателей положительное мнение на основе сравниваемых понятий и их внутренних смыслов. Здесь воздействие направлено на изменение оценок и установок слушающих, которые «навязывает» выступающий, исходя из поставленной коммуникативной цели.

Тактика указания на перспективу эксплицирует прогнозируемые события, стратегические цели и намерения выступающего, который дает оценку текущей ситуации и формулирует прогноз развития событий в будущем. Указание на перспективу может включать предлагаемое решение или предполагаемый результат, что усиливает воздействующий эффект информации на аудиторию. '*It is estimated that by 2030... there will be about 125 billion connected devices in the world*' (Scott). / «По оценкам, к 2030 году в мире будет около 125 миллиардов подключенных устройств». Безличная конструкция *it is estimated* подчеркивает объективность прогнозируемых данных, а форма будущего времени глагола указывает на дальнейшую перспективу.

Из самого названия тактики «обоснованных оценок» (Мельниченко, Викторова, 2020, с. 213) очевидно, что только такие оценки могут быть приняты как аргумент в речи выступающего. Сама необходимость аргументирования предполагает наличие разных точек зрения на одну проблему. Мнение – это суждение или утверждение, которое не является окончательным, в отличие от фактов – истинных аргументов. Мнение исключает объективность высказывания, поэтому эффективность аргументации непосредственно зависит от способа представления оценки. '*The exact part of the brain that we want to connect to, to restore control to the outside world. How cool is that?*' (Oxley). / «Конкретная часть мозга, к которой мы хотим подключиться для восстановления контроля над внешним миром. Как же это круто!». Научно-популярный стиль, к которому относятся анализируемые публичные выступления, допускает включение разговорных, просторечных элементов. Аксиологическое сленговое прилагательное *cool* стилистически контрастирует с научной тематикой выступления. Такой прием применяется умышленно, поскольку является очевидным аттрактантом внимания аудитории, а значит, будет иметь большую силу воздействия на восприятие.

Содержание тактики отсылки к автору заключается в обращении к мнению авторитетной личности, когда срабатывает «эффект имени». При этом когнитивные пресуппозиции выступающего и слушающих должны совпадать, обе стороны должны признавать значимость цитируемой личности. '*I was really inspired by Stanford researcher Fei-Fei Li, who said, «if we want to teach machines how to think, we need to first teach them how to see»*' (Chung). / «Меня очень вдохновил исследователь из Стэнфорда Фей-Фей Ли, который сказал: “Если мы хотим научить машины думать, нам нужно сначала научить их видеть”». Профессор компьютерных наук Sequoia

Capital Стэнфордского университета является общепризнанным авторитетом в своей сфере, к мнению которого прислушиваются многие. Корректные ссылки – это показатель культуры работы с информацией, что всегда имеет убеждающий эффект.

Стратегия самопрезентации относится к речевоздействующим стратегиям, поскольку предполагает создание и управление собственным образом с целью трансформации мнения других о себе. Начало изучению проблемы самопрезентации положил американский социолог Ирвинг Гофман (2000, с. 209), который ввел концепцию «социальной драматургии». Суть ее заключается в том, что в процессе социального взаимодействия человек способен корректировать свое поведение в соответствии с желаниями других, чтобы создать наиболее благоприятное впечатление о себе и достичь наибольшей выгоды от этого взаимодействия.

Выступая перед многочисленной аудиторией, спикер продвигает не только близкие ему идеи, но и себя как носителя этих идей. **Тактика самопродвижения** довольно часто используется в лекциях *TED*. Конструирование профессиональной идентичности, подчеркивание своего статуса в профессиональной среде помогают выступающему установить доверительные отношения с аудиторией. Подобное позитивное позиционирование реализуется посредством демонстрации своих профессиональных и личных качеств либо за счет положительного описания продукта своей деятельности. Данная тактика вполне ожидаемо репрезентируется лексикой с положительной коннотацией, что позволяет спикеру подчеркнуть собственную компетентность, опыт в выбранной сфере. *'I'm so proud to have a son that created the software that allowed these kids to make Mother's Day cards for their mothers'* (Resnick). / «Я очень горжусь тем, что мой сын создал программное обеспечение, с помощью которого дети изготовили открытки и подарили их своим мамам в День матери». В данном примере выступающий косвенно формирует свой положительный образ у аудитории, рассказывая об изобретении своего сына и своей гордости по этому поводу.

Достаточно рекуррентной в рассматриваемом дискурсе становится **тактика самозатруднения**, суть которой заключается в том, что выступающий акцентирует внимание аудитории на трудностях, с которыми ему пришлось столкнуться, выполняя ту или иную задачу. Подчеркивание факта преодоления препятствий и проблем, безусловно, повышает ценность успеха автора. Тактику репрезентирует негативная оценочная лексика для описания самих сложностей и эмоционального состояния автора. Однако, когда речь заходит о способах решения проблемы и проявленных выступающим личных качеств на пути к преодолению препятствий, репертуар лексических средств наполняется лексемами положительной семантики, здесь типичны прилагательные в превосходной степени и интенсификаторы. *'We were painstakingly mapping, building foundations by hand – hundreds of them'* (Fisher). / «Мы кропотливо составляли карты, создавали проекты вручную – сотнями». Описание процесса картографирования, проводимого вручную (*by hand*), усиливает эффект его трудоемкости (название *painstakingly* имеет значение 'taking a lot of effort and attention to detail' (Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/painstakingly>) – «прилагать усилия и уделять внимание деталям»; фраза *hundreds of them* подчеркивает длительность процесса). Выступающий готовит аудиторию к положительному восприятию тех технических устройств, которые упрощают работу археологов и о которых речь пойдет далее.

Бесспорный воздействующий эффект присущ **тактике экземплификации**, когда выступающий приводит примеры из своей жизни и деятельности. Спикер выступает как пример, достойный подражания. Инструментами данной тактики являются лексемы положительной оценки качеств выступающего, которые подчеркивают, что их носитель – человек опытный и добросовестный. *'We felt a moral and ethical responsibility to protect this site as it was...'* (Fisher). / «Мы чувствовали моральную и этическую ответственность за защиту сайта в его нынешнем виде». Воздействующий эффект подобных высказываний усиливается тем, что выступающий активизирует обе сферы психической деятельности человека – рациональную (сообщение о фактическом поступке – необходимости защиты – *protect*) и эмоциональную (создание образной оценки поступка с помощью лексем *moral and ethical responsibility*, содержащих референцию к качествам личности, которые социум оценивает положительно).

В основе **стратегии кооперации** лежит обращение к аудитории с целью достижения взаимопонимания, спикер стремится вызвать у слушателей эмпатию, а также привлечь внимание к проблематике выступления.

Тактика апелляции к слушателю является важным моментом в установлении доверительных отношений с аудиторией. От выбора адекватного обращения зависит траектория развития дальнейшей интеракции. *'It transforms electricity into hydrogen. And that, friends, that's the game changer'* (Jorgensen). / «Он превращает электричество в водород. И это, друзья, меняет правила игры». Называя слушателей «друзьями», выступающий сокращает межличностную дистанцию между собой и аудиторией, повышая тем самым уровень доверия и влияния на слушателей.

Тактика солидаризации представляет собой обращение к аудитории с целью демонстрации единства мнений, убеждений («я с вами, я вас понимаю / разделяю вашу проблему»). Тактика реализует стремление создать ощущение «психологического созвучия» выступающего и аудитории. *'The problem is the situations in... in which we all have been asked to do our democratic work. The problem is the outdated democratic technology that we've all been forced to use'* (Rashbrooke). / «Проблема заключается в ситуациях, когда от нас требуется делать нашу общую работу. Проблема заключается в устаревших демократических технологиях, которыми мы вынуждены пользоваться». С помощью инклюзивного личного местоимения *we* спикер отождествляет себя со слушателями, а также глобально со всем человечеством, чтобы выразить причастность каждого к описываемым проблемам. Подчеркивание масштаба проблемы провоцирует у слушающих некомфортное чувство вины,

а значит, желание изменить ситуацию к лучшему. Солидаризация со слушателями предполагает совместную ответственность за совершенные действия, что, в свою очередь, выступает мотивирующим фактором.

Тактика «обращения к юмору» (Мельниченко, Викторова, 2020, с. 213), как прием создания «психологического комфорта», относится к гармонизирующим инструментам. *'The number one question that I get about the cochlear implant when people hear about the magnets is whether my head sticks to the refrigerator'* (Knill). / «Самый первый вопрос, который мне задают люди, когда слышат о кохлеарном имплантате: прилипает ли моя голова к холодильнику». Вопреки существующим в научно-популярном стиле конвенциональным коммуникативным нормам и правилам вербального поведения, выступающий использует шутку как «нестандартный» тактический прием, повышающий эффективность прагматического воздействия на слушающих. Комический эффект ситуации усиливается использованием просторечной лексики (*sticks*). Апелляция к юмору, как атрибуту неформального общения, в публичном выступлении создает дружелюбную обстановку, настраивает слушателей на восприятие информации в позитивном ключе.

Все рассмотренные стратегии и реализующие их тактики обладают явной прагматикой воздействия. Это полностью коррелирует с функциональной направленностью дискурса публичных лекций, суть которой сводится к влиянию на мнение и поведение слушающих в соответствии с основной целью выступающего. Данный дискурс демонстрирует общение на «кооперативно-актуализаторском уровне» (Седов, 2003, с. 25), которому присущи уважение к собеседнику, равенство сторон и открытость приемов воздействия.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Находясь на стыке двух жанров и синтезируя их жанрообразующие признаки, выступления *TED Talks* относятся к научно-популярному подстилю, поскольку сочетают в себе научную стройность, логичность и структурность; с другой стороны, им присущи образность, эмоциональность, доступность информации и ориентация на широкую аудиторию, свойственные публицистической речи.

Речевое воздействие является неотъемлемой частью дискурса лекций *TED*. Главным результатом настоящего исследования является достаточно исчерпывающий и актуальный перечень персуазивных коммуникативных стратегий и тактик, типичных для дискурса публичных лекций *TED*, основными из которых являются организационная, кооперативная, стратегии аргументирования и самопрезентации.

Инструменты, эксплицирующие интенцию воздействия, обнаруживаются на всех уровнях языка. Однако наиболее действенным и интенсивно используемым оказывается лексический уровень, включающий единицы с оценочной семантикой, инклюзивные местоимения, интенсификаторы. Они служат прагматическими сигналами персуазивной направленности.

Представленное исследование сосредоточилось на ведущих стратегиях публичных лекций на платформе *TED Talks*. Перспективы дальнейшего анализа представляются в том, что перечень основных стратегий может быть дополнен вспомогательными стратегиями, используемыми для повышения эффективности основных. Еще одним вектором исследования мог бы стать анализ дискурса публичных лекций других тематических областей, что поможет решить вопрос об универсальном статусе выявленных стратегий.

Источники | References

1. Воронцова Т. А. Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 6 (335). Филология. Искусствоведение. Вып. 88.
2. Гагарская Е. А. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре объявления о знакомстве // Речевое общение. 2006. Вып. 8-9 (16-17).
3. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2000.
4. Гришечко Е. Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 4.
5. Зайцева А. В. Речевое воздействие как основная составляющая современной коммуникации // Новые горизонты русистики. 2021. № 13.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: URSS/УРСС; ЛКИ, 2008.
7. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
8. Красных В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация. М.: Диалог-МГУ, 1998.
9. Кузьминых Ж. О., Моисеева Е. А. Реализация коммуникативной стратегии персуазивности в лекциях жанра TED talk // Труды Поволжского государственного технологического университета. Серия «Социально-экономическая». 2021. № 9.
10. Мельниченко Т. В., Викторова Я. А. Коммуникативные стратегии и тактики публичных выступлений (на материале TED-talks) // Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы: мат. V междунар. науч. конгр. Симферополь: Ариал, 2020.

11. Седов К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н. Г. Чернышевского, 2003. Вып. 2.
12. Таюпова О. И. Теоретические основы исследования научно-популярного дискурса // Вестник Башкирского университета. 2016. № 3.

Информация об авторах | Author information

RU

Романовская Лидия Валентиновна¹, к. филол. н., доц.
Жернова Анна Владимировна²

^{1,2} Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова

EN

Romanovskaia Lidiia Valentinovna¹, PhD
Zhernova Anna Vladimirovna²

^{1,2} Nizhny Novgorod State Linguistics University

¹ lvromanovskaya@lunn.ru, ² anna.zhernova.vl@gmail.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 27.02.2023; опубликовано (published): 17.05.2023.

Ключевые слова (keywords): стратегия; тактика; дискурс; публичная лекция TED Talks; речевое воздействие; strategy; tactics; discourse; TED Talks public lecture; speech influence.