

УДК 811.111
DOI <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2022-87-3>

TED TALKS: КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ

Гарасим Т. О.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології
та методики навчання англійської мови
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
вул. Максима Кривоноса, 2, Тернопіль, Україна
orcid.org/0000-0002-4971-7809
garasym@tnpu.edu.ua*

Довбуш О. І.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології
та методики навчання англійської мови
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
вул. Максима Кривоноса, 2, Тернопіль, Україна
orcid.org/0000-0003-3637-9676
dowbiwg@tnpu.edu.ua*

Скорейко-Свірська І. П.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології
та методики навчання англійської мови
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
вул. Максима Кривоноса, 2, Тернопіль, Україна
orcid.org/0000-0002-7179-6064
skoreiko@tnpu.edu.ua*

Ключові слова: *TED Talks, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, веб-лекція, гібридність, аргументація.*

Стаття присвячена вивченню особливостей вербалізації комунікативних стратегій і тактик виступів у форматі TED, що з кожним днем стають все популярнішим способом самоосвіти та поширення прогресивних ідей серед глядачів та інтернет-користувачів різного віку. Актуальність роботи зумовлена малою кількістю здійснених досліджень, спрямованих на різновекторну лінгвостилістичну та функціональну характеристику TED-виступів. У статті з'ясовано жанрову специфіку лекцій і промов у форматі TED, визначено їхній гібридний характер. Під гібридністю розуміється те, що лекції у форматі TED Talks належать до групи публічних виступів, що містять характеристики публіцистичного, розмовного та зрідка художнього та наукового стилів мовлення. Розглянуто твердження, що TED-лекція є мультимодальним текстом, який містить параметри комунікації у вигляді живої інтерактивної лекції, де текст лекції супроводжується інфографікою, відео-, аудіо- та презентаційними матеріалами, а невербальна реакція аудиторії (сміх, оплески, жести) є частиною цього мультимодального тексту. Вказано, що для промов у форматі TED характерними є лаконічність виразів, чітка та логічна синтаксична структура з уживанням значної

кількості сполучних і вставних слів, високий рівень персуазивності. У статті проаналізовано такі особливості лекцій у форматі TED Talks, як обмеження у тривалості (до 18 хвилин, перед лекторами стоїть таймер із відліком часу), уживання елементів гумору та сатири для формування ідейних переконань. «Комунікативна стратегія» розглянута як шаблон поведінки, що орієнтований на досягнення комунікативної цілі за допомогою вибору конкретних комунікативних тактик. У статті визначено, що однією з найчастіше вживаних комунікативних стратегій у промовах TED є стратегія аргументації, яка реалізується за допомогою таких комунікативних тактик, як тактика обґрунтування, цитування, наведення прикладів, апелювання до авторитетів. Аналіз англомовних лекцій TED Talks засвідчує, що продуктивними комунікативними тактиками є цитування, наведення прикладів, встановлення причинно-наслідкових зв'язків.

TED TALKS: COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS

Harasym T. O.

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology and Methods
of Teaching English
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
Maksyma Kryvonosa str., 2, Ternopil, Ukraine
orcid.org/0000-0002-4971-7809
garasym@tnpu.edu.ua*

Dovbush O. I.

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology and Methods
of Teaching English
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
Maksyma Kryvonosa str., 2, Ternopil, Ukraine
orcid.org/0000-0003-3637-9676
dowbuwg@tnpu.edu.ua*

Skoreiko-Svirska I. P.

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology and Methods
of Teaching English
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
Maksyma Kryvonosa str., 2, Ternopil, Ukraine
orcid.org/0000-0002-7179-6064
skoreiko@tnpu.edu.ua*

Key words: *TED Talks, communicative strategy, communicative tactics, web lecture, hybridity, argumentation.*

The article is devoted to the study of the specificity of verbalizing communicative strategies and tactics of speeches in the TED format, which are becoming an increasingly popular way of self-education and dissemination of progressive ideas among viewers and Internet users of various ages. The relevance of the work is determined by the insufficient number of conducted studies aimed at the multi-vector linguistic and stylistic and functional characteristics of TED speeches. The article clarifies the genre specificity of lectures and speeches

in the TED format and defines their hybrid nature. Hybridity refers to the fact that TED Talks lectures belong to public speeches that contain characteristics of publicistic, colloquial, and occasionally artistic and scientific styles of speech. It is considered that the TED lecture is a multimodal text that contains communication parameters in the form of a live interactive lecture, where the text of the lecture is accompanied by infographics, video, audio and presentation materials, and the non-verbal reaction of the audience (laughter, applause, gestures) is part of this multimodal text. It is indicated that speeches in the TED format are characterized by brevity of expressions, a clear and logical syntactic structure with the use of a significant number of connecting and parenthetical phrases, and a high level of persuasiveness. The article analyzes such features of lectures in the format of TED Talks as the limitation in duration (up to 18 minutes, a timer is in front of the lecturers), the use of elements of humor and satire for the formation of ideological beliefs. "Communicative strategy" is considered as a pattern of behavior aimed at achieving a communicative aim through the selection of specific communicative tactics. The article determines that one of the most frequently used communicative strategies in TED speeches is the strategy of argumentation, which is implemented with the help of such communicative tactics as justification tactics, quoting, providing examples, appealing to authorities. The analysis of English language TED Talks lectures proves that quoting, giving examples, establishing cause-and-effect relations are productive communicative tactics.

Постановка проблеми. Динаміка розвитку соціальних процесів і суспільства загалом позитивно впливає на технологічний та інформаційний прогрес. Доступ до інформації став легший, поступово людство позбувається проблеми свободи слова та доступу до інформації. Самоосвіта в умовах модернізації та глобалізації освітніх процесів у сучасному світі набуває все більшої популярності, адже стрімкий розвиток інформаційних і комп'ютерних технологій ставить під питання необхідність самоосвіти як способу пізнавальної діяльності особистості, її саморозвитку та самоактуалізації. Важливо, що покоління Y та Z (люди, що народились у період із 1983 до 2010 рр.) не обмежують себе навчанням у школі чи університеті, а шукають додаткові джерела та ресурси цінної інформації, яка дозволяє їм йти в ногу із часом і бути конкурентоспроможними фахівцями у своїй галузі. Актуальність наукової розвідки зумовлена малою кількістю здійснених досліджень, спрямованих на лінгвістичну та функціональну характеристику виступів у форматі TED, що з кожним днем стають більш популярним способом самоосвіти та поширення прогресивних ідей серед глядачів та інтернет-користувачів різного віку.

Мета і завдання статті. Метою статті є встановлення особливостей реалізації комунікативних стратегій і тактик в англомовних лекціях TED Talk. Відповідно до мети статті важливо вирішити такі завдання:

– висвітлити жанрові особливості лекції TED Talk;

– визначити основні комунікативні стратегії та тактики, характерні для лекції у форматі TED;

– охарактеризувати особливості реалізації комунікативних стратегій і тактик у сучасних англомовних TED-лекціях.

Предмет і об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є процес функціонування англомовних лекцій у форматі TED, а предметом виступають комунікативні стратегії та тактики, використані в лекціях TED Talks.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найпопулярнішим у світі натеper є формат лекцій і відеолекцій TED Talks, організованих неприбутковим американським фондом TED, що означає *Technology, Entertainment, Design* (Технології, Розваги, Проекти). TED Talk – це виступ перед аудиторією на певну тему, що в здебільшого є актуальною в суспільстві. Фонд TED запрошує впливових спікерів з абсолютно різних сфер діяльності. Перед публікою виступають філософи, бізнесмени, меценати, а також педагоги, політики та люди, які готові поділитись своїми ідеями та відкриттями з іншими. Упродовж 18 хвилин запрошені мовці проводять лекцію для певної аудиторії, презентуючи власні ідеї та залучаючи глядачів до дискусії. Девізом усіх виступів TED Talks є слова: *"Ideas Worth Spreading"* («Ідеї варті поширення»). Усі проведені лекції записуються, а згодом публікуються у відеоформаті або безпосередньо на сайті фонду TED (www.ted.com), або на каналі компанії, що у відкритому доступі розміщений на відеохостингу YouTube (<https://www.youtube.com/c/TED/featured>).

Лекція TED є гібридним жанром мовлення, сформованим на основі науково-популярного стилю з елементами художнього, публіцистичного та розмовного стилів. Оскільки публічні виступи належать до публіцистичного стилю, то ми можемо простежити його елементи в TED-лекціях. На відміну від інших стилів мовлення, публіцистичний стиль має два усні різновиди – ораторський підстиль і підстиль радіо- та телевізійних дикторських текстів. Загальною метою публіцистичного стилю є вплив на громадську думку, переконання читача або слухача у правильності того чи іншого погляду, спонукання його до прийняття цієї думки. До того ж для публіцистичного стилю характерними є лаконічність виразів, чітка та логічна синтаксична структура з використанням сполучних слів, емоційно забарвлених слів [4, с. 126–128].

Згідно з Вікторією Жуковською, основною функцією наукового стилю, елементи якого простежуються у виступах TED, є передача знань, фактів, результатів і даних, отриманих шляхом експериментів і гіпотез [2, с. 146]. Окрім цього, у лекціях TED також є деякі елементи розмовного та художнього стилів, адже в розмовному стилі відсутній попередній відбір мовленнєвого матеріалу, що ніяк не може бути елементом виступів у стилі TED, оскільки спікери готують свій виступ завчасно. Проте основне призначення розмовного стилю – бути засобом невимушеного спілкування та живого обміну думками, що цілком добре простежується в лекціях TED [2, с. 23–24].

Під час проведення аналізу ознак художнього стилю важливо наголосити, що лише деякі з його елементів наявні в TED Talks. Наприклад, використання його в поетично-художній творчості та художній літературі не може бути елементом усних публічних виступів, проте такі ознаки, як вплив на людську психіку, почуття, думки через зміст і вплив засобами художнього слова через систему образів на розум і волю слухачів, формування ідейних переконань, моральних якостей і естетичних смаків, наявні практично в усіх лекціях у жанрі TED [2, с. 80–86].

У праці “TED Talks as an Emergent Genre” дослідниця Джулія Людвіг описує жанрові особливості TED-лекцій. На її думку, виступи у стилі TED передбачають чітку структуру, адже спікери якісно підготовані до презентації, отримують вказівки та дотримуються чіткої форми виступу. Тривалість лекцій становить не більше 18 хвилин. Окрім того, більшість спікерів володіють високим рівнем ораторського мистецтва, уміють зацікавити глядачів і тримати аудиторію в піднесеному настрої за допомогою елементів гумору, іронії та сатири. Дослідниця також наголошує на центральній меті таких лекцій, а саме – ділитись своїми прогресивними іде-

ями з іншими та залучати публіку до їх реалізації [12, с. 2]. Авторка статті «Що таке TEDx та чому варто витратити час на перегляд цих відео» Альбіна Курбанова стверджує, що отримати запрошення стати спікером TED – велика честь. Серед доповідачів TED у різний час були Нік Вуйчич, сер Річард Бренсон, Білл Гейтс, Ілон Маск, Гордон Браун, Едвард Сноуден, Філіп Старк і багато інших [3].

Італійська лінгвістка Джудітта Кальєндо, авторка робіт, присвячених жанру TED, стверджує, що цей жанр є гібридом навчальної лекції, конференційної доповіді та телевізійного документального фільму [7, с. 101–132]. TED-лекції – це мультимодальний текст, що поєднує в собі всі параметри комунікації, які представлені у вигляді живої інтерактивної лекції. Вербальний текст лекції часто супроводжується графічними зображеннями, відео, презентаціями та навіть аудіофайлами. Спонтанна реакція аудиторії також є частиною цього мультимодального тексту та проявляється у відповідних невербальних реакціях, як-от сміх, оплески, жести [5, с. 270].

Марта Томахів характеризує відеолекції як новий суміжно-периферійний мультимодальний жанр наукового дискурсу. Науковиця здійснила комплексну класифікацію відеолекцій за: форматом (відеолекція-презентація, власне електронна відеолекція); тривалістю (коротка, середня, довга); місцем зйомки (у студії, навчальній аудиторії тощо); орієнтацією на рівень освіченості аудиторії (відеолекції для професійного самовдосконалення, загального розвитку, ознайомлюючі відеолекції, інформативні відеолекції); ступенем емоційності мовця (емоційно нейтральні, формальні; емоційно забарвлені; емоційно-експресивні); рівнем володіння англійською мовою лектором (англійська як рідна, лектор – носій мови; англійська як друга мова); науково-навчальною спрямованістю (інформативні лекції, теоретичні лекції, практичні лекції) та комунікативно-прагматичною спрямованістю (відеолекція-презентація, відеолекція-інструкція, відеолекція-інтерв'ю, мультимодальна відеолекція).

Згідно з Мартою Томахів, важливими цілями відеолекції є презентація та передача інформації навчально-наукового змісту, створення сприятливої атмосфери навчання, переконання слухачів у достовірності наукової інформації, полегшення процесу засвоєння та запам'ятовування інформації, соціалізація нових членів віртуальної спільноти, зацікавлення, мотивація та заохочення до подальшого навчання в інтерактивній формі [6, с. 5–6].

Флорій Бацевич визначає комунікативну стратегію як «правила та послідовності комунікативних дій, яких дотримується адресант для досягнення певної комунікативної мети», а

комунікативна тактика – це «сукупність прийомів і методів реалізації комунікативної стратегії, визначена лінія мовленнєвої поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаному» [1, с. 339–340]. Так, кожна мовленнєва взаємодія передбачає комунікативну ціль (тактичний результат, на який спрямований конкретний акт спілкування), що реалізується за допомогою комунікативних стратегій і тактик. Комунікативна стратегія – це правила та послідовності комунікативних дій, яких дотримується комунікант для досягнення певної комунікативної цілі, а комунікативна тактика, у свою чергу, виступає сукупністю прийомів і методів реалізації комунікативної стратегії.

Стратегії належать до планування та підготовки дій, тоді як тактики за ієрархією нижчі, ніж стратегії. Тобто комунікативних тактик значно більше, ніж комунікативних стратегій. Тактика є переліком способів і прийомів, обраних для виконання чітко поставленого завдання, а також безпосередньою їх реалізацією в комунікаційній діяльності. Поставлені комунікативні цілі зазвичай мають декілька способів досягнення, а вибір тактики завжди має безліч альтернативних рішень [5, с. 365].

Т. Пастернак вважає стратегію аргументації однією з найпоширеніших комунікативних стратегій у спілкуванні. Дослідниця зазначає, що ця стратегія реалізується за допомогою таких комунікативних тактик:

1. Тактики обґрунтування, що реалізується за допомогою встановлення причинно-наслідкових семантичних зв'язків.

2. Тактики цитування, яка вербалізується за допомогою непрямой мови і вживання таких сполучників, як «згідно з, відповідно до, за <...>», наведення конкретного джерела інформації або його автора.

3. Тактики наведення прикладів.

4. Тактики апелювання до авторитетів, де авторитетом виступає конкретна впливова людина чи орган державної або місцевої влади [5, с. 365].

У результаті проведеного аналізу виступів у жанрі TED ми визначили, що вони, як і інші форми комунікації, передбачають певні комунікативні цілі, що реалізуються за допомогою обраних мовцем стратегій і тактик. Прагматичний спектр комунікативних тактик значно ширший, ніж кількість стратегій, адже саме від вибору шляхів комунікації залежить її ефективність. Оскільки основною метою TED Talk є поширення прогресивних ідей і залучення публіки до їх реалізації, під час підготовки до виступу лектори обирають стратегії та тактики, які стануть ефективними в досягненні комунікативної мети спікера.

На нашу думку, стратегія аргументації найчастіше використовується у виступах жанру TED, адже її цілі збігаються з метою лекторів, що виступають перед публікою. Обґрунтування особистої думки, цитування відомих людей, наведення прикладів із власного життя та життя суспільства, звернення до авторитетних осіб із великою ймовірністю допоможуть лекторам просунути свої прогресивні ідеї в маси та переконати глядачів у тій чи тій думці.

У TED-виступі Мартіни Фіцджеральд *“It’s Time For More Women in Politics”* спостерігаємо вправне використання лекторкою тактики наведення прикладів з особистого життя (*“There’s one question I particularly hate when it comes to women in politics. I find it really frustrating, and I think it’s fundamentally sexist, and I was once asked this question by a radio presenter during an interview <...>”*) і тактики цитування (*“<...> and he said to me: “Do you think that more women are progressing in politics without the sufficient knowledge and experience?”* [8, 00:30], що є способами стратегії аргументації. Ця стратегія вважається найвдалішою для публічних виступів у стилі TED, адже аргументування власної думки є ефективним шляхом до переконання публіки.

У репліці *“Now, in her memoir about the last US presidential election, Hillary Clinton, you know, raised this theme about women often been described as strident, feisty, high-maintenance, emotional, all terms I hate. But she made the point, that men are viewed as assertive and ambitious, and that’s something that keeps coming up for women in different fields”* [8, 11:43] можемо спостерігати тактику апелювання до авторитетів (*Hillary Clinton*), тактику додаткового привертання уваги (*you know <...>*). Ці шляхи досягнення комунікативної цілі вважаємо елементами стратегії аргументації та стратегії інформування, адже лекторка ділиться важливою інформацією з аудиторією. Важливо, що непряма мова є частиною тактики цитування, яку лектори використовують, щоби реалізувати стратегію аргументації (*she made the point, that men are viewed as assertive and ambitious <...>*).

У промові *“Violence against women – it’s a men’s issue”* Джексона Каца спостерігається тактика наведення за приклад відомих організацій (*“Why do we hear over and over again about new scandals erupting in major institutions like the Catholic Church or the Penn State football program or the Boy Scouts of America, on and on and on?”*) [10, 06:50]. Ці тактики націлені на зміну психо-емоційного стану співрозмовника та прийняття конкретної позиції, а також роблять виступ вражаючим і експресивним. У свою чергу, значна кількість риторичних питань є особливістю риторичної стратегії, у межах якої застосовують прийоми

ораторського мистецтва та техніки ефективного впливу на слухача (стратегія привертання уваги, стратегія драматизації). Наприклад: “*What’s going on with men? Why do so many adult men sexually abuse little girls and boys? Why is that a common problem in our society and all over the world today? <...> What’s going on with men? Why do so many men rape women in our society and around the world? Why do so many men rape other men? What is going on with men?*” [10, 06:50].

Беручи до уваги екстралінгвістичні засоби мовлення, які використовує Джексон Кац, зокрема підвищення голосу, емоційні логічні наголоси, паузи, жестикуляцію та позицію тіла, доходимо висновку, що лектор схиляється до емоційно-впливової комунікативної стратегії. Ми бачимо мовленнєві акти, що виражають емоційний стан мовця, його стривоженість щодо питань, які він обговорює з аудиторією. Він висловлює своє занепокоєння перед глядачами за допомогою тактики вживання повторень. Окрім того, Джексон Кац використовує тактику наведення прикладів (“*So, for example, if you’re a guy and you’re in a group of guys playing poker, talking, hanging out, no women present, and another guy says something sexist or degrading or harassing about women <...>*”) і тактику озвучування порад для впливу на адресата (“*<...> instead of laughing along or pretending you didn’t hear it, we need men to say <...>*”) [10, 12:37].

У лекції TED Talk “*The Science of Women’s Leadership*”, що була проведена Алексіс Кандою-Олмстед, лекторка демонструє комбінацію комунікативних стратегій і тактик, зокрема інформативну комунікативну стратегію, що реалізована використанням тактики інформування глядачів за допомогою демонстрації статистичних даних особистого дослідження (“*<...> and in a group of 200 undergrad students at Boston University, only 14% got the riddle right. I had a group of youth aged 7 to 17, 15% got the riddle right. I got the riddle wrong in a woman’s studies class <...>*”) і емоційно-впливову комунікативну стратегію, за якої лекторка намагається здійснити вплив на психоемоційний стан аудиторії за допомогою загадки (“*So, I have a riddle for you. Let’s see if you can solve it <...>*”) [9, 00:05].

У публічних виступах загадки можуть мати форму запитання та відповіді, що, з одного боку, репрезентують якісь факти, з іншого – можуть спантеличити слухачів. Тактика використання загадок застосовується для введення аудиторії в оману або для розваги публіки. У такому разі загадка виконує гумористичну функцію, оскільки міміка й емоції лекторки змінюються з нейтральних на позитивні в момент, коли вона озвучує правильну відповідь.

Мішель Пенелопа Кінг у TED-лекції “*It’s Not You, It’s Your Workplace*” дотримується однієї

комунікативної стратегії – стратегії аргументації, яку вона реалізує за допомогою тактик наведення прикладів і обґрунтування, формуючи причинно-наслідкові зв’язки: “*The research finds that women are four times more likely to rise to senior leadership positions, and men are twice as likely, because we no longer advancing a small number of people who fit the ideal. Everybody’s got an opportunity to make it, everybody’s free to be themselves, and this might sound like a great place to work, but the truth is workplaces need this more than we do*” [11, 06:54].

У наведеному прикладі спостерігаємо акт обґрунтування думки, наслідком якої є те, що “*women are four times more likely to rise to senior leadership positions, and men are twice as likely*”, а причиною – “*because we no longer advancing a small number of people who fit the ideal*”.

Висновки і перспективи подальших розробок. Лекції у форматі TED Talks належать до групи публічних виступів, що містять характеристики публіцистичного, розмовного та зрідка художнього та наукового стилів мовлення. Для них характерні лаконічність виразів, чітка та логічна синтаксична структура зі значною кількістю сполучних і вставних слів, високий рівень персуазивності. Особливостями лекцій у форматі TED Talks є обмеження у тривалості (до 18 хвилин, перед лекторами стоїть таймер із відліком часу), уживання елементів гумору, сатири, жартів і формування ідейних переконань.

Найчастіше комунікативною ціллю виступів у форматі TED є переконати глядачів у правильності тієї чи іншої думки, висловити свою позицію стосовно певної теми, іноді маніпулювати свідомістю аудиторії та спонукати її до дій. До всіх комунікативних цілей лектори обирають найефективніші, на їхню думку, комунікативні стратегії, які вони реалізують за допомогою обраних комунікативних тактик у мовленнєвих актах. Стратегія аргументації, яку мовці здійснюють за допомогою тактик цитування, наведення прикладів, встановлення причинно-наслідкових зв’язків, є однією із провідних у TED-лекціях. Перспективою подальших досліджень англійських лекцій TED Talks може бути визначення семантичних, синтаксичних і прагматичних характеристик промов у форматі TED для визначення типологічних особливостей жанру TED Talks.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
2. Жуковська В. Основи теорії та практики стилістики англійської мови : навч. посіб. Житомир : Вид-во Житом. держ. ун-ту ім. І. Франка, 2010. 240 с.

3. Курбанова А. Що таке TEDx та чому варто витрачати час на перегляд цих відео. *Na chasi*. 26.04.2018. URL: <https://cutt.ly/zPqvOuh> (дата звернення: 26.10.2022).
 4. Матюха Г., Карпінська М. Функціональні стилі сучасної мови та особливості інтерпретації англomовного газетного стилю. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2016. № 24. Т. 2. С. 126–128.
 5. Пастернак Т. Комунікативні стратегії і тактики дискурсу «співбесіда при прийомі на роботу». *Studia Linguistica* : збірник наукових праць. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. С. 363–367.
 6. Томахів М. Просодичні засоби мовленнєвого впливу в сучасному англomовному науковому дискурсі (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі відеолекцій) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2018. 19 с.
 7. Caliendo G. The popularization of science in web-based genres. *The Language of Popularization : Theoretical and Descriptive Models* / ed. by G. Bongo and G. Caliendo. Bern : Peter Lang, 2012. P. 101–132.
 8. Fitzgerald M. It's Time for More Women in Politics. TEDxTrinityCollegeDublin, 2019. URL: <https://cutt.ly/6Nxx7A8> (дата звернення: 26.10.2022).
 9. Kanda-Olmstead A. The Science of Women's Leadership. TEDxCSU, 2018. URL: <https://cutt.ly/DNxed5M> (дата звернення: 26.10.2022).
 10. Katz J. Violence against women – it's a men's issue. TEDxFiDiWomen, 2013. URL: <https://cutt.ly/DNxx5I> (дата звернення: 26.10.2022).
 11. King M.P. It's Not You, It's Your Workplace. TEDxChelseaPark, 2019. URL: <https://cutt.ly/jNxeQ1q> (дата звернення: 26.10.2022).
 12. Ludewig J. TED Talks as an Emergent Genre. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*. 2017. Vol. 19. № 1. P. 2–8.
 13. Lyons A. Multimodality. *Research Methods in Intercultural Communication: A practical guide* / ed. by Zhu Hua. Oxford : Wiley-Blackwell, 2016. P. 268–280.
- REFERENCES**
1. Batsevych, F.S. (2004). *Osnovy komunikativnoi lnhvistyky* [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv. Academia [in Ukrainian].
 2. Zhukovska V.V. (2010). *Osnovy teorii ta praktyky stylistyky anhliiskoi movy* [Basics of the theory and practice of stylistics of the English language]. Zhytomyr. Publishing house of Zhytomyr Ivan Franko State University [in Ukrainian].
 3. Kurbanova A. Shcho take TEDx ta chomu varto vytrachaty chas na perehlyad tsykh video [What is TEDx and why you should spend time watching these videos]. *Na chasi*. Retrieved from <https://cutt.ly/zPqvOuh> (2022, October, 26) [in Ukrainian].
 4. Matiukha H.V., Karpinska M.O. (2016). Funktsionalni styli suchasnoi movy ta osoblyvosti interpretatsii anhlo-movnoho hazetnoho styliu [Functional styles of modern language and peculiarities of interpretation of English language newspaper style]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu* [Scientific Bulletin of the International Humanitarian University], vol 24, issue 2, pp. 126–128 [in Ukrainian].
 5. Pasternak T.A. (2011). Komunikativni stratehii i taktyky dyskursu “spivbesida pry pryiomii na robotu” [Communicative strategies and tactics of discourse “employment interview”]. *Studia Linguistica* : collection of scientific works. Kyiv. Publishing house “Kyiv University”. Pp. 363–367 [in Ukrainian].
 6. Tomakhiv M.V. (2018). *Prosodychni zasoby movlennivoho vplyvu v suchasnomu anhlo-movnomu naukovomu dyskursi (eksperymentalno-fonetychne doslidzhennia na materialii videolektsii)* [Prosodic means of speech influence in modern English language scientific discourse (experimental and phonetic research on the material of video lectures)]. (Extended abstract of candidate's thesis). Kyiv National Linguistic University. Kyiv [in Ukrainian].
 7. Caliendo G. (2012). The popularization of science in web-based genres. *The Language of Popularization: Theoretical and Descriptive Models*. Bern : Peter Lang. Pp. 101–132 [in English].
 8. TED (2019, March 2019). *It's Time for More Women in Politics / Martina Fitzgerald* [Video]. YouTube. <https://cutt.ly/6Nxx7A8> [in English].
 9. TED (2018, April 2018). *The Science of Women's Leadership / Alexis Kanda-Olmstead* [Video]. YouTube. <https://cutt.ly/DNxed5M> [in English].
 10. TED (2013, February 2013). *Violence against women – it's a men's issue / Jackson Katz* [Video]. YouTube. <https://cutt.ly/DNxx5I> [in English].
 11. TED (2019, July 2019). *It's Not You, It's Your Workplace / Michelle King* [Video]. YouTube. <https://cutt.ly/jNxeQ1q> [in English].
 12. Ludewig, J. (2017). TED Talks as an Emergent Genre. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 19 (1), 2–8 [in English].
 13. Lyons, A. (2016). Multimodality. *Research Methods in Intercultural Communication: A practical guide* / ed. by Zhu Hua. Oxford : Wiley-Blackwell. Pp. 268–280 [in English].