

УДК 378.374:008:37.06.
DOI 10.32782/NPU-VOU.2024.2(93).07

Віолета БУБЛИК

старший викладач кафедри лінгвістики та перекладу
Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
<https://orcid.org/0000-0002-1056-3208>

СПЕЦИФІКА МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ ЛЕКЦІЙ TED: АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ

У цій статті досліджується особлива форма реалізації мотиваційного дискурсу у форматі науково-популярних відеолекцій TED Talks, які стали популярними та доступними для широкої аудиторії завдяки використанню різних медіаформатів, таких як відео, аудіо, трансляції в режимі реального часу та інтернет-платформи TED Talks. Мета статті – провести когнітивно-дискурсивний аналіз засобів виразності, які використовуються доповідачами TED Talks для надання впливу на когнітивну, емоційну сферу аудиторії. На підставі методу суцільної вибірки текстів автор складає лімітований корпус текстів на теми «Вивчення мов», «Бізнес», який піддається подальшому когнітивно-дискурсивному аналізу, виявляючи особливості організації медіатексту TED Talks, фонетичні, лексичні та граматичні одиниці, пов'язані з темою лекції, спікером TED передачі інформації. Зокрема, автор виявляє використання таких прийомів, як паузація, інтонація, голосова експресія, риторичні питання, повтори, паралелізм. Аналіз семантико-синтаксичних особливостей також дав змогу виявити ряд особливостей мови лекторів TED, які здатні впливати на сприйняття повідомлень.

Ключові слова: відеолекції TED Talks, мотиваційний дискурс, когнітивно-дискурсивний аналіз, когнітивно-мовленнєві стратегії, риторичний прийом, мовленнєва дія, сприйняття, увага, пам'ять.

Violeta BUBLYK

SPECIFICITY OF MOTIVATION DISCOURSE OF TED TALKS: ANALYSIS OF EXPRESSION MEANS

This article examines a special form of motivational discourse in the format of TED Talks, which have become popular and accessible to a wide audience thanks to the use of various media formats such as video, audio, live broadcasts, and the TED Talks Internet platform. The aim of the article is to conduct a cognitive and discursive analysis of the expressive means used by TED Talk speakers to have an impact on the cognitive and emotional sphere of the audience. Based on the method of complete text sampling, the author compiles a limited corpus of texts on the topics of "Language Learning" and "Business", which are subjected to further cognitive and discursive analysis, revealing the features of the organization of the TED Talks media text, phonetic, lexical and grammatical units related to the lecture topic and used by the TED speaker to convey information. In particular, the author identifies the use of techniques such as pausing, intonation, vocal expression, rhetorical questions, repetition, and parallelism. Analysis of semantic and syntactic features has also revealed a number of speech peculiarities of TED lecturers that are capable of influencing message perception.

Key words: TED Talks video lectures, motivational discourse, cognitive and discourse analysis, cognitive and speech strategies, rhetorical device, speech impact, perception, attention, memory.

Вплив дискурсу на людське пізнання й активізація різних пізнавальних установок є одним із головних завдань дискурсивної практики. Дискурс як спосіб передачі може активізувати установки й модифікувати пізнавальні процеси людини. Водночас багато чинників впливають на установки людей, зокрема досвід, освіта, професійна приналежність і соціальні контакти. При цьому всі перелічені параметри, безумовно, впливають на людське пізнання за допомогою різних видів дискурсу через соціальну взаємодію, комунікацію та мають особливе значення. Вплив, як зазначають учені, може бути позитивним, надихаючим, мотивуючим, провокаційним тощо. Проте потенціал дискурсу, що впливає, багато в чому залежить від того, яким чином використовуються мовні засоби для його реалізації. Безсумнівно, всі мовні засоби, що використовуються в дискурсі, здебільшого націлені на надання певного впливу на адресата, на його пізнавальні процеси, зокрема увагу, сприйняття, пам'ять, мислення та емоції. Отже, дискурс відіграє важливу роль в організації пізнавальних процесів, формуванні та модифікації уявлень і установок, активізуючи нові знання та переоцінюючи старі, що робить його значним інструментом у багатьох сферах сучасної життєдіяльності, таких як освіта, медіа, політика й інші.

Беручи до уваги, що дискурс загалом і медіадискурс зокрема є складним комунікативним явищем, пронизаним екстралінгвістичними факторами, не тотожним поняттю тексту, є актуальним його комплексне, когнітивно-дискурсивне осмислення й аналіз. Цей аналіз передбачає вивчення когнітивних механізмів, які активуються під час сприйняття та створення дискурсу, таких як увага, пам'ять, мислення й емоції.

Сьогодні немає жодних сумнівів у тому, що TED Talks – це формат лекційних виступів у жанрі науково-популярного медіадискурсу, у яких провідні фахівці різних областей діляться своїми ідеями, знаннями та досвідом перед широкою аудиторією. TED (від англ. Technology, Entertainment,

Design) – це некомерційна організація, що організовує конференції та розміщує відеозаписи виступів TED-спікерів на сайті TED та інших платформах для широкої аудиторії. Лекції TED стали невід'ємною частиною сучасної культури та є одним із найефективніших способів породження нового знання. У цій статті будуть вивчені лінгвокогнітивні механізми, які використовуються в лекціях TED Talks для досягнення максимального впливу ефекту, породження нових знань або закріплення вже існуючих для підтвердження чи спростування якогось наукового факту чи теорії.

Об'єктом дослідження цієї статті є корпус відеолекцій TED talks як одного з різновидів мотиваційного дискурсу, що являє собою короткі виступи експертів у різних галузях знань із метою просвітництва, нахнення й мотивування аудиторії. Лекції TED Talks широко поширені у світі та визнані сьогодні одним із найефективніших інструментів мотивації та навчання.

Під час дослідження було використано такі методи: аналітичний огляд наукових джерел, зіставлення, систематизація, узагальнення, дискурс-аналіз корпусу текстів мотиваційних лекцій TED Talks. Для проведення аналізу було складено скрипти лекцій, вивчені далі за допомогою контенту аналізу й аналізу дискурсивних характеристик. До центру дослідницької уваги потрапили лінгвістичні й екстралінгвістичні особливості лекцій TED Talks, прийоми та стратегії, які використовуються лекторами у промові для успішної передачі інформації, способи утримання фокусу уваги аудиторії, алгоритми активізації когнітивних механізмів сприйняття й обробки інформації. Вибір певної тематики та кількості спікерів (лекцій) для подальшого аналізу був обумовлений специфікою дослідження.

Результати та дискусія. Аналіз мотиваційного дискурсу TED Talks потрібно розпочати з фонетичного рівня, його звукової оболонки, що передбачає зосередження уваги не тільки на звуках, що вимовляються лектором, але і, що важливіше, на невід'ємних складових інтонації, таких як паузація, мелодика, ритм, темп, логічний

наголос, висота тону, гучність, і навіть манера мови лектора. Тут слід зазначити, що звуки і тембр мови лектора не піддавалися аналізу в межах цього дослідження, оскільки є здебільшого індивідуальними характеристиками спікера. Аналіз фонетичного рівня не лише сприяє осмисленню емоційного стану самого оратора, його ставлення до теми виступу, а й виявляє мети, які спікер переслідує, щоб вплинути на ефективне сприйняття лекції.

Для переконання промовцю потрібно пристосувати мову до аудиторії, яка має прийняти рішення і, навпаки, пристосувати характер аудиторії до типів та оперативності інформаційної насиченості рішень. Голос і спокійний тон є важливим засобом вираження установок, емоцій та є одним із важливих факторів переконливості. Проведений аналіз фактичного матеріалу дає змогу говорити про те, що спікери TED Talks ведуть лекції у розміреному темпі з логічними паузами, плавно підвищуючи та знижуючи тон. Подібна мова створює ефект спокою та впевненості в тому, що лектор знає, що говорить, він має рацію, що, безсумнівно, доповнює образ лектора-експерта. Цей факт співзвучний із думкою фахівців, які підкреслюють, що саме звукові й невербальні сигнали в мові того, хто говорить, мають максимальний вплив на слухача. За нашими спостереженнями, у розстановці логічного наголосу, виділенні голосом важливих ідей міститься велика частина емоційної складової промови спікера TED. Саме в такі моменти лекцій спостерігається максимальний емоційний посыл оратора до аудиторії, що виражається в таких емоціях, як здивування, захоплення, наснагу та ін. Транскрипція відеоматеріалів свідчить про те, що спікери TED рідко використовують довгі паузи у своїй промові. Зазначимо, що потреба в перериванні мови буває нерідко обумовлена таким чинником, як реакція у відповідь аудиторії. Під час такої реакції аудиторії у вигляді сміху та коментарів змушує оратора зробити понад десять пауз під час лекційного виступу. Як зазначають вчені, подібна реакція, що виражається у вигляді оплесків, сміху,

завичай свідчить про схвальну реакцію аудиторії на висловлювання, щоб продовжити свою промову. Такі паузи допомогли посилити когнітивний ефект від жарту лектора. Аудиторія отримала можливість усвідомити й оцінити гумористичну складову жарту чи смішної фрази, що, безсумнівно, сприяє ефективній комунікації між TED лектором та аудиторією, підвищуючи рівень залучення слухачів, і посилює ефект від жарту.

Важливо, що спікери TED нерідко використовують презентації як візуальний супровід лекції для підкріплення або виділення будь-якої інформації в лекції. При цьому для привертання особливої уваги використовуються фото-, відеоматеріали, великі шрифти, різні види графічного виділення тексту. Використання таких коштів мають, на думку дослідників, додатковий потенціал, що впливає на аудиторію. Когнітивні процеси, пов'язані зі сприйняттям зображень, такі як розпізнавання, категоризація та асоціація, можуть допомогти аудиторії краще зрозуміти й запам'ятати інформацію, представлену TED-лектором під час виступу. Крім того, використання картинок і світлин допомагає лектору активізувати увагу аудиторії та повернути її інтерес. Під час дослідження було зазначено, що когнітивний ефект від візуальних матеріалів може бути посилений, якщо вони використовуються TED-спікером із метою ілюстрування й підкреслення ключових ідей і понять, про які говорить лектор, а також допомагають йому надати емоційного забарвлення своєї мови.

Риторичне питання відіграє важливу роль у встановленні зв'язку між лектором TED та його слухачами. Насправді, риторичне питання є питанням лише формою, оскільки за змістом промовець повідомляє щось; повідомлення, на відміну від питання, має зворотний стосовно затвердження / заперечення характер. Риторичне питання, задане лектором своїм слухачам, наголошує на впевненості автора в тому, що адресату зрозуміла й очевидна відповідь. За допомогою риторичних питань нерідко актуалізуються чи реконструюються

ті знання, які вже є в адресата, але з якихось причин вони не перебувають у центрі його уваги. Нерідко спікер ставить кілька питань, що пов'язані або логічно змінюють одне одного. У своїй лекції «У житті є щось більше ніж щастя» Емілі Сміт представляє ключову тематичну тезу свого виступу у формі риторичного питання, за яким слідує ще одна, яка налаштовує слухача на певний хід роздумів і навіть певною мірою підводить до відповіді, після чого дає свій коментар у вигляді думки експертів-психологів про те, що таке «щастя», що виступає провідним поняттям усієї лекції: *Is there more to life than being happy? – And what's the difference between being happy and having meaning in life? Many psychologists define happiness as state of comfort and ease, feeling good in the moment. Meaning, though, is deeper.* Риторичне питання – явище частотне в жанрі лекцій TED Talks. Спікери TED вдаються до цього прийому в 19 з 20 проаналізованих нами виступів (95 %).

Відібрані нами приклади переконливо свідчать, що риторичне питання дає змогу як переконливо підвести аудиторію до певного висновку, сформувані в неї певні думки й установки, так і викликати емоційний відгук. Наприклад, лекція Рити Вілсон під назвою «Питання, яке я майже ніколи не ставила, але як воно змінило моє життя» побудовано навколо риторичного питання: «Що ти хочеш?». TED-спікер зачепить його протягом усієї лекції 4 рази. *What do I want? What do you want?* Задане на самому початку лекції риторичне питання спонукає слухачів задуматися про свої бажання та мотиви, а також стимулювати аудиторію до дії у напрямку покращення та зміни свого життя.

Риторичне питання може мати експресивний вплив на адресата дискурсу, оскільки він зазвичай формулюється таким чином, щоб підкреслити або посилити переконання промовця. Риторичне запитання може викликати емоційний відгук у адресата, наприклад наголосити на згоді з оратором або викликати протест. У своїй лекції під назвою «Звичка, яка може покращити вашу кар'єру» мотиваційний оратор

Пол Кечлав ставить серію загальних питань до аудиторії, які, найімовірніше, мають на увазі позитивну відповідь: *Have you been bored with projects to try something new? Would you like to be a manager? Would you like to see people grow and form and develop them? Do you think you could do a better job than your own manager?* Нерідко особливу експресію риторичне питання набуває за вираженої несумісності форми та змісту. Подібний вплив полягає в тому, що адресат несвідомо залучений до когнітивних операцій, як-от приєднатися до міркування, самостійно зробити висновок або навіть знайти відповідь, яка зовсім неочевидна. У цій же лекції Пол Кечлав перемикається на свій особистий досвід і каже: *I've had careers as opera singer, Catholic priest, corporate lawyer, and now, a management consultant.* Така несподівана заява про те, що спікер працював оперним співаком, католицьким священиком і корпоративним адвокатом викликає комічний ефект і аудиторія вибухає сміхом, що змушує його зробити невелику паузу й продовжити, поставивши риторичне питання, яке, за його словами, неминуче напрошується на його адресу: *The most common question I get asked – maybe the one that's on your mind – is, What on earth is the connection amongst it all?* Після чого аудиторія знову сміється і в промові спікера настає чергова пауза.

Наступний рівень когнітивно-дискурсивного аналізу – семантико-синтаксичний: у дискурсі синтаксис і семантика пропозицій взаємопов'язані та взаємодіють одне з одним. Синтаксична структура речення визначає його семантичне значення, а семантичні елементи речення впливають на його синтаксичну структуру. Такий взаємозв'язок найчастіше здійснюється шляхом референтних коштів. Як зазначає дослідник, якщо адресат тексту з'явився в ньому, далі адресант може згадати його шляхом відповідної форми особистого займенника чи вказівного, чи певної синонімічної форми. Ці форми є формами логічної зв'язності тексту. Тут важливо наголосити, що семантична зв'язність – пряма дія на когнітивну сферу адресата,

оскільки залежить від знань і суджень про те, що можливо в цьому світі. Так само для привернення уваги, зміщення фокусу уваги аудиторії в певному напрямку спікери TED нерідко (73 %) використовують паралельні синтаксичні конструкції, що повторюються. Наважимося припустити, що лектор TED, обмежений рамками дискурсу лекції, не має можливості використовувати емоційно-оцінну лексику, тому часто вдається саме до подібних емоційно-оцінних засобів, які в науковому / науково-популярному дискурсі виконують експресивно-пояснювальну й експресивно-емфатичну функції.

Зважаючи на те, що мотиваційний дискурс лекцій TED Talks – це усний вигляд науково-популярного дискурсу, паралельні конструкції роблять мову спікера ритмічною, що не тільки посилює увагу адресата до інформації, а й одночасно передає емоційний настрій адресанта. Продемонструємо використання паралельних конструкцій на прикладах. У своїй лекції «Хочеш змінити світ? Починай з того, що будь сміливим, щоб подбати про нього» Клео Уейд розповідає про свій досвід спілкування з новонародженим немовлям, яке народилося у її кращої подруги. Свою лекцію оратор представляє у вигляді внутрішнього діалогу з немовлям, якому доведеться зустрітись зі світом і прийняти багато викликів. Передбачається, що цей лист у майбутнє дитина прочитає, коли зросте. Вона розповідає йому, як знайти сили, і дає поради, як поводитись у різних життєвих ситуаціях. Лектор починає кожен наступну думку, оформлену у вигляді окремого короткого зв'язного висловлювання, з тієї самої фрази, що повторюється: *The world will say to you...* за якою слідує якась теза, щоразу нова. Хочеться відзначити, що ця конструкція, яка передає кожен нову думку в мові лектора, що триває трохи більше 10 хвилин, повторюється протягом лекції 14 разів.

Як відомо, дискурс не складається з окремо взятих речень. Дискурс – це комплексна освіта. Загальна семантична макроструктура тексту складається зі значень кожного запропонованого речення, що утворюють єдину тему тексту. Розуміння та відтворення сенсу відбувається за пев-

ними лінгвістичними правилами за допомогою операцій селекцій, аналізу, узагальнення тощо й безпосередньо залежить від концептуального знання про світ, який має адресат. Як і пропозиції, макроструктури організовані за певними синтаксичними правилами, мають особливу синтаксичну конфігурацію, яка відрізняє дискурси одне від одного.

Висновки. Медіатизація суспільних відносин сприяє перетворенню всіх сфер життєдіяльності людини, зокрема освітнього простору, в межах якого функціонують різні види дискурсу, які потребують осмислення нових інформаційно-комунікативних координат. Прикладом такого виду дискурсу є мотиваційний дискурс науково-популярних лекцій TED Talks, що поєднує в собі характеристики мотиваційного дискурсу та медіадискурсу.

Не викликає сумніву, що мотиваційний дискурс науково-популярних лекцій TED Talks має низку когнітивних особливостей, які роблять його більш привабливим для цільової аудиторії. У звуковій, візуальній і семантико-синтаксичній організації лекцій TED полягає важлива роль у досягненні ефективної реалізації мотиваційного дискурсу. Звукова організація, як-от голосовий тембр, швидкість спікера і використання пауз, може впливати на емоційну реакцію аудиторії і сприяти виділенню ключових моментів у мові TED-лектора. Семантико-синтаксична організація, що передбачає використання паралелізму, повторень та інших стилістичних прийомів, сприяє покращенню запам'ятовування лекційного матеріалу та спрощенню його розуміння. Безперечно, що звукова, візуальна та семантико-синтаксична організація лекцій TED взаємодіють для забезпечення найбільшої ефективності в реалізації мотиваційного дискурсу. Наголосимо, що подібний когнітивно-дискурсивний вплив пов'язаний зі зміною знань, переконань, уявлень і світогляду слухачів. Важливо відзначити, що картина світу, яка формується у слухача внаслідок виступу TED-лектора, є критичним параметром оцінки впливу мотиваційного дискурсу науково-популярних лекцій TED Talks на адресата.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Aguilar, M.** (2012). Blended learning and the language teacher: a literature review. *Colombia Applied Linguistics Journal*. P. 163–180.
2. **Feyten, C.M.** (1991). The power of listening ability: an overlooked dimension in language acquisition. *Modern Language Journal*. 75 (2). P. 173–180.
3. **Nation, S.P., & Newton, J.** (2008). Teaching ESL/EFL listening and speaking. New York: Routledge.
4. **Nunan, D.** (1997). Designing and adapting materials to encourage learner autonomy. In: Benson P, Voller P (eds.) *Autonomy and independence in language learning*. London: Longman. P. 192–203.
5. **Pintrich, P.R.** (2000). The role of goal orientation in self-regulated learning. In: Boekaerts M, Pintrich PR, Zeidner M (Eds.). *Handbook of self-regulation*. San Diego, CA: Academic Press. P. 451–502.
6. **Sharma, P., & Barrett, B.** (2007). *Blended Learning*. Oxford: Macmillan.
7. **Tomlinson B., & Whittaker, C.** (Eds.). (2013). Introduction. *Blended Learning in English Language Teaching: Course Design and Implementation*. P. 11–23.
8. **Vandergrift, L.** (1997). The Cinderella of communication strategies: Reception strategies in interactive listening. *Modern Language Journal*. P. 494–505.
9. **Wolvin, A.D.** (2010). *Listening and human communication in the 21st century*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
10. **Wolvin, A.D., & Coakley, C.G.** (2000). Listening education in the 21st century. *International Journal of Listening*. 14 (1). P. 143–152.