

УДК 378.147:004:001.817:811'42

АДРЕСАТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЕКЦИЙ ФОРМАТА TED-TALK

А.С. СЕВДАЛЕВА

(Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)

Данная статья посвящена определению прагматического статуса адресата в лекциях формата TED-talk различной тематики. В работе выявляются и систематизируются средства выражения адресации, а именно прямые средства адресации, такие как обращения (обращения, обозначающие ситуативную роль, эмоционально-оценочные обращения, этикетные обращения), специфические грамматические ресурсы (императивные глагольные формы и модальные глаголы, личные и притяжательные местоимения 2-го лица множественного числа), а также косвенные средства адресации, а именно личные и притяжательные местоимения 1-го лица множественного числа, вопросительные предложения, непрямо указание на адресата, апеллятивные адресации. Как показано в статье, частотное использование прямых и косвенных адресаций в лекциях TED-talk способствуют эффективному донесению авторской мысли до целевой аудитории, привлечению внимания адресата и созданию более понятного и интересного для слушателя текста, а следовательно, повышению его прагматической эффективности.

Ключевые слова: прагматика, диалог, адресация, адресат, лекции TED-talk.

Введение. Адресация является элементом любого вида дискурса. С ее помощью устанавливается контакт между говорящим и слушателем, обеспечивается диалогическая связь между ними, что способствует успешному осуществлению коммуникации. В последнее время адресатные характеристики различных типов дискурса привлекают всё большее внимание исследователей [1–15 и др.]. Актуальность изучения данного вопроса продиктована его практической значимостью, а именно заинтересованностью адресанта в успешном донесении своей мысли до адресата, в управлении восприятием и интерпретацией текста/речи собеседником.

В современной лингвистике термин «адресация» истолковывается двояко. В узкой трактовке он означает непосредственное обращение говорящего (адресанта) к потенциальному слушателю (адресату), а также любое указание на последнего. С другой же стороны, данный термин может истолковываться в лингвистической литературе более широко и фактически подразумевать учет говорящим или пишущим специфических особенностей аудитории, то есть предполагать ориентированность дискурса на целевую аудиторию. Именно такое (широкое) понимание принимается в рамках нашей статьи. В любом случае какой бы смысл ни вкладывался в понятие адресации текста/дискурса, очевидным становится то, что практически все авторы приписывают адресации статус функционально-прагматической категории, то есть неотъемлемого свойства, неизменного атрибута любого типа текста/дискурса.

Аспекты выражения категории адресации рассматриваются авторами на примере таких типов дискурса, как политический (на материалах речей Б. Обамы) [3], полемический (на материале дискурса СМИ) [4], административный [5], официально-деловой [6], а также в формулах приветствия и прощания [1]. Подобные исследования проводятся на материале английского [3; 7], немецкого [1; 4], французского [8] и русского [1; 7; 8] языков. Образ адресата и фактор адресата рассматривается в текстах массовой коммуникации [2], на материале диалогической речи [9; 10], в речевом воздействии [11] и т. д.

Исключительную важность сегодня приобретает изучение адресатных характеристик такого типа коммуникации, как дискурс СМИ (медийный дискурс, то есть радио-дискурс, интернет-дискурс, телевизионный дискурс, дискурс печатных СМИ), который считается самой реактивной разновидностью общения, то есть максимально восприимчивой к любым изменениям, происходящим в обществе. Особый интерес для исследователей представляют инновационные жанры дискурса СМИ, что обусловлено общей направленностью современной науки о языке на изучение новых форм и форматов общения, в том числе и с точки зрения реализации в них различных прагматических категорий, в частности категории адресации.

Одним из таких инновационных жанров медийного дискурса является лекция формата TED-talk, которая представляет собой сообщения докладчиков на небольшой сцене в США на важные социальные и научные темы, с целью привлечения внимания общественности к определенной проблеме и побуждения аудитории к выполнению определенных действий, например к участию в акциях по защите окружающей среды (видеозаписи докладов размещаются на соответствующем сайте американского частного некоммерческого фонда TED, являющегося инициатором и учредителем этих лекций, и находятся в свободном доступе). Несмотря на то, что в настоящий момент обнаруживается ряд источников, посвященных категории адресации и фактору адресата в медийном дискурсе, работ, описывающих роль категории адресации и статуса адресата в лекциях формата TED-talk, выявлено не было. В связи с этим целью данной статьи является определение видов и функций адресации в таком жанре медийного дискурса, как лекции формата TED-talk.

Основная часть. Для данного исследования нами были отобраны лекции формата TED-talk на разнообразные темы, в том числе следующие: “Secrets of success in 8 words, 3 minutes” – Richard St. John, “The power of introverts” – Susan Cain, “What I learned from 100 days of rejection” – Jia Jiang, “How craving attention makes you less creative” – Joseph Gordon-Levitt, “The Power of Fashion” – Maria Raveendran и др.

В ходе прагматического анализа лекций TED-talk был выявлен целый ряд средств адресации, которые целесообразно разделить на *прямые* и *косвенные*. К **прямым** адресациям целесообразно относить такие средства адресации, с помощью которых адресант непосредственно обращается к тому, кому предназначен текст. Соответственно, к **косвенным** средствам адресации следует причислять те, в которых обращение к адресату не выражено прямо. Таким образом, как удалось установить, прямые адресации, представленные в проанализированных нами лекциях TED-talk, имеют следующие разновидности: обращения (*ladies and gentlemen*), императивные глагольные формы и модальные глаголы (*you should do it right now*), личные и притяжательные местоимения 2-го лица множественного числа (*you must stop procrastinating*). К косвенным адресациям, выявленных в лекциях TED-talk, мы относим вопросительные предложения (*and you know what, folks?*), личные и притяжательные местоимения 1-го лица множественного числа (*we can make a difference!*), не прямые указания на адресата (*people, who have to farm*), апеллятивные адресации (*you see, there is a problem...*). Все вышеперечисленные средства адресации основательно рассматриваются ниже.

1. Прямые адресации.

1. **Обращения.** В проанализированных лекциях встречаются различные типы обращений. Остановимся на них подробнее.

В первую очередь внимание привлекают **обращения, обозначающие ситуативную роль**: “*so extroverts, maybe your suitcases are also full of books*”; “*but introverts, you being you, you probably have the impulse to guard very carefully what's inside your own suitcase*”. Данный тип обращений отличается видовым разнообразием и зависит от тематики лекции TED-talk. В основном такие обращения используются выступающими для того, чтобы выделить отдельную социальную группу и обратиться к ней как к единому целому. Автор привлекает внимание людей, которые идентифицируют себя с названной группой, что заставляет их задуматься о сказанном. Вместе с тем, использование обращений, обозначающих ситуативную роль, может трактоваться и как косвенное обращение к другой группе людей. Так, в использованном выше примере из лекции TED-talk “*The power of introverts*” (Susan Cain) автор прибегает к сравнению интровертов и экстравертов в пользу обеих групп. Лектор знает, что несмотря на то, что тема лекции посвящена только интровертам, в зале будут находиться представители обоих типов личности. Исходя из этого, докладчик обращается не только к интровертам, но и (косвенно) к экстравертам, таким образом привлекая внимание всей аудитории и вызывая у нее эмоциональный отклик.

Особый интерес представляют обращения “*TEDsters*” или “*TED speakers*”, периодически используемые выступающими для обозначения сообщества TED (“*Thank you TEDsters for all your interviews.*”). С помощью обращения “*TED speakers*” выступающий объединяет себя и других лекторов TED в одну группу и от лица всех обращается к аудитории, а также зачастую обозначает не только выступающих лекторов, но и тех, кто только готовится взять на себя эту роль в будущем. Обращение “*TEDsters*” употребляется лекторами для обозначения сообщества TED, включающее в себя лекторов, слушателей в зале и всех заинтересованных в лекциях TED-talk. Используя обращения “*TEDsters*” или “*TED speakers*”, лектор подчеркивает принадлежность автора лекции и его аудитории к одному сообществу.

Таким образом, обращения, обозначающие ситуативную роль, выполняют номинативную, контактоустанавливающую и контактоподдерживающую функцию. Мы считаем, что по отношению к лекциям TED-talk контактоподдерживающую функцию можно также приравнять к функции привлечения внимания, так как с помощью привлечения внимания всей аудитории или отдельной её части автор поддерживает контакт между ним и слушателями.

А. Эмоционально-оценочные обращения: “*if you guys do a burger refill, I will love you guys more*”; “*yeah, it's really weird, man*”; “*because that's not what acting's about, man, it's about the art*”; “*and they'd be like, “OK, OK, dude”*”; “*folks, today I want to show you why that's wrong*”.

Эмоционально-оценочные обращения, такие как *pal, kid, dude, man*, свидетельствуют об усилении неформальности общения [7, с. 23]. Использование эмоционально-оценочных обращений снижает степень официальности лекции и усиливает доверие слушателя к лектору и его словам. Обстановка становится менее формальной, благодаря чему лекция легче воспринимается аудиторией. В числе слушателей на конференции TED редко находятся люди, для которых употребление подобных обращений показалось бы неуважительным или не соответствующим ситуации. Напротив, аудитория состоит из представителей всех социальных слоев, для большинства которых использование эмоционально-оценочной лексики является нормой и, исходя из этого, слушатели не только легче воспринимают лекцию, но и эмоционально в нее вовлекаются. Другими словами, помимо выполнения номинативной, контактоустанавливающей и контактоподдерживающей функций, эмоционально-оценочные обращения выполняют также и эмоциональную функцию.

Б. Этикетные обращения: “*hey, sir, can I borrow 100 dollars from you?*”; “*ladies and gentlemen, let's talk about Adam and Eve*”.

Обращения этого типа, такие как *Sir, Madam, Mr, Mrs*, редко встречаются в лекциях TED-talk по причине своей официальности, однако используются выступающими для иллюстрации примеров из жизни и разыгрывания диалогов на сцене (“*and I got there and said: “hey, sir, can I borrow 100 dollars from you?” and he looked up, he's like, “no.”*”), что помогает слушателю лучше представить описываемую ситуацию и развлекает его. С другой стороны, этикетные обращения, объединяющие слушателей в группу или группы, например: “*Ladies and Gentlemen*”, используются чаще, в силу специфики публичной лекции, где необходимо обращение ко всей аудитории сразу. Таким образом, этикетные обращения выполняют не только номинативную, контактоустанавливающую и контактоподдерживающую, но и этикетную функции.

В целом, для лекций TED-talk не характерно использование однореферентных средств адресации, таких как обращение по имени, фамилии, использование прозвищ [7, с. 17], так как автор практически во всех случаях обращается ко всей аудитории или её части, а не к отдельному человеку. Таким образом, группы обращений, присутствующие в проанализированных лекциях TED-talk (обращения, обозначающие ситуативную роль, эмоционально-оценочные обращения, этикетные обращения), являются многореферентными и выполняют следующие функции: номинативную, контактоустанавливающую, контактоподдерживающую, эмоциональную и этикетную.

2. Императивные глагольные формы и модальные глаголы: *“physically, mentally, you’ve got to push, push, push! You’ve got to push through shyness and self-doubt <...> you’ve got to persist through failure”*; *“when you are facing the next obstacle or next failure, consider the possibilities. Don’t run.”*

Одной из характерных черт лекций формата TED-talk является частотное использование лекторами императивных конструкций и модальных глаголов со значением долженствования. Это объясняется тем, что в каждой лекции поднимается определенная проблема, требующая решения, и/или актуальная общественная или научная тема, к которой необходимо привлечь как можно больше внимания. С помощью использования множества императивных конструкций и модальных глаголов в своей лекции автор эмоционально влияет на слушателей, побуждая их выполнить желаемые им действия.

Любое императивное высказывание включает в себя две стороны: адресанта, который выражает свое желание, чтобы какое-то действие было совершено, и адресата, на которого направлено это желание. Таким образом, любое императивное высказывание, произнесенное лектором, несет в себе прямую адресацию. Например, *“stop the madness for constant group work. Just stop it”* воспринимается аудиторией как призыв к действию, адресованный именно им (*you should stop the madness for constant group work*). Частое использование императивных предложений усиливает влияние лектора и общий перлокутивный эффект речи, создает видимость полной уверенности в своих словах. Кроме этого, слушатель чувствует, что выступающий не просто читает лекцию для общей осведомленности, а обращается именно к нему, что способствует поддержанию внимания аудитории, а также усиливает эмоциональный эффект лекции. Все вышеперечисленное помогает лектору успешно достичь одной из целей своей лекции, а именно побудить публику к совершению каких-либо действий, направленных на решение описанной проблемы.

Императивные глагольные формы, используемые в лекциях TED-talk, выполняют не только функцию побуждения к действию, но и эмоциональную, контактоподдерживающую (привлечение внимания) функции.

3. Личные и притяжательные местоимения 2-го лица множественного числа: *“I’m going to tell you what really leads to success”*; *“if your creativity is driven by a desire to get attention, you’re never going to be creatively fulfilled”*.

Общепризнано, что семантика глагольных форм 2-го лица связана с соотносительностью действия с собеседником, а местоимения 2-го лица употребляются при обозначении адресата речи [15, с. 118]. Так как мы рассматриваем англоязычные лекции TED-talk, то местоимением 2-го лица, выражающим адресацию, является личное местоимение *you*, а также его притяжательная форма *your*. Несмотря на то, что спикер использует местоимение 2-го лица множественного числа, в силу особенности системы местоимений английского языка, местоимение *you* воспринимается англоговорящими слушателями не только как «вы» (обращение ко всем слушателям), но и как «ты». Следовательно, используя данное местоимение, спикер обращается в одно время и ко всей аудитории в целом, и к каждому слушателю индивидуально. Выступающий может выразить свою мысль в виде дружеского совета (*“when you get rejected in life, when you are facing the next obstacle or next failure, consider the possibilities”*) или наставления (*“if you do it for love, the money comes anyway”*), адресованного каждому слушателю отдельно. Если же спикер подчеркивает, что обращается ко всем слушателям сразу, то обычно используются обращения, обозначающие ситуативную роль слушателей, такие как *group, friends* или *people*: *“what I see is an incredible group of people and you will achieve incredible things”*. Таким образом, широкая представленность местоимений *you* и *your* превращает публичную лекцию в диалог между спикером и каждым слушателем в зале, что способствует повышению эмоционального влияния лекции и созданию доверительных отношений между выступающим и его аудиторией.

Можно сказать, что функциями, выполняемыми таким средством адресации, как личные и притяжательные местоимения 2-го лица множественного числа, являются номинативная, контактоустанавливающая, контактоподдерживающая, а также эмоциональная.

II. Косвенные адресации.

1. Личные и притяжательные местоимения 1-го лица множественного числа: *“we need introverts doing what they do best”*; *“we all internalize it from a very young age”*; *“and it’s our loss for sure, but it is also our colleagues’ loss, and our communities’ loss”*; *“that’s the world we are living in today”*; *“we’re expected to be extremely productive”*.

В рассмотренных нами лекциях TED-talk было зафиксировано широкое использование личных и притяжательных местоимений 1-го лица множественного числа *we, us, our*, которые предполагают отнесенность действия к группе лиц, включая говорящего, и указывают на группу лиц, среди которых находится говорящий [15, с. 134]. Использование этого средства адресации позволяет спикеру акцентировать свою принадлежность к той же группе, в которую входят его слушатели, дает понять, что он и аудитория – одно целое. Частое употребление местоимений 1-го лица множественного числа *we, us, our* подчеркивает равноправные отношения между участниками коммуникации, так как эти местоимения не указывают на адресата напрямую, а делают это косвенно, объединяя адресата и адресанта, относя их к одной группе. С нашей точки зрения, функциями, выполняемыми этим средством адресации, являются номинативная, контактоподдерживающая, и, что наиболее важно, обобщающая.

2. Вопросительные предложения: “*the question is, how relevant is that to you and me?*”; “*If it’s all true, then why are we getting it so wrong?*”; “*why are we setting our schools this way, and our workplaces? And why are we making these introverts so guilty?*”

Известно, что семантика вопросительных предложений связана с их направленностью на получение информации, а следовательно, и с ориентацией на адресата [15, с. 129]. В лекциях TED-talk в подавляющем большинстве случаев используются именно риторические вопросы, которые не требуют озвученного прямого ответа от слушателя, но требуют того, чтобы ответ был обдуман. Обычно автор лекции задает риторический вопрос, связанный непосредственно с тематикой его лекции, таким образом привлекая к ней внимание. Он побуждает слушателей ответить на вопрос про себя, тем самым задумываясь, насколько действительно важно найти на него ответ. Во многих случаях ответ на вопрос дается самим выступающим в процессе лекции. Согласно О.Н. Морозовой, вопрос помогает оратору четко показать обращенность своей речи к аудитории, создать впечатление непосредственности беседы [3, с. 121].

Кроме этого, в проанализированных нами лекциях спикерами используются риторические вопросы-подтверждения (“*if we’re going to talk about the perils of creativity becoming a means to get attention, then we have to talk about the attention-driven business model of today’s biggest social companies, right?*”; “*if you want to be Bill Gates, you’ve got to start sooner or later, right?*”). В таких высказываниях вначале следует утверждение автора, а затем риторический вопрос, выраженный, например, словом “*right*”, которое требует мысленного ответа-подтверждения от слушателей.

Вопросительные предложения также часто используются лекторами в сочетании с ранее упомянутыми косвенными и прямыми средствами адресации – личными и притяжательными местоимениями 1-го и 2-го лица множественного числа. Используя местоимение “*we, us*” (“*why are we making these introverts so guilty?*”), автор обращается к аудитории и подчеркивает свое равенство с ней. Подразумевается, что, хотя вопрос и задан аудитории, ответ на него должен быть обдуман не только слушателями лекции, но и выступающим. Следовательно, возникает эффект вовлеченности автора в проблему, его принадлежности к ее решению. С другой стороны, вместе с использованием местоимения “*you, your*” (“*do you wish the situation would be different?*”) этот эффект пропадает, так как местоимение “*you*” не включает в себя выступающего лектора. Следовательно, вопрос становится обращенным только к слушателям, а ответ на него они должны дать для себя самостоятельно.

Использование в лекциях TED-talk вопросительных предложений, адресованных слушателям, подразумевает желание автора привлечь адресата к совместному участию в размышлении над тем или иным вопросом, и выполняет контактоподдерживающую функцию.

3. Непрямое указание на адресата: “*for the kids who prefer to go off by themselves or just to work alone*”; “*people, who are very good at exchanging ideas and advancing ideas*”; “*for anybody on the planet with an urge to be creative.*”

Использование непрямого указания на адресата подразумевает ссылку на адресата через его описание. Подобные ссылки были зафиксированы нами в лекциях TED-talk лишь несколько раз. С.В. Первухина также выделяет такой тип адресации, однако называет его *косвенной номинацией* [14, с. 159]. Используя не прямое указание на адресата, лектор обращается к определенной группе людей, которая не имеет названия, и привлекает к ней внимание слушателей, которые в нее не входят. Таким образом, это средство адресации выполняет номинативную и контактоподдерживающую функцию.

4. Апеллятивные адресации: “*you know, he wasn't that menacing.*”; “*but I'll tell you, what helps even more*”; “*and there you have it, those are my personal lab coats.*”; “*and you know what? The next day, no matter what happens, I'm not going to run.*”

Согласно О.Н. Морозовой, существуют адресации, используемые с целью побудить адресата к восприятию речи и вовлечь его в общение [3, с. 120]. Такие адресации называются *апеллятивными* и характеризуются отсутствием номинативной функции, несмотря на использование личных местоимений. О.Н. Морозова поясняет, что апеллятивный тип адресации используется для того, чтобы вызвать у адресата определенное эмоциональное сопереживание, привлечь внимание слушателей, а также стимулировать творческое восприятие речи [3, с. 121]. Этот вид адресации чаще всего представлен в речи вводными конструкциями, направленными на адресата (“*you know, the kind where people come together...*”). В этих вводных конструкциях присутствуют местоимения, указывающие на адресата, но не являющиеся обращением. Апеллятивные адресации выполняют, соответственно, апеллятивную функцию, а также контактоподдерживающую функцию, так как помогают привлечь внимание слушателей к определенным, наиболее важным отрезкам лекции, а также снижают официальность речи, создают впечатление наличия прямой связи с аудиторией.

Рассмотренные косвенные адресации, представленные в лекциях TED-talk (вопросительные предложения, личные и притяжательные местоимения 1-го лица множественного числа, не прямые указания на адресата и апеллятивные адресации), не указывают на адресата прямо, повышают диалогичность лекции, делают её менее официальной, а также, в случае с местоимениями *we* и *our*, выражают принадлежность автора и его аудитории к одной группе, что усиливает доверие слушателей к лектору. Все это позволяет автору успешно донести свою мысль до аудитории и убедить её в своей правоте.

Заключение. Таким образом, проведенный анализ лекций TED-talk показал, что в процессе выступления лекторы TED широко используют разнообразные средства адресации. Прямые адресации (обращения, императивные глагольные формы, личные и притяжательные местоимения 2-го лица множественного числа) употребляются более часто, нежели косвенные (вопросительные предложения, личные и притяжательные местоимения

1-го лица множественного числа, не прямые указания на адресата, апеллятивные адресации). Частое использование прямых и косвенных адресаций связано с такими особенностями формата лекций, как побудительный характер лекций, тесная связь выступающего и его слушателей, важность создания доверия аудитории к лектору. Адресации способствуют эффективному донесению авторской мысли до адресата, привлечению внимания адресата к затрагиваемой проблеме и созданию более понятного и интересного для читателя или слушателя текста. Исходя из вышесказанного можно заключить, что успешность выбора средств адресации увеличивает прагматическую эффективность текстов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блинова, Е.А. История средств адресации в немецком и русском языках (на материале формул приветствия и прощания) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Е.А. Блинова ; МПГУ. – М., 2014. – 19 с.
2. Каминская, Т.Л. Образ адресата в текстах массовой коммуникации. : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Т.Л. Каминская. – СПб., 2009. – 284 л.
3. Морозова, О.Н. Языковые средства актуализации категории адресации в политических публичных выступлениях (на материале речей Б. Обамы) / О.Н. Морозова // ART LOGOS. – 2017. – № 2(2). – С. 116–124.
4. Уделькина, А.И. Категория адресованности в полемическом дискурсе (на материале немецкоязычных СМИ) / А.И. Уделькина // Вестник Самарского университета. История, педагогика, философия. – 2018. – № 1. – С. 119–124.
5. Карпова, Н.А. Средства обращенности речи в административных объявлениях / Н.А. Карпова // Вестн. Томск. гос. ун-та. – 2009. – № 324. – С. 29–32.
6. Лобашевская, И.С. Средства адресованности в официально-деловой речи / И.С. Лобашевская // Семантика и функционирование языковых единиц в разных типах речи : сб. ст. / Ярослав. гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского ; сост.: Е. Н. Лагузова. – Ярославль, 2008. – С. 80–86.
7. Погорелко, А.М. Система средств адресации русского и английского языков как разновидность лингвокультурологического поля : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / А.М. Погорелко ; Башкирский гос. ун-т. – Уфа, 2001. – 28 с.
8. Желудкова, Е.Г. Функционально-прагматический аспект категории адресации: на материале французского и русского языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е.Г. Желудкова ; Кемеров. гос. ун-т. – Кемерово, 2004. – 20 с.
9. Палехова, О.В. Фактор адресата в диалогическом общении / О.В. Палехова // Проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков : сб. ст. / СПГЭУ. – СПб., 2021. – С. 37–40.
10. Чухно, А.А. Косвенные директивы и реакции на них. Фактор адресата (на материале английской диалогической речи) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А.А. Чухно ; Южный фед. ун-т. – Ростов н/Д., 2007. – 19 с.
11. Стернин, И.А. Фактор адресата в речевом воздействии / И.А. Стернин // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Журналистика. – 2004. – № 1. – С. 171–178.
12. Чалова, О.Н. Структурная и лингвопрагматическая организация устной научной дискуссии и (на материале английского и русского языков) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / О.Н. Чалова. – Минск, 2013. – 137 л.
13. Дускаева, Л.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л.Р. Дускаева. – Изд. 2-е. – СПб. : СПбГУ, 2012. – 274 с.
14. Первухина, С.В. Структурно-семантические и дискурсивно-прагматические характеристики адаптированного текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / С.В. Первухина. – Ростов н/Д., 2015. – 305 л.
15. Фотина, Н.Э. Функционирование категории диалогичности в прозе А. П. Чехова : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н.Э. Фотина. – Волгоград, 2017. – 170 л.

Поступила 07.04.2022

ADDRESSING CHARACTERISTICS OF TED-TALK LECTURES

A. SEUDALEVA

This article is devoted to determining the pragmatic status of the addressee in TED-talk lectures on various topics. The work identifies and systematizes the means of expressing addressing, namely, direct means of addressing, such as appeals (appeals denoting a situational role, emotional-evaluative appeals, etiquette appeals), specific grammatical resources (imperative verb forms and modal verbs, personal and possessive pronouns of the 2nd person plural), as well as indirect means of addressing, namely personal and possessive pronouns of the 1st person plural, interrogative sentences, indirect indication of the addressee, appellative addressing. As shown in the article, the frequent use of direct and indirect addressing in TED-talk lectures contributes to the effective communication of the author's thoughts to the target audience, attracting the attention of the addressee and creating a text that is more understandable and interesting for the listener, and, consequently, increasing its pragmatic effectiveness.

Keywords: pragmatics, dialogue, addressing, addressee, TED-talk lectures.