

Ярина МАЛАХОВСЬКА,

orcid.org/0000-0001-8066-5405

старший викладач кафедри практики англійської мови
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(Луцьк, Україна) *Malakhovska.Yaryna@vnu.edu.ua*

ІМПЛІЦИТНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ПЕРСУАЗИВНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ВІДЕОДИСКУРСІ

Стаття присвячена дослідженню імплицитних вербальних засобів, що забезпечують актуалізацію персуазивності в англomовному навчальному відеодискурсі. Персуазивність визначається як вплив на думки та дії адресата, з метою формування знань та навичок через цілеспрямоване використання вербальних засобів, що здійснюється ненав'язливо й ефективно завдяки імплицитним значенням мовних одиниць. Основна мета полягає у визначенні їхніх типів та прагматичних функцій, що забезпечують ефективний вплив на учнів у процесі навчальної взаємодії. Матеріалом стали відеоуроки англійської мови, проведені носіями для учнів початкових шкіл. Використано дискурсивний аналіз, що дозволив виявити імплицитні засоби у їхньому контекстальному функціонуванні, а також комунікативно-прагматичний підхід, який дав змогу інтерпретувати їхню роль у статусно-рольових відносинах між учителем та учнями. Уперше здійснено систематизацію імплицитних вербальних засобів персуазивності в навчальному відеодискурсі. Виокремлено три основні типи: запитання, бездієслівні імперативи та емоційно-оцінні висловлювання. Показано, що їхній персуазивний потенціал реалізується непрямо, через контекст та взаємодію комунікантів, а імплицитність виступає важливим інструментом ненав'язливого впливу. Імплицитні засоби у навчальному відеодискурсі виконують такі основні функції: стимулюють мовленнєву активність учнів, підтримують комунікативний контакт, регулюють перебіг навчальної взаємодії та формують позитивну мотивацію. Запитання поєднують директивний і фатичний потенціал, бездієслівні імперативи виступають сигналами-регуляторами, а емоційно-оцінні одиниці створюють атмосферу підтримки й заохочення. У сукупності ці засоби сприяють формуванню ефективної комунікативної динаміки та підвищують результативність освітнього комунікації.

Ключові слова: відеодискурс, емоційно-оцінна лексика, імператив, імплицитність, запитання, навчальна комунікація, персуазивність.

Yaryna MALAKHOVSKA,

orcid.org/0000-0001-8066-5405

Senior Lecturer at the Conversational English Department
Lesya Ukrainka Volyn National University
(Lutsk, Ukraine) *Malakhovska.Yaryna@vnu.edu.ua*

IMPLICIT MEANS OF ACTUALIZING PERSUASION IN ENGLISH EDUCATIONAL VIDEO DISCOURSE

The article focuses on the study of implicit verbal means that realize persuasion in English educational video discourse. Persuasion is defined as an influence on the addressee's thoughts and actions aimed at the formation of knowledge and skills through the purposeful use of verbal resources, carried out unobtrusively and effectively due to the implicit meanings of linguistic units. The main objective is to identify the types of implicit verbal means and their pragmatic functions that ensure effective impact on learners in the process of educational interaction. The material of the study consists of English language video lessons conducted by native speakers for primary school students. Discourse analysis was applied to reveal implicit means in their contextual functioning, while the communicative-pragmatic approach made it possible to interpret their role within the status-role relations between teacher and students. For the first time, implicit verbal means of persuasion in educational video discourse have been systematized. Three main types were distinguished: questions, verbless imperatives, and evaluative-emotive units. It was demonstrated that their persuasive potential is realized indirectly, through context and interaction, and that implicitness serves as an important tool of unobtrusive influence. Implicit means in educational video discourse perform multiple functions: they stimulate learners' speech activity, maintain communicative contact, regulate classroom interaction, and foster positive motivation. Questions combine directive and phatic potential, verbless imperatives act as regulatory signals, and evaluative-emotive units create an atmosphere of support and encouragement. The combination of these means contributes to the development of effective communicative dynamics and enhances the effectiveness of educational interaction.

Key words: educational communication, evaluative-emotive lexis, imperative, implicitness, persuasion, questions, video discourse.

Постановка проблеми. У сучасній комунікативній практиці дедалі більшого значення набувають приховані засоби мовного впливу, які дозволяють мовцеві реалізувати власні наміри ненав'язливо та ефективно. Особливу роль у цьому відіграє імпліцитність – складний феномен, що являє собою прихований рівень смислу в дискурсі та дає змогу мовцеві вплинути більше, ніж сказано експліцитно, спираючись на контекст і спільні знання з адресатом (Car & Dynel, 2017; Levinson, 1983). Вона забезпечує реалізацію персуазивності, цілеспрямованого впливу на думки та спонукання до дій, без очевидного тиску на адресата. Контекстуальна залежність непрямих вербальних засобів ускладнює їхнє виявлення, оскільки саме від ситуації та спільних уявлень комунікантів залежить, чи буде прихований смисл розпізнаний та інтерпретований належним чином. Через це постає необхідність у систематизації та аналізі імпліцитних вербальних засобів, що забезпечують актуалізацію комунікативних намірів мовця та формують прихований, але дієвий персуазивний потенціал, в навчальній комунікації, що зумовлює актуальність дослідження.

Аналіз досліджень засвідчує, що проблема персуазивності та засобів її реалізації посідає важливе місце у сучасній лінгвістиці та прагматиці. Дослідниця Н. Фрасинюк (Фрасинюк, 2020) зосереджує своє дослідження на вивченні засобів такого впливу в політичному дискурсі на морфологічному (займенники *I* та *we*, модальні дієслова, оцінні іменники та прикметники), лексико-семантичному (медична, економічна, військова термінологія, розмовна лексика) та синтаксичному (прості речення, риторичні запитання, умовні речення, перфектні та тривалі часові форми) рівнях мови. Науковці С. Дружб'як та О. Коцан (Дружб'як, Коцан, 2022) фокусуються на стилістичних засобах персуазивності, таких як анафора, риторичні запитання, перелічення, порівняння та епітети, які мають позитивну інтенційну спрямованість в політичній рекламі. В. Скрябіна (Скрябіна, 2018) здійснила систематизацію мовних засобів персуазивного впливу в дипломатичному дискурсі, з урахуванням формального характеру комунікації. Проте ці дослідження не містять чіткого розмежування між експліцитними та імпліцитними засобами, а лише їх загальний поділ на різних рівнях мови. Найбільш ґрунтовно вивченими є політичний, дипломатичний та медійний дискурси, тоді як вербальні імпліцитні засоби актуалізації персуазивності в навчальній комунікації залишаються малодослідженими. Саме ці прогалини визначають новизну теми.

Мета дослідження полягає у виявленні та систематизації імпліцитних вербальних засобів, що забезпечують актуалізацію персуазивності в англomовному навчальному відеодискурсі, а також у визначенні їхньої прагматичної ролі у реалізації комунікативних намірів мовця та формуванні ефективного впливу на адресата. Це потребує виконання таких завдань: окреслити специфіку імпліцитних засобів у реалізації комунікативних намірів мовця; виявити та систематизувати типи імпліцитних мовних засобів; описати функції імпліцитних вербальних засобів персуазивності з урахуванням їх прагматичного потенціалу.

Методологічна основа дослідження ґрунтується на комплексному застосуванні різних підходів, що дозволяють всебічно проаналізувати імпліцитні вербальні засоби актуалізації персуазивності. Дискурсивний аналіз відео (Крисанова, 2024) застосовано для виявлення імпліцитних засобів персуазивності в навчальному відеодискурсі з урахуванням їхнього семантичного та прагматичного значення. Тоді як комунікативно-прагматичний підхід (Крисанова, 2020) дав можливість дослідити реалізацію персуазивних намірів мовця через приховані мовні засоби.

Матеріал дослідження включає демонстраційні відеозаписи уроків англійської мови, проведені вчителями-носіями для учнів початкових шкіл Азії, відібрані з мережі YouTube. Ці відео становлять собою особливий вид комунікації – англomовний навчальний відеодискурс (далі АНВД), який визначаємо як складне соціально зумовлене явище, яке включає сукупність комунікативних характеристик взаємодії учасників, учителя та учнів, у рамках статусно-рольових відносин, що детерміновані метою освітнього процесу та конкретною навчальною ситуацією (Малаховська, 2024).

Виклад основного матеріалу. Персуазивність в англomовному навчальному відеодискурсі становить цілеспрямоване використання вербальних та невербальних засобів з метою впливу на думки та спонукання до дій адресата для формування знань та навичок в активній комунікативній взаємодії (Малаховська, 2025b). Ритуалізованість, тематична спрямованість, ситуаційність, інтерактивність та інструктивність АНВД (Малаховська, 2024) зумовлює використання різноманітних вербальних засобів для реалізації персуазивних намірів мовця (Малаховська, 2025a), серед яких особливе місце посідають імпліцитні.

Імпліцитні засоби персуазивності, за визначенням Г. П. Грайса (Grice, 1975), розглядаємо як лексико-граматичні одиниці, що у процесі мов-

ної комунікації завдяки взаємодії мовця і слухача набувають прагматично персуазивного потенціалу, який виражений непрямо і не впливає строго з їхнього змісту. Вони є несамостійними та контекстуально залежними, тобто інтерпретуються з урахуванням контексту і конвенцій, оскільки не містять перформативів, що вказують на дію, необхідну мовцеві.

Аналіз ілюстративного матеріалу дав змогу виділити декілька основних видів імпліцитних засобів персуазивності в АНВД. До них відносимо інтерогативні конструкції, такі як еліптичні запитання, загальні питання можливості або бажаності, спеціальні питальні конструкції, бездієслівні імперативні конструкції та емоційно-оцінні висловлення.

Інтерогативні конструкції у навчальному відеодискурсі вирізняються значним персуазивним потенціалом. При цьому первинна функція питального речення – запит невідомої інформації, зумовлена його буквальним значенням, відходить на другий план, поступаючись місцем супровідним директивній та фатичній прагматичним функціям. Хоча питання не належать до спеціалізованих засобів вираження спонукання до дії, вони здатні реалізовувати її опосередковано (Сітко, 2011: 8). У навчальному відеодискурсі інтерогативні засоби, які актуалізують персуазивний вплив, включають конструкції з питальними займенниками (*what, how, how many, why, when, where*), які вербалізують спонукання до роздумів та надання відповідей в усному, писемному або невербальному форматі з метою активації та закріплення знань учнів.

1) *T.: What do you know about numbers? Where do we see numbers? (19).*

У прикладі учитель використовує інтерогативні конструкції з питальними займенниками (*what, where*) не для запиту невідомої інформації, а для перевірки та активізації знань учнів. Питання імплікують м'яке спонукання до дії – подумайте та скажіть, що можна розпізнати лише в конкретній комунікативній ситуації.

Окрім того, до інтерогативних засобів відносимо загальні питальні конструкції з модальними дієсловами *can, could, would*, що об'єктивують ввічливу директиву-прохання здійснити певну дію. Проаналізуємо приклад:

2) *T.: So look in the room, where do you see numbers in this room? Lots of numbers. Can you draw a picture or write words? (19).*

Використання загальної питальної конструкції з модальним дієсловом *can* не потребує відповіді «так» чи «ні», щодо можливості виконання дії.

Учитель очікує від учнів відображення відповідей на спеціальне запитання (*...where do you see numbers in this room?*) у певному форматі – намалюйте або напишіть.

Таким чином, директивні питальні конструкції можна поділити на два типи: у першому випадку це спеціальні запитання, інтерпретація яких як спонукання до дії можлива лише з урахуванням попереднього контексту, тоді як у другому – у структурі висловлення присутні маркери бажаності чи можливості виконання дії і вони мають форму загальних запитань. Використовуючи питальні конструкції для спонукання, адресант прагне дотриматися норм мовленнєвого етикету, адже непрямі директиви у формі запитань інтерпретуються як більш ввічливі порівняно з канонічними імперативами.

Другою прагматичною функцією інтерогативних засобів є фатична. Такі питальні конструкції розглядаються як засоби, спрямовані на встановлення контакту, його підтримання чи завершення, тобто на перевірку «каналу зв'язку» та утримання уваги співрозмовника (Jakobson, 1960: 355). Їхнє головне завдання полягає у викликанні некомунікативної реакції співрозмовника – приверненні уваги. В АНВД вони реалізуються у вигляді еліптичних питань або повторів попередніх питальних конструкцій.

Проаналізуємо фрагмент уроку англійської мови з теми «Numbers», де основна інтенція учителя полягає у залученні учнів до активної взаємодії для формування навичок лічби англійською та повторення цифр:

3) *T.: (1) What about this picture? (2) What do you see in this picture? (3) Can you see this picture? (4) What do you see in this picture? (показує зображення)*

Ss.: Three eggs (20).

У прикладі перша інтерогативна конструкція є еліптичною. Це квазіпитання, яке не потребує відповіді у буквальному сенсі. Його мета – привернути увагу учнів до нового зображення, активізувати канал комунікації. Тоді як повтор питання (*What do you see in this picture?*) виконує функцію утримання уваги та одночасно інтенсифікує директивний потенціал усього висловлювання. Учитель використовує запитання (2), щоб спонукати учнів до дій – подивитися та назвати предмети на картинці, порахувати та назвати кількість предметів (*Tell me what you see.*). Питання (3) в прямому сенсі є запитом фізичної можливості бачити, проте опосередковано виконує функцію привернення уваги та має м'якшу ступінь директивності у порівнянні з наказом (*Look at the pic-*

ture.). Питальні речення виконують роль непрямой директиви, яку можливо інтерпретувати лише в контексті ситуації. Вони не є імперативами, проте фактично стимулюють відповіді учнів.

Таким чином, запитання в навчальному відео-дискурсі виконують роль директивного та фатичного впливу. Директивні стимулюють учнів до мовленнєвої чи практичної активності, що водночас забезпечує ввічливість та пом'якшує категоричність висловлювання. Фатичні запитання, своєю чергою, спрямовані на підтримання комунікативного контакту та концентрацію уваги адресата.

Особливим імпліцитним засобом персуазивності в навчальній комунікації виступає бездієслівний імператив, який має дуже стислу форму та реалізується через вигуки та короткі бездієслівні словосполучення (Aikhenvald, 2010: 280) (*Together! Girls! Boys! Everyone! One more time! Another idea! Next one!*). У навчальному відеодискурсі вони застосовуються у ситуаціях з високим емоційним напруженням, де ключовими є швидкість та категоричність реакції адресата. Розуміння таких лексичних одиниць можливе лише за умови врахування попереднього контексту.

2) *T: Let's ask him a question (звертається до класу). Listen (звертається до учня біля дошки). Everyone (звертається до класу).*

Ss.: How are you?

T.: Again!

Ss.: How are you? [...]

S1: I am super (21).

У фрагменті уроку, який спрямований на формування навичок ставлення запитань та відповідей про настрій, використано два бездієслівні імперативи (*Everyone.; Again.*). Мовець має інтенцію – організувати навчальну взаємодію, мобілізувати увагу учнів та забезпечити швидку реакцію. Такі імперативи виконують роль сигналів-регуляторів, що спрямовують дії адресатів. «*Everyone*» включає весь клас у спільну дію. «*Again*» спонукає до повторення попередньої дії. Проте така інтерпретація можлива лише в конкретній ситуації та з врахуванням попередньо неканонічного імперативу «*Let's ask him a question*». Таким чином, бездієслівні імперативи виконують декілька прагматичних функцій, а саме регулятивну, функцію підтримки контакту, а також підсилення персуазивного впливу.

Ще одним важливим імпліцитним засобом для реалізації персуазивності виступають емоційно-оцінні висловлювання. Вони включають широкий спектр лексико-граматичних одиниць, які можуть бути використанні для вираження пси-

хічного стану мовця, його ставлення до предмета, об'єкта, адресата мовлення, що впливає на погляди та почуття інших (Pounds, 2015: 1). Їхня специфіка полягає у тому, що семантично вони не мають прямої директивності, проте прагматично, у контексті навчальної взаємодії, стають імпліцитними стимулами до дії (Willemsen & Martens, 2023). Емоційно-оцінні засоби охоплюють кілька груп: Оцінні висловлювання, які об'єктивують оцінку поведінки та дій учнів (похвала/осуд), оцінку явищ, ідей і завдань, емотивні висловлювання та інтенсифікатори. Крім того, ці одиниці поділяються за полярністю на позитивні та негативні. Позитивні оцінки вербалізують схвалення й заохочення, стимулюючи повторення бажаної дії, тоді як негативні утримують від небажаних або хибних дій.

До засобів оцінки поведінки та дій належать прикметники й прислівники (*good, bad, right, wrong, clever*), оцінні імперативні конструкції (*Be quiet., Stop talking.*), числівники у поєднанні з лексемами *point* та *star*, ідіоматичні вирази (*Give me five*), а також структури, що констатують уміння (*You are good at..., You can...*). Такі засоби спрямовані на регуляцію поведінки, стимулювання повторення бажаних дій та корекцію хибних.

Засоби оцінки явищ, ідей та завдань реалізуються через конкретні прикметники (*interesting, boring, easy, important*) та словосполучення (*good job, great idea, wonderful observation*), які підкреслюють цінність або привабливість об'єкта висловлення. Вони імплікують спонукання до дії через формування позитивного ставлення до певної навчальної активності, підвищення інтересу та залученості до взаємодії.

Емотивні висловлювання відображають стан мовця як реакцію на дію. До них належать прикметники й прислівники, які об'єктивують почуття (*happy, sad, glad*) та вигуки (*Wow!, Oh!, Exactly!*), що додають експресивності висловлюванню. Такі засоби не мають прямої директивності, проте їхня експресивність створює атмосферу емоційної підтримки та підсилює персуазивний ефект.

Інтенсифікатори (*very, really, so, too, pretty*) підсилюють оцінне значення, збільшуючи вплив на адресата. До них також відносимо самі оцінні слова та вищий і найвищий ступені порівняння прикметників (*better, perfect, brilliant, excellent, super*), які відображають більший порівняно з нормою ступінь оцінки. Особливо ефективним є комбіноване використання емотивно-оцінних засобів, що посилює емоційність та ефективність персуазивного впливу.

3) *T: Now I want you to draw. What can you do? [...] What's this one? Guitar?*

SI: Yes.

T: Good job.

Ss: (учні показують свої роботи вчителю без наказу)

T: Wow. Very cool (17).

У прикладі вчитель прагне закріпити лексику з теми «Activities», застосовуючи позитивно-оцінні одиниці, які виконують функцію схвалення та заохочення. Реагуючи на правильну відповідь похвалою «Good job.», яка виступає імпліцитним стимулом для інших учнів, учитель сприяє повторенню успішної поведінки. Вигук «Wow» у поєднанні з фразою «Very good» додатково виконують регулятивну функцію, зменшуючи потребу в повторюванні інструкцій, проте така інтерпретація залежить від контексту. Комбіноване використання емотивно-оцінних засобів підсилює експресивність висловлювання, створюючи атмосферу підтримки, що сприяє активному залученню учнів до діяльності.

4) T.: *There will be four fun and interesting questions. You need to choose one answer. A, B, C, or D. Very easy. If you don't know the answer, you guess it* (18).

У прикладі вчитель має намір залучити учнів до вікторини. Конкретні оцінні одиниці *fun, interesting, easy*, окрім позитивної оцінки завдання, аргументують, що воно викликає інтерес і задоволення, формуючи привабливий образ дії та імпліцитно спонукаючи учнів до її прийняття.

У прагматичному вимірі ці засоби виконують дві основні функції. По-перше, вони демонструють оцінку діяльності учнів, що стимулює повторення або корекцію дії. По-друге, вони формують

ставлення мовця до явищ чи об'єктів, нав'язуючи його слухачам. Таким чином, емоційно-оцінні одиниці в АНВД є багатofункціональними: вони поєднують експресивність, мотиваційний потенціал та імпліцитну директивність, забезпечуючи ефективність навчальної комунікації.

Висновки. Імплицитні вербальні засоби персуазивності в англomовному навчальному відеодискурсі охоплюють такі основні типи: інтерогативні конструкції, з питальними займенниками, загальні запитання з модальними дієсловами бажаності та можливості, еліптичні запитання, бездієслівні імперативні конструкції та емоційно-оцінні висловлювання. Інтерогативні засоби виконують директивну й фатичну функції, стимулюючи активність учнів та підтримуючи комунікативний контакт. Бездієслівні імперативи мають регулятивний характер, мобілізують увагу й забезпечують швидку реакцію, проте в повній мірі залежать від контексту. Емоційно-оцінні засоби поєднують експресивність із мотиваційним потенціалом, схвалюючи або коригуючи дії адресатів, а також нав'язуючи ставлення мовця до дій. У сукупності ці засоби забезпечують організацію навчальної взаємодії, підтримання уваги та формування позитивної мотивації, створюючи атмосферу співпраці й підтримки та забезпечуючи ефективність навчальної комунікації.

Перспективним напрямом подальших досліджень є розширення аналізу засобів та стратегій персуазивності в англomовному навчальному відеодискурсі, зокрема вивчення їхньої взаємодії вербальних та невербальних компонентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дружбяк С. В., Коцан О. Я. Стилiстичнi аспекти персуазивностi у нiмецькiй та українськiй полiтичнiй рекламi. *Закарпатськi фiлологiчнi студiї*. 2022. Вип. 1(21). С. 157–162. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.1.29>
2. Крисанова Т. А. Актуалiзацiя негативних емоцiй в англomовному кiнодискурсі: когнiтивно-комунiкативний i семiотичний аспекти: дис. ... д-ра. фiлол. наук: 10.02.04. Харкiв, 2020. 514 с.
3. Крисанова Т. А. Англomовнi соцiальнi вiдео як об'єкт лiнгвiстичного дослiдження: дискурсивнi характеристики. *Вченi записки ТНУ iменi В. I. Вернадського*. Серiя: Фiлологiя. Журналiстика. 2025. Т. 36(75), № 2(1). С. 110–117. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.1/17>
4. Малаховська Я. Вербальнi Засоби Персуазивностi в Англomовному Навчальному Вiдеодискурсі: Комунiкативно-Прагматичний Аспект. *Вiсник ХНУ iменi В. Н. Каразiна*. Серiя: Иноземна фiлологiя. Методика викладання иноземних мов. 2025. № 102. С. 28–34. <https://doi.org/10.26565/2786-5312-2025-102-03>
5. Малаховська Я. I. Когнiтивний аспект персуазивностi в англomовному навчальному вiдеодискурсі. *Вченi записки ТНУ iменi В. I. Вернадського*. Серiя: Фiлологiя. Журналiстика. 2025. Т. 36(75), № 3(1), С. 125–132. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.3.1/21>
6. Малаховська Я. I. Комунiкативнi характеристики англomовного навчального вiдеодискурсу. *Нова фiлологiя*. 2024. Вип. 93. С. 108–115. <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2024-93-15>
7. Сiтко А. В. Вiдтворення комунiкативної семантики англійських iнтерогативних конструкцiй у перекладi: автореф. дис. на здобуття наук. ступення канд. фiлол. наук : 10.02.16. Одеса, 2011. 19 с.
8. Скрябiна В. Б. Лiнгвiстичнi аспекти персуазивностi в дипломатичному дискурсі. *Мiжнароднi вiдносини: теоретико-практичнi аспекти*. 2018. № 2. С. 265–274. <https://doi.org/10.31866/2616-745x.2.2018.133362>
9. Фрасинюк Н. Мовнi засоби вираження персуазивностi в полiтичному дискурсі. *Актуальнi питання гуманiтарних наук*. Серiя: Мовознавство. Лiтературознавство. 2020. Вип. 32, т. 2. С. 129–133. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/32.214685>

10. Aikhenvald, A. Y. *Imperatives and commands*. Oxford: Oxford University Press, 2010. xx + 500 p.
11. Dynel M., Cap, P. *Implicitness: Familiar terra incognita in pragmatics. Implicitness: From lexis to discourse.* / ed. by P. Cap, M. Dynel. John Benjamins Publishing Company, 2017, P. 1–12. <https://doi.org/10.1075/pbns.276.01dyn>
12. Grice H. P. *Logic and Conversation. The logic of grammar* / ed. by D. Davidson. Encino, CA: Dickinson Publishing Co, 1975. Pp. 64–75.
13. Jakobson R. *Concluding Statement: Linguistics and Poetics. Style in Language* / ed. by T.A. Sebeok. Cambridge: MIT Press, 1960. P. 350–377.
14. Levinson S. C. *Pragmatics*. Cambridge, England: Cambridge University Press, 1983. 420 p.
15. Pounds G. *Evaluative Language. The International Encyclopedia of Language and Social Interaction* / ed. by K. Tracy, T. Sandel and C. Ilie. 2015. Pp. 1–6. <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi063>
16. Willemsen P., Martens J. H. *Does Evaluative Language Provide Reasons to Act? An Empirical Study of the Action-Guiding Potential of Evaluative Concepts. Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society.* 2023. Vol. 45. P. 3025–3031.

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

17. Full English Lesson in a Chinese Public School (Grade 1) | Wonderful World English. 2024. URL: https://www.youtube.com/watch?v=3_DQAWLVbGM&t=1295s
18. How to Teach Reading Skills: Grade 4 – “Animal Groups” (Full Class). 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2MqaNQ1Bv0&t=1504s>
19. Teaching 21st Century Skills Oxford Discover Sample Lesson Level 1 (Part 2). 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=e2dtIPJj0LM>
20. Teaching 21st Century Skills: Oxford Discover Sample Lesson Level 1 (Part 4). 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BbQDivB-IgI&list=PLxE1zzJKa1eF6Bj5xIGpXco3bTKeyqg3T&index=4>
21. Teaching English in China – Public School Grade 1 ESL – "How are you?" (Full Class). 2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=EXdMsKJjp_c&t=59s

REFERENCES

1. Druzhbiak S. V., Kotsan O. Ya. (2022). Stylistychni aspekty persuzyvnosti u nimets'kij ta ukrains'kij politychnij reklami [Stylistic aspects of persuasiveness in German and Ukrainian political advertising]. *Zakarpats'ki filolohichni studii*, 1(21), 157–162. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.21.1.29> [in Ukrainian].
2. Krysanova T. A. (2020). Aktualizatsiia nehatyvnykh emotsii v anhlomovnomu kinodyskursi: kohnityvno-komunikatyvnyi i semiotychnyi aspekty [Actualization of negative emotions in English film discourse: Cognitive-communicative and semiotic aspects]. *Dys. ... dokt. filol. nauk: 10.02.04. Kharkiv*. 514 p. [in Ukrainian].
3. Krysanova T. A. (2025). Anhlomovni sotsial'ni video iak ob'iekt linhvistychnoho doslidzhennia: dyskursyvni kharakterystyky [English social videos as an object of linguistic research: Discursive characteristics]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernads'koho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36(75), 2(1), 110–117 <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.2.1/17> [in Ukrainian].
4. Malakhovska Ya. (2025). Verbalni zasoby persuzyvnosti v anhlomovnomu navchalnomu videodyskursi: komunikatyvno-prahmatychnyi aspekt [Verbal means of persuasion in English educational video discourse: Communicative-pragmatic aspect]. *Visnyk KhNU imeni V. N. Karazina. Serii: Inozemna filolohiia. Metodyka vykladannia inozemnykh mov*, 102, 28–34. <https://doi.org/10.26565/2786-5312-2025-102-03> [in Ukrainian].
5. Malakhovska Ya. I. (2025). Kohnityvnyj aspekt persuzyvnosti v anhlomovnomu navchal'nomu videodyskursi [Cognitive aspect of persuasiveness in English educational video discourse]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernads'koho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*, 36(75), 3(1), 125–132. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.3.1/21> [in Ukrainian].
6. Malakhovska Ya. I. (2024). Komunikatyvni kharakterystyky anhlomovnoho navchal'noho videodyskursu [Communicative characteristics of English educational video discourse]. *Nova filolohiia*, (93), 108–115. <https://doi.org/10.26661/2414-1135-2024-93-15> [in Ukrainian].
7. Sitko, A. V. (2011). Vidtvorennia komunikatyvnoi semantyky anhlis'kykh interrogatyvnykh konstruksii u perekladi [Reproduction of communicative semantics of English interrogative constructions in translation]. *vtoref. kand. filol. nauk; spets. 10.02.16. Odesa*. 19 p. [in Ukrainian].
8. Skriabina, V. B. (2018). Linhvistychni aspekty persuzyvnosti v dyplomatychnomu dyskursi [Linguistic aspects of persuasiveness in diplomatic discourse]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty*, 2, 265–274. <https://doi.org/10.31866/2616-745x.2.2018.133362> [in Ukrainian].
9. Frasnyuk, N. (2020). Movni zasoby vyrazhennia persuzyvnosti v politychnomu dyskursi [Linguistic means of expressing persuasion in political discourse]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. Serii: Movoznavstvo. Literaturoznavstvo*, 32(2), 129–133. <https://doi.org/10.24919/2308-4863.2/32.214685> [in Ukrainian].
10. Aikhenvald, A. Y. (2010). *Imperatives and commands*. Oxford: Oxford University Press. – xx + 500 p.
11. Cap, P., & Dynel, M. (2017). *Implicitness: Familiar terra incognita in pragmatics* / ed. by P. Cap & M. Dynel, *Implicitness: From lexis to discourse* (pp. 1–12). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/pbns.276.01dyn>
12. Grice, H. P. (1975). *Logic and conversation. The logic of grammar* / ed. by D. Davidson. (pp. 64–75). Encino, CA: Dickinson Publishing Co.
13. Jakobson, R. (1960). *Concluding statement: Linguistics and poetics. Style in language* / ed. by T. A. Sebeok. (pp. 350–377). Cambridge University Press.

14. Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge University Press. 420 p.
15. Pounds, G. (2015). Evaluative language. *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction* / ed. by K. Tracy, T. Sandel, & C. Ilie, (pp. 1–6). Wiley <https://doi.org/10.1002/9781118611463.wbielsi063>
16. Willemsen, P., & Martens, J. H. (2023). Does evaluative language provide reasons to act? An empirical study of the action-guiding potential of evaluative concepts. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*, 45, 3025–3031.

ILLUSTRATIVE MATERIAL

17. Full English Lesson in a Chinese Public School (Grade 1) | Wonderful World English. (2024). Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=3_DQAWLVbGM&t=1295s
18. How to Teach Reading Skills: Grade 4 – “Animal Groups” (Full Class). (2021). Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=2MqaNQ1BVr0&t=1504s>
19. Teaching 21st Century Skills Oxford Discover Sample Lesson Level 1 (Part 2). 2015. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=e2dtlPJj0LM>
20. Teaching 21st Century Skills: Oxford Discover Sample Lesson Level 1 (Part 4). (2015). Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=BbQDivB-IgI&list=PLxE1zzJKa1eF6Bj5xIGpXco3bTKeyqg3T&index=4>
21. Teaching English in China – Public School Grade 1 ESL – "How are you?" (Full Class). (2020). Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=EXdMsKJjp_c&t=59s

Дата першого надходження статті до видання: 09.04.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 05.05.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 25.05.2026

Стаття поширюється на умовах
ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

