



НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'1

Дата поступления: 06.09.2023  
рецензирования: 08.10.2023  
принятия: 25.11.2023

## Языковые актуализаторы стратегии взаимодействия в жанре TED-лекции

О.А. Богинская

Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск, Российская Федерация  
E-mail: olgaa\_boginskaya@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9738-8122>

**Аннотация:** Исследования последних лет неизменно показывают, что научно-популярный дискурс является интерактивным событием, успех которого зависит от степени взаимодействия говорящего и аудитории. Однако метадискурсивные стратегии, используемые в научно-популярных жанрах, включая TED-лекции, адресованные широкой аудитории, остаются малоизученными. Игнорирование данной области прагмалингвистического анализа предопределяет необходимость исследования стратегий взаимодействия говорящего и аудитории. В качестве материала исследования использовались 80 скриптов TED-лекций, размещенных на сайте [ted.com](http://ted.com). Целью исследования является анализ языковых средств актуализации стратегии взаимодействия TED-лектора с аудиторией, их разновидностей, прагматических функций и частотности. Для решения поставленных задач были применены методы количественного и интерпретативного анализа. Исследование показало, что TED-лекторы использовали целый репертуар средств взаимодействия с аудиторией, наиболее продуктивными из которых оказались вопросы и референции к адресату. Было установлено, что на лексическом и грамматическом уровнях стратегия взаимодействия актуализировалась с помощью глаголов в повелительном наклонении, местоимений первого и второго лица, вопросительных конструкций, а также безличных конструкций с прилагательными с семантикой солидарности. Результаты анализа позволили предположить, что TED-лекторы стремятся сконструировать эффективный диалог с адресатом, вовлечь их в процесс репрезентации научной информации, делая ее доступной для непрофессиональной аудитории. Был сделан вывод о том, что правильное использование стратегии взаимодействия в жанре TED-лекции является показателем прагматической компетентности говорящего и залогом эффективной коммуникации с аудиторией.

**Ключевые слова:** стратегия взаимодействия; языковые актуализаторы взаимодействия; TED-лекции; научно-популярный дискурс; метадискурс; директивы; референции к адресату; вопросы.

**Цитирование.** Богинская О.А. Языковые актуализаторы стратегии взаимодействия в жанре TED-лекции // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology. 2023. Т. 29, № 4. С. 183–190. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-4-183-190>.

**Информация о конфликте интересов:** автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Богинская О.А., 2023

Ольга Александровна Богинская – доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков, Иркутский национальный исследовательский технический университет, 664074, Российская Федерация, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 06.09.2023  
Revised: 08.10.2023  
Accepted: 25.11.2023

## Linguistic realizations of engagement in TED talks

О.А. Boginskaya

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, Russian Federation  
E-mail: olgaa\_boginskaya@mail.ru. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9738-8122>

**Abstract:** The article describes linguistic items used for actualizing the engagement strategy in the oral genre of popular science discourse of TED lectures, which seems to be understudied in modern scientific linguistics literature. A huge number of studies have shown that popular science discourse is an interactive event, the success of which depends on the degree and efficiency of interaction between the speaker and the audience. However, the metadiscourse strategies employed in popular science genres, including TED talks addressed to a wide audience, remain insufficiently studied. The research gap in this area of pragmalinguistics predetermines the need to study the strategies of interaction between the speaker and the audience. The research corpus consists of 80 scripts of TED talks posted on the [ted.com](http://ted.com) website. The aim of the study is to analyze linguistic items used for realizing the strategy of engagement of the audience into the discussion, their categories, pragmatic functions and frequency. In order to study the types, functions and frequency of linguistic actualizers of engagement, the methods of quantitative and interpretive analysis were adopted. The study showed that TED lecturers use a variety of language tools, the most productive of which were questions and reader mentions. It was found that at the lexical and grammatical levels, the engagement strategy was realized through imperative verbs, first and second personal pronouns, interrogative constructions, as well as impersonal constructions with solidarity adjectives. The results of the analysis suggested that TED speakers strive to construct an effective dialogue with the addressee, to engage the audience in the process of representing scientific information, making it accessible to lay listeners. It was concluded

that the pragmatically correct use of the engagement strategy in the genre of TED talks is an indicator of the pragmatic competence of the speaker and the key to effective communication with the audience.

**Key words:** engagement; linguistic supporters of engagement; TED talks; popular science discourse; metadiscourse; directives, reader mentions; questions.

**Citation.** Boginskaya O.A. Linguistic realization of engagement in TED talks. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2023, vol. 29, no. 4, pp. 183–190. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-4-183-190>. (In Russ.)

**Information on the conflict of interests:** the author declares no conflict of interest.

© Boginskaya O.A., 2023

Olga A. Boginskaya – Doctor of Philological Sciences, professor of the Department of Foreign Languages, Irkutsk National Research Technical University, 83, Lermontov Street, Irkutsk, 664074, Russian Federation.

## Введение

В XX веке потребность популяризации научного знания стала причиной появления различных жанров научно-популярного дискурса. Эта потребность стала особенно интенсивно развиваться с появлением интернет-технологий, которые вносят коммуникативную динамику, влияющую на развитие дискурсивных практик в научной среде. Растет количество научно-популярных текстов, представленных в сети Интернет, появляются новые жанры.

TED (Technology, Entertainment and Design) становится одним из новых способов представления научной информации в виртуальном пространстве. Это некоммерческая организация, целью которой является распространение идей в форме коротких выступлений и обмен образовательными уроками через систему TED-ED. Как указывается на веб-сайт *ted.com*, миссия TED – to discover and spread ideas that spark imagination, embrace possibility and catalyze impact (*находить и распространять идеи, которые пробуждают воображение, используют возможности и стимулируют воздействие*). Организация приглашает спикеров, представляющих различные научные дисциплины и культуры.

Возникновение и популярность данного жанра обусловлены растущим интересом к научной информации, удовлетворяемым цифровыми ресурсами, популяризирующими науку. Это профильные сетевые порталы и авторские блоги на различных площадках, ставшие точкой соприкосновения с научной информацией [Рысакова 2022]. Однако восприятие научных текстов представляет значительные трудности для неподготовленной аудитории и может вызвать отторжение, привести к коммуникативным неудачам. С целью их предотвращения создатели научно-популярных текстов должны выступать в роли посредников между научным содержанием и обыденным сознанием, отбирая те языковые средства, которые позволяют сконструировать эффективный диалог.

Научно-популярные жанры неоднократно оказывались объектом исследований отечественных и зарубежных лингвистов, многие из которых ставили цель выявить стратегии, используемые авторами для конструирования эффективного диалога с аудиторией [Akin, Scheufefe, 2017; Bauer, Allum, Miller 2007; Boginskaya 2022 a, 2022 b; SchmidPetri 2017; Scheufefe 2014].

Однако большинство таких исследований проводилось на материале письменных жанров научно-популярного дискурса. В настоящей статье анализируются языковые актуализаторы взаимодействия с неподготовленной аудиторией, их разновидности, прагматические функции и частотность употребления на материале устного жанра научно-популярного дискурса – TED-лекций.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

(1) выявить лексико-грамматические средства, участвующие в реализации стратегии взаимодействия в жанре TED-лекции;

(2) определить их прагматические функции;

(3) установить частотность использования данных языковых средств в корпусе текстов.

С целью анализа разновидностей, функционала и частотности языковых актуализаторов стратегии взаимодействия в TED-лекциях был применен количественный метод. Чтобы выйти за рамки простого перечисления обнаруженных языковых средств мы привлекли метод интерпретативного анализа.

Ниже приведены этапы анализа, результаты которого представлены в настоящей статье:

(1) выявление языковых средств актуализации стратегии взаимодействия с аудиторией;

(2) категоризация выявленных языковых средств;

(3) определение частотности языковых средств актуализации стратегии взаимодействия внутри каждой категории;

(4) определение прагматических функций, реализуемых данными языковыми средствами.

В целях настоящего исследования был сформирован корпус из 80 TED-лекций, скрипты которых размещены на официальном сайте конференции *ted.com*.

При формировании корпуса мы опирались на следующие критерии отбора:

(1) тематическое разнообразие;

(2) актуальность: все TED-лекции были размещены на сайте 2020–2023 гг.

Объем корпуса составляет 151 667 слов. Средняя длина презентации – 1896 слов.

## TED-лекции как жанр научно-популярного дискурса

Жанр TED-лекции – один из новых жанров научно-популярного дискурса – является проектом

американского фонда, который с 1984 года проводит ежегодные конференции в штате Калифорния с целью распространения уникальных научных идей. На конференциях представители различных научных дисциплин выступают перед аудиторией с короткими, заранее подготовленными лекциями, которые читаются без опоры на письменный текст, что способствует доверительному контакту с аудиторией. Выступление носит преимущественно монологический характер, изредка сопровождаясь ответами спикера на вопросы ведущего.

TED-лекции имеют цель не только информировать аудиторию о результатах научных исследований, дать им оценку, но и вовлечь аудиторию в дискуссию, что требует от говорящего умения излагать идеи доступным языком, постоянно поддерживать контакт с аудиторией, использовать наглядные материалы и удобный видеоформат.

Жанр TED-лекций является гибридным, совмещая признаки научного, публицистического и разговорного стилей. Данной точки зрения придерживаются, в частности, Дж. Калиендо и А. Компаньоне, которые полагают, что TED-лекции лежат на пересечении нескольких жанров: традиционные лекции, газетные статьи, выступления на конференциях и научные телепередачи [Caliendo, Compagnone 2014]. Гибридность заключается и в попытке представить научное содержание, используя понятный для носителя обыденного сознания язык. Во время выступления лектор излагает научную информацию в доступной для непрофессиональной аудитории форме, стремясь при этом удержать внимание адресата.

Особенностью TED-лекций также является и режим коммуникации: в отличие от традиционных лекций, проходящих в синхронном режиме, коммуникация в рамках TED-лекций является асинхронной и не предполагает прямого взаимодействия лектора и аудитории [Викторова 2019, с. 257].

Еще одной отличительной чертой данного жанра является гетерогенность, которая заключается в разностатусности адресанта и адресата: адресант – специалист в определенной научной сфере, а адресат – непрофессионал, носитель обыденного сознания. Информация, передаваемая спикером, рассчитана на широкого адресата, должна быть доступна для адекватного восприятия, интересна и занимательна [Викторова 2020, с. 404].

Как отмечает Н.В. Нечаева, TED-лектор использует различные языковые средства для привлечения внимания гетерогенной аудитории и формирования у нее определенного отношения к рассматриваемой проблеме. Образный язык, как подчеркивает исследователь, придает TED-выступлениям эмоциональность и усиливает воздействие на непрофессиональную аудиторию, превращая лекцию в дружескую доверительную беседу [Нечаева 2016].

Отсюда очевидно, что жанр TED-лекций реализует несколько коммуникативных функций, наиболее значимыми среди которых являются информативная, оценочная и фатическая. Рассмотрим их более подробно.

TED-лекция призвана информировать аудиторию о научных фактах, достижениях, открытиях, что позволяет говорить об информативной цели как доминирующей в данном жанре. Приведем пример высказываний из выборки, реализующий данную цель:

(1) *So invertebrate animals **are** animals that don't have a backbone. So this is actually most of the animals on the planet. It ranges from things like insects to clams to sea sponges to worms.*

Лектор рассказывает аудитории об особенностях строения беспозвоночных животных. Первичная цель данного высказывания – передача фактической информации. Семантическое развертывание, вводимое с помощью глагола-связки *are*, исключает непонимание биологического термина. Той же прагматической цели служат второе и третье предложения, где научное знание репрезентируется путем спецификации и экземплификации.

Однако данный жанр имеет оценочный характер, который проявляется в указании на значимость, актуальность или необычность тех или иных аспектов рассматриваемого феномена, выражении своего отношения к нему:

(2) *I like the jellyfish, though, even though the coral is **perhaps a more famous** example. The jellyfish is **nice** because we can take a tentacle of a jellyfish and look at it under the microscope, and that allows us to see this process.*

Лектор эксплицирует свое отношение к медузам, дает оценку процессу их изучения. Оценочная функция в приведенном примере реализуется с помощью глагола *like*, прилагательных *nice* и *more famous*, а также наречия *perhaps*.

Еще одной коммуникативной функцией TED-лекций является фатическая, заключающаяся в установлении контакта с аудиторией, вовлечении ее в дискуссию. Реализации данной цели способствуют модальные глаголы, местоимения первого и второго лица, вопросительные конструкции, императивные конструкции с функцией побуждения к действию, призывающие адресата к совместным действиям, вовлекающим его в совместные размышления.

(3) *And so **we should** expect this revolution in **our** understanding of these microscopic organisms, and particularly fungi, to transform how **we** understand and how **we** manage **our** ecosystems in a foundational way.*

(4) *Now **picture** trying to make that snowman when the ball of snow is as big as **you** are and **you're** standing on your head.*

(5) *But now **consider** the journey that would be required.*

В данных примерах лекторы используют целый арсенал языковых средств, которые позволят

включить адресата в дискурс, идентифицировать его как активного участника лекции. Этой цели служат местоимения первого и второго лица *we, our, you*, модальный глагол *should*, а также глаголы, побуждающие к действию *picture* и *consider*.

Интерес к языковым средствам актуализации стратегии вовлечения или реализации фатической функции послужил поводом для настоящего исследования.

### Метадискурс как интеракциональная категория и средства его речевой актуализации

Любой дискурс – это прежде всего «интеракциональное пространство, предполагающее динамику интерперсональных отношений, которые проявляются посредством речевого взаимодействия» [Богинская 2023, с. 167]. Данный аспект взаимодействия адресанта и адресата известен как метадискурс, категории которого используются для обозначения отношений адресанта к пропозициональному содержанию высказываний и помогают адресату правильно интерпретировать содержание текста [Hyland 2005].

К. Хайленд выделил две группы метадискурсивных средств: интерактивные и интеракциональные. Интерактивные средства связывают отдельные высказывания в логически связный текст,

помогая адресату верно интерпретировать его содержание, а интеракциональные участвуют в конструировании диалога с адресатом и экспликации авторского отношения к пропозициональному содержанию (хеджи, бустеры, маркеры отношения, самореференции и средства вовлечения) [Hyland 2005].

Маркеры взаимодействия считаются важным риторическим инструментом, позволяющим привлечь внимание адресата и вовлечь его в диалог с говорящим.

К. Хайленд выделил пять категорий актуализаторов взаимодействия: директивы, референции к адресату, вопросы, апелляции к общим знаниям и опыту, отступления [Hyland 2005] (см. табл. 1).

Данная таксономия будет использована в настоящем исследовании в качестве методологической базы.

### Результаты анализа

Опираясь на таксономию К. Хайленда, обратимся к анализу языковых средств реализации стратегии взаимодействия в корпусе TED-лекций, иллюстрируя обнаруженные метадискурсивные маркеры примерами.

Количественный анализ выявил частотность средств взаимодействия в исследуемом корпусе (см. табл. 2).

Таблица 1

### Таксономия средств взаимодействия с аудиторией

Table 1

#### Taxonomy of audience interaction tools

Категория	Функция	Примеры
Директивы	Побуждение адресата к действию	<i>Let's end the silence around suicide.</i>
Референции к адресату	Прямое обращение к адресату, идентификация адресата как лица, разделяющего одинаковые с говорящим взгляды	<i>And for more and more of us, home has really less to do with a piece of soil than, you could say, with a piece of soul.</i>
Вопросы	Привлечение внимания адресата, приглашение адресата принять участие в дискуссии	<i>What defines a home? What does inclusive leadership look like?</i>
Апелляции к общим знаниям и опыту	Презюмирование наличия у адресата схожего когнитивного багажа и опыта познания мира	<i>And we know from that study that when you want reality, you go to the needle.</i>
Отступления	Прерывание потока информации комментариями	<i>And – as I believe many professionals will acknowledge – one pill twice a day is not as good at three pills.</i>

Таблица 2

### Частотность маркеров взаимодействия с аудиторией

Table 2

#### Frequency of audience interaction markers

Маркеры взаимодействия	Частотность
Вопросы	598
Референции к адресату	543
Директивы	411
Апелляции к общим знаниям и опыту	211
Отступления	0
Всего	1763

Как видно из таблицы 2, наиболее продуктивными средствами актуализации стратегии взаимодействия с аудиторией оказались вопросы и референции к адресату. В силу устного режима коммуникации отступления в исследуемых текстах обнаружены не были. В письменном дискурсе они чаще всего оформляются в виде комментариев, заключенных в скобки.

Далее рассмотрим прагматические функции каждой группы актуализаторов взаимодействия на примерах из корпуса.

#### *Вопросительные конструкции*

Вопросы побуждают адресата вступить в диалог, вводят его дискурсивное пространство как активного участника, заставляя склонить к точке зрения говорящего. Вопросы пробуждают интерес к лекции, побуждают аудиторию исследовать проблему совместно с лектором, разделяя его любопытство и соглашаясь с выдвигаемыми аргументами.

(6) *But given the choice between trying to tease apart the one-million-neuron brain versus the 86-billion-neuron brain, which would **you** choose to try first?*

Говорящий обращается к аудитории, в вопросительной форме предлагая сделать выбор между попытками разделить мозг, содержащий один миллион нейронов и мозг с 86 миллиардами нейронов. Обратим внимание, что стратегия взаимодействия реализуется не только с помощью синтаксической конструкции, но и с помощью лексической единицы – местоимения второго лица *you*.

Следует отметить, что большинство вопросов в исследуемом корпусе были риторическими, представляя мнение лектора в вопросительной форме: говорящий задает вопрос и тут же дает на него ответ:

(7) *Could gene drives cross into and cause the collapse of non-target species? It doesn't seem that many mosquito species interbreed, making this unlikely, but scientists are conducting research to be certain.*

Достаточно регулярным оказался и разделительный вопрос.

(8) *But you can't count my fingers right now, can you?*

В приведенном примере вопрос задается с целью запроса о согласии аудитории с говорящим, что также указывает на интенцию последнего вовлечь адресата в диалог.

Как показал анализ, в исследуемом корпусе вопросы реализуют три коммуникативные функции: фреймирование высказываний, организация текста, побуждение к размышлению [Hyland 2002]. Под фреймированием понимается использование вопросов с целью управления содержанием и структурой высказываний:

(9) *First, what could we discover about the forest carbon cycle?*

Данный тип вопроса используется в самом начале лекции для конкретизации ее цели. Отклоняясь от темы, отметим, что данный вопрос крайне популярен в жанре научной статьи и следует за постановкой цели исследования, уточняя ее.

Функция организации текста заключается в использовании вопросов для перехода от одной темы к другой. Вопрос в данном случае выполняет роль заголовка и помогает переключить внимание аудитории:

(10) *And how might a mosquito population's collapse affect ecosystems?*

Побуждение к размышлению – это привлечение внимания аудитории путем формулирования вопроса, за которым может следовать ответ:

(11) *Now, the most common question that I get when I tell people what I do for a living, studying slugs, is, «Why would you do that? Why study slugs? You could do anything. Why do that?» And I think the best way to explain this to you all is not to tell you, but to show you.*

Говорящий задает вопрос и сразу дает на него ответ.

#### *Референции к адресату*

Референции к аудитории являются, пожалуй, самым эффективным средством вовлечения в обсуждение. Местоимения *you* и *your* с очевидностью указывают на желание говорящего признать присутствие слушателя:

(12) *Now, if **you**'ve ever made a snowman, **you** know that rolling a large ball is not easy. Now **picture** trying to make that snowman when the ball of snow is as big as **you** are and **you're** standing on **your** head.*

Следует, однако, отметить, что наиболее частотным средством референции к адресату в исследуемом корпусе оказалось не местоимение второго лица (193 употребления), а инклюзивное *we* (287 употреблений), которое посылает четкий сигнал о принадлежности говорящего и адресата одному сообществу, о наличии у них общих целей и совместного опыта переживания тех или иных явлений.

(13) *Capturing the human brain on a computer may simply be too big and too complex a problem to tackle with the technology and the knowledge that **we** have today.*

Местоимение первого лица множественного числа не только служит средством солидаризации, но и позволяет сконструировать эффективный диалог, вплетая точку зрения адресата в ткань дискурса, предвосхищая возможные возражения с его стороны и тем самым подсказывая предпочтительную для говорящего интерпретацию высказывания. Проиллюстрируем сказанное примерами:

(14) *So **we** view ourselves as highly intelligent beings.*

(15) *Yet despite these breakthroughs, I'd argue **we** still don't know the answers to seemingly simple questions, like this: "What does a healthy forest microbiome look like?"*

### Директивы

Директивы являются межличностными средствами метадискурса, способствуя конструированию диалога с аудиторией. Они сигнализируют о присутствии в дискурсивном пространстве как говорящего, так и адресата, помогая говорящему привлечь и удержать внимание аудитории. С помощью директивов говорящий указывает адресату как следует интерпретировать высказывание, призывает к определенным действиям, заставляет взглянуть на явление или его свойство под определенным углом. С этой целью используются преимущественно глаголы в повелительном наклонении, модальные глаголы и предикативные прилагательные:

(16) *Let's take a little bit closer look at the digestive track of one of these slugs.*

(17) *So next time you see an insect, consider that these tiny brains can lead to remarkable computers. And think of the potential that they offer us for the future.*

(18) *But if you love food, you should be giving your nose much more credit.*

(19) *Now it's important to emphasize that we're really excited about these findings, but we also understand they're still early.*

Как видно из примеров, директивы могут призывать адресата совершить либо речевые, либо когнитивные, либо физические действия.

Речевые директивы помогают адресату ориентироваться в дискурсивном пространстве, привлекая внимание к следующей части текста.

(20) *First, let's talk about how smell works, from coffee to stinky trash.*

Когнитивные директивы помогают верно интерпретировать точку зрения говорящего или подсказывают предпочтительный для него вариант интерпретации.

(21) *Think about that. We streamlined the genetic code, and yet the cell lived. We can create life with a compressed genetic code.*

Физические директивы представляют собой инструкции о том, как вести себя в реальном мире.

(22) *Build the sustainable industries of the future.*

*Апелляции к общим знаниям и опыту*

Апелляции к общим знаниям и опыту призваны поместить адресата в границы определенной научной дисциплины. Данные средства помогают говорящему заставить адресата идентифицировать себя как носителя тех же знаний и опыта. Используя данное метадискурсивное средство, говорящий конструирует идентичность адресата, презюмируя наличие у него определенных знаний и убеждений.

(23) *And that's because we've known now, really for a long time, that forests are fungi.*

(24) *We now know a handful of soil can easily contain over 1,000 coexisting microbial species.*

(25) *However, we also know most trees are limited in some way, by soil resources like water or nutrients.*

(26) *And the idea is so simple, so obvious, but I think the consequences are really profound.*

(27) *But also, they believe in not just studying cultures that we already know that are familiar but cultures which are unfamiliar.*

(28) *In the past decade, the US honeybee population has been decreasing at an alarming and unprecedented rate. While this is obviously bad news for honeypots everywhere, bees also help feed us in a bigger way -- by pollinating our nation's crops.*

TED-лекторы полагают, что адресат обладает схожими с ними знаниями в фокусной научной области и способен верно интерпретировать высказывания. В представленных примерах апелляции к общим знаниям и опыту выражены с помощью трех лексико-грамматических средств – глагола *know*, прилагательных *obvious*, *familiar*, *unfamiliar* и наречия *obviously*.

### Заключение

Целью настоящего исследования был количественный и интерпретативный анализ средств актуализации стратегии взаимодействия в жанре TED-лекции, который позволил выявить жанровую специфику взаимодействия лектора и аудитории.

Метадискурсивная стратегия взаимодействия является неотъемлемой составляющей TED-лекций, реализуя следующие функции: побуждение к действию, привлечение внимания, приглашение к дискуссии, прямое обращение, указание на общность взглядов и когнитивного багажа.

Было установлено, что на лексическом и грамматическом уровнях стратегия взаимодействия преимущественно актуализируется с помощью глаголов в повелительном наклонении, местоимений первого и второго лица, вопросительных конструкций, безличных конструкций с прилагательными с семантикой солидарности.

Представляется, что правильное использование стратегии взаимодействия в дискурсе TED-лекции является показателем прагматической компетентности говорящего и залогом эффективной коммуникации с аудиторией.

Следует признать, что представленные в настоящей работе результаты следует интерпретировать лишь как тенденции в фокусном жанре в силу ограниченного объема корпуса текстов, подвергшихся анализу. Исследования, основанные на более обширном материале, могут подтвердить или опровергнуть сделанные выводы.

В качестве перспективы исследования можно указать на необходимость анализа маркеров взаимодействия и других метадискурсивных средств в диахронии, а также на материале разных языков и жанров.

## Материалы исследования

Скрипты TED-лекций – *Скрипты TED-лекций*. URL: <https://ted.com>.

## Библиографический список

Akin, Scheufele 2017 – *Akin H., Scheufele D.* Overview of the science of science communication // Jamieson K.H., Kahan D., Scheufele D.A. (Eds.) *The Oxford Handbook of the Science of Science Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2017. P. 24–33. DOI: <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.3>.

Bauer, Allum, Miller 2007 – *Bauer M.W., Allum N., Miller S.* What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda // *Public Understanding of Science*. 2007. Vol. 16, issue 1. P. 79–95. DOI: <https://doi.org/10.1177/0963662506071287>.

Boginskaya 2022 a – *Boginskaya O.* Popularisation of medical knowledge in online forums // *Slavia Centralis*. 2022. Vol. 15, no. 1. P. 42–57. URL: <https://journals.um.si/index.php/slaviacentralis/article/view/1842>.

Boginskaya 2022 b – *Boginskaya O.* Popularizing in legal discourse: What efforts do Russian judges make to facilitate juror's comprehension of law-related contents? // *Discourse Studies*. 2022. Vol. 24, issue 5. P. 527–544. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/14614456221108585>.

Caliendo, Compagnone 2014 – *Caliendo G., Compagnone A.* Expressing epistemic stance in university lectures and TED talks: a contrastive corpus-based analysis // *Lingue e Linguaggi*. 2014. Vol. 11. P. 105–122. DOI: <https://doi.org/10.1285/i22390359v11p105>.

Hyland 2002 – *Hyland K.* Directives: Argument and Engagement in Academic Writing // *Applied Linguistics*. 2002. Vol. 23, issue 2. P. 215–239. DOI: <https://doi.org/10.1093/applin/23.2.215>.

Hyland 2005 – *Hyland K.* *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. London, UK: Continuum, 2005. 230 p. URL: <https://books.google.ru/books?id=kyztT1czUfMC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>.

Scheufele 2014 – *Scheufele D.A.* Science communication as political communication // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2014. Vol. 111. No. supplement\_4. P. 13585–13592. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1317516111>.

Schmid-Petri 2017 – *Schmid-Petri H.* Politicization of science: how climate change skeptics use experts and scientific evidence in their online communication // *Climatic Change*. 2017. Vol. 145. P. 523–537. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10584-017-2112-z>.

Богинская 2023 – *Богинская О.А.* Опыт метадискурсивного анализа новогодних обращений Президента России // *Crede experto: транспорт, общество, образование, язык*. 2023. № 1 (36). С. 166–181. DOI: [https://doi.org/10.51955/2312-1327\\_2023\\_1\\_166](https://doi.org/10.51955/2312-1327_2023_1_166).

Викторова 2019 – *Викторова Е.Ю.* Дискурсивно-прагматическая специфика жанра лекции ted talk (сквозь призму функционирования в ней дискурсивов) // *Жанры речи*. 2019. № 4 (24). С. 254–266. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-4-24-254-266>.

Викторова 2020 – *Викторова Е.Ю.* Влияние гендера на использование дискурсивов-организаторов в устном научно-популярном дискурсе (на материале TED talks) // *Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика*. 2020. Т. 20, вып. 4. С. 404–410. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-4-404-410>.

Нечаева 2016 – *Нечаева Н.В.* Популярная публичная лекция жанра TALK: особенности языка и стиля // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. 2016. № 180. С. 17–22. URL: [https://www.researchgate.net/publication/310952065\\_PUBLIC\\_TALK\\_LANGUAGE\\_AND\\_STYLE](https://www.researchgate.net/publication/310952065_PUBLIC_TALK_LANGUAGE_AND_STYLE); <https://elibrary.ru/item.asp?id=27311482>. EDN: <https://elibrary.ru/wzrcad>.

Рысакова 2022 – *Рысакова П.И.* Стратегии научной популяризации в цифровом медийном пространстве // *Медиалингвистика*. 2022. Т. 9, № 4. С. 309–329. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.402>.

## References

Akin, Scheufele 2017 – *Akin H., Scheufele D.* (2017) Overview of the science of science communication. In: *Jamieson K.H., Kahan D., Scheufele D.A. (Eds.) The Oxford Handbook of the Science of Science Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 24–33. DOI: <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190497620.013.3>.

Bauer, Allum, Miller 2007 – *Bauer M.W., Allum N., Miller S.* (2007) What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda. *Public Understanding of Science*, vol. 16, issue 1, pp. 79–95. DOI: <https://doi.org/10.1177/0963662506071287>.

Boginskaya 2022 a – *Boginskaya O.* (2022 a) Popularisation of medical knowledge in online forums. *Slavia Centralis*, vol. 15, no. 1, pp. 42–57. Available at: <https://journals.um.si/index.php/slaviacentralis/article/view/1842>.

- Boginskaya 2022 b – *Boginskaya O.* (2022 b) Popularizing in legal discourse: What efforts do Russian judges make to facilitate juror's comprehension of law-related contents? *Discourse Studies*, vol. 24, issue 5, pp. 527–544. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/14614456221108585>.
- Caliendo, Compagnone 2014 – *Caliendo, G., Compagnone A.* (2014) Expressing epistemic stance in university lectures and TED talks: a contrastive corpus-based analysis. *Lingue e Linguaggi*, vol. 11, pp. 105–122. DOI: <https://doi.org/10.1285/i22390359v11p105>.
- Hyland 2002 – *Hyland K.* (2002) Directives: Argument and Engagement in Academic Writing. *Applied Linguistics*, vol. 23, issue 2, pp. 215–239. DOI: <https://doi.org/10.1093/applin/23.2.215>.
- Hyland 2005 – *Hyland K.* (2005) *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. London, UK: Continuum, 230 p. Available at: <https://books.google.ru/books?id=kyztT1czUfMC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>.
- Scheufele 2014 – *Scheufele D.A.* (2014) Science communication as political communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 111, no. supplement\_4, pp. 13585–13592. DOI: <https://doi.org/10.1073/pnas.1317516111>.
- Schmid-Petri 2017 – *Schmid-Petri H.* (2017) Politicization of science: how climate change skeptics use experts and scientific evidence in their online communication. *Climatic Change*, vol. 145, pp. 523–537. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10584-017-2112-z>.
- Boginskaya 2023 – *Boginskaya O.A.* Metadiscourse analysis of New Year's addresses of the Russian President. *Crede experto: transport, society, education, language*, no. 1 (36), pp. 166–181. DOI: [https://doi.org/10.51955/2312-1327\\_2023\\_1\\_166](https://doi.org/10.51955/2312-1327_2023_1_166). (In Russ.)
- Viktorova 2019 – *Viktorova E.Yu.* (2019) Pragmatic Aspects of TED Talks as a Specific Speech Genre (Through the Lens of Discourse Markers' Use). *Speech Genres*, no. 4 (24), pp. 254–266. DOI: <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2019-4-24-254-266>. (In Russ.)
- Viktorova 2020 – *Viktorova E.Yu.* (2020) How Gender Affects the Use of Organizational Discourse Markers in Popular-Science Discourse (Based on TED talks). *Izvestiya of Saratov University. Philology. Journalism*, vol. 20, issue 4, pp. 404–410. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2020-20-4-404-410>. (In Russ.)
- Nechaeva 2016 – *Nechaeva N.V.* (2016) Public talk: language and style. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, vol. 180, pp. 17–22. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/310952065\\_PUBLIC\\_TALK\\_LANGUAGE\\_AND\\_STYLE](https://www.researchgate.net/publication/310952065_PUBLIC_TALK_LANGUAGE_AND_STYLE); <https://elibrary.ru/item.asp?id=27311482>. EDN: <https://elibrary.ru/wzrcad>. (In Russ.)
- Rysakova 2022 – *Rysakova P.I.* (2022) Strategies for scientific popularization in the digital media environment. *Media Linguistics*, vol. 9, no. 4, pp. 309–329. DOI: <https://doi.org/10.21638/spbu22.2022.402>. (In Russ.)