

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-9-85-40>

УДК 808.5

Захарченко І.В., Волощук І.П.Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**ЛІНГВІСТИЧНІ ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ АРГУМЕНТАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ
НА ПЛАТФОРМІ TEDTALKS**

Анотація. Аргументація відіграє головну роль в переконанні аудиторії засобами актуалізації риторичних та сугестивних прийомів. Оскільки уміння міркувати аргументовано є мистецтвом риторики та еристики, які в поєднанні з психологією стали засобами сугестії. Розуміння того, як побудувати сильний аргумент, набуває як теоретичного, так і практичного інтересу. Мета даної роботи полягає у вивченні мовних та мовленневих засобів реалізації стратегій та способів аргументації в різних галузях мислення на матеріалі платформи TEDTalks. Було виявлено, що аргументативний дискурс, включає мовні одиниці і мовленнєві конструкції, фактори екстралінгвального характеру та аргументативні стратегії, які використовуються і враховуються оратором з метою максимального переконуючого впливу на когнітивну, емоційну та вольову сферу адресата.

Ключові слова: аргументація, аргумент, сугестія, аргументативний дискурс, мовні та мовленнєві засоби, TEDTalks, мовленнєвий акт.

Zakharchenko Iryna, Voloshchuk IrynaNational Technical University of Ukraine
"Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"**LINGUISTIC MEANS OF ACTUALIZATION OF ARGUMENTATIVE STRATEGIES
BASED ON TEDTALKS SPEECHES**

Summary. Argumentation plays a major role in convincing the audience by means of rhetorical and suggestive techniques nowadays. Since the ability to think reasonably is the art of rhetoric and eristic, they became a means of suggestion combined with psychology. Understanding what makes a strong argument is therefore of both theoretical and practical interest. The purpose of this paper is to study the linguistic and speech means of implementing an argumentation strategy based on the material of the TEDTalks speeches. Argumentation is evaluated within argumentative discourse, which dates back to eristic. It includes reference to its linguistic, extra linguistic, logical, social, cognitive and psychological peculiarities. Argumentative strategy and its components used to provide evidence and persuade an addressee are examined. The structure of argumentation from the speech act theory point of view is investigated. Special attention is paid to the logical form of argumentation. The defining elements of argumentation are thesis, argument and demonstration. Arguments from sign, arguments based on analogy, causal arguments and means-end argumentation, arguments based on examples and arguments from the position of knowledge were identified in the course of the research. The features of inductive and deductive types of conclusion are described. It is revealed that the most commonly used linguistic means of persuasion TEDTalks' audience are anecdotes (humor), observations and personal histories, analogies and metaphors, anaphor and syntactic parallelism, and the use of quotations as a way to support one's own thought. To enhance the emotional impact and increase the expressiveness of the text, repetitions of the same words or similar in meaning are used. It was also investigated that not only the choice of words, but also their correct arrangement, accentuation of more important words and subordination of less important ones, actualization of sentence members, their semantic and intonational separation, which is achieved through word order, are important for convincing, clarity of expression.

Keywords: argumentation, argument, persuasion, argumentative discourse, linguistic means of argumentation, TEDTalks, speech acts.

Постановка проблеми. Статтю присвячено комплексному вивченню поняття «аргументації» та мовних і мовленневих засобів реалізації стратегій аргументації на матеріалі платформи TEDTalks. Аргументація є поєднанням різних засобів мовного вираження і при дослідженні не може обмежуватися лише вивченням внутрішніх відносин учасників комунікації. Важливими є екстралінгвістичні фактори, які мають певний вплив на особливості функціонування аргументації в певному вербальному оточенні. Способом реалізації аргументації в комунікації є аргументативний дискурс, до складу якого входять мовні одиниці та мовленнєві конструкції, невербальні компоненти, які використовуються з метою переконуючого впливу на реципієнта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення впливу різноманітних лінгвістичних

та поза лінгвістичних факторів на усне мовлення загалом, на підбір мовних одиниць спілкування, використання мовних та мовленневих засобів стає дедалі актуальнішим у сучасних дослідженнях теорії аргументації та теорії дискурсу. Саме тому дане питання привертає увагу та стає об'єктом дослідження як зарубіжних дослідників, так і вітчизняних, серед них: Ф. Ван Емерен, Р. Гротендорст, Д. Зарефський, С. Барнет, Г. Беддау, Х. Перельман, Л. Ольбрехт-Тітеке, А. Гастінгс, М. Кінтпоінтнер, І. В. Хоменко та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. І хоча теорія аргументації пройшла довгий шлях досліджень, деякі питання все ж залишаються дискусійними та не досить вивченими. Це стосується також аргументації в публічних промовах, а насамперед в виступах на платформі TED Talks. В даній роботі було до-

сліджено промови, які займають високі рейтинги за кількістю переглядів, та які присвячені різній тематиці. Наша наукова розвідка поставила за мету здійснити структурно-композиційний та суєстивний аналіз мовних засобів аргументації. Так як платформа TED Talks стала всесвітньо відомою і все більше привертає увагу людей, адже має свій стиль донесення інформації та вплив на думки людей, змусивши їх замислитись над суспільно значущими темами та змінити їх світогляд то обрана тема є актуальною і дає підґрунтя для глибокого подальшого аналізу.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у вивченні мовних та мовленнєвих засобів актуалізації аргументативних стратегій на матеріалі платформи TEDTalks.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аби розмежувати предмет дослідження в аргументації, необхідно спочатку дати чітке визначення цьому поняттю. Ван Емерен, Гротендорст та Крюгер намагаються надати ретельний аналіз її центральних елементів і дійшли до такого структурного визначення аргументації: *«Аргументація – це соціальна, інтелектуальна, словесна дія, яка слугує для обґрунтування чи спростування думки, що складаються з сукупності висловлювань і спрямована на отримання апробації аудиторією»* [7, с. 7].

За останні роки фахівці в області аргументації почали часто вживати такі терміни як **«схеми аргументації»** або ж **«аргументативні схеми»**. Відомо, що саме завдяки Х. Перельману та Л. Ольбрехт-Тітеке, які у своїй праці «Неориторика» вперше запропонували цей термін для виявлення структури аргументативного дискурсу. Як показав подальший розвиток теорії аргументації, використання аргументативних схем як засобу опису, аналізу, систематизації і оцінки аргументації не обмежено рамками риторичного підходу. Таким чином, схеми аргументації – це найбільш загальні і абстрактні моделі міркувань, які мають нескінченну кількість варіантів підстановки елементів. В цьому відношенні вони відповідають схемам логічного міркування.

Сьогодні в літературі переважає декілька існуючих типологій. А. Гастінгс прагнув розрізнити схеми за моделями, процесами чи лініями міркувань, за якими аргументи переходять від вищесказаних доводів до висновків [2, с. 11]. М. Кінтпоінтнер класифікує схеми відповідно до типу їх доведення [3], тоді як Ван Емерен та Крюгер класифікують схеми за *«способом, яким аргументи використовуються для спроби переконати когось»* [1, с. 71]. Прагма-Діалектична школа визнає три схеми, що відповідають трьом основним відносинам, які можна спостерігати між доводами та висновками: симптоматичні відносини (наприклад, аргумент від знаку *«argument from sign»*), відносини на основі порівняння (наприклад, аргумент за аналогією *«argument by analogy»*) та причинно-наслідкові відносини (наприклад, аргументація причинно-наслідкового зв'язку *«causal argument and means-end argumentation»*).

Починаючи з Аристотеля і проходячи через всіх наступників, які цікавилися теорією аргументації, можна зауважити, що існує широкий спектр схем, що відповідають загальним моде-

лям міркувань, які застосовуються в повсякденній аргументації, такі як:

– **Знаковий аргумент** включає закономірності схем взаємозв'язку, події або зміни, які залежать один від одного. Особливістю є те, що щось можна передбачити від виникнення чогось іншого. Прикладом знакового аргументу може слугувати промова Мартіна Лютера Кінга «В мене є мрія», в якій він виділяє кілька поверхневих проявів расизму, якими він не був задоволений. Потім він натякає на біблейські заборони, що правосуддя котиться як вода, а справедливість – як могутній потік. Ці твердження можна реконструювати в знаковий аргумент.

– **Аргументи на основі аналогії** ґрунтуються на порівнянні та схожості. Оскільки предмети, що порівнюються, не є ідентичними, висновок не може бути абсолютно точним. У промові Франкліна Рузвельта «Арсенал демократії» (англ. «Arsenal of Democracy») порівнюються відносини між США та Британією та стосунки між сусідами, у одного з яких будинок був підпалений, а в іншого з садовим шлангом.

– **Аргументи причинно-наслідкового зв'язку** слугують для того, аби показати взаємозв'язок між тезою та аргументами. Між цими двома елементами існує ще один компонент – логіка, іншими словами, причинно-наслідковий зв'язок. Будь аргумент необхідно розкрити, розтлумачити, пояснити причинно-наслідковий зв'язок, показати, як він доводить вихідну тезу. Цей процес спирається на наші знання, логіку, здоровий глузд, тим самим розкриваючи аргумент по своєму, не дозволяючи аудиторії думати самотійно.

– **Аргумент з прикладу** узагальнює наведений приклад як той, що підходить до різних схожих ситуацій. Іншими словами, те, що є правдою для частини, вірогідніше справе і для цілого. Аргумент з прикладу, або ж міркування від частини до цілого, яскраво проілюстровано у промові президента Франкліна Д. Рузвельта 8 грудня 1941 року, в якій прикладами слугує перелік багатьох одночасних нападів Японії на різні країни чи їх володіння. Стверджується, що Японія вчинила несподіваний наступ у всьому Тихоокеанському районі. А отже, висновком може слугувати той факт, що Японія серйозно налаштована на війну і не зупиниться.

– **Аргумент з позиції знання** проявляється в переконаннях та судженнях, які аудиторія зазвичай приймає як істинні. Використання загальновідомих фактів та істин допомагає аудиторії повірити в правдивість слів спікера, а отже і прислухатися до його думок та суджень.

– **Аргумент від думки експертів** є часто вживаним. В даному випадку в якості головних аргументів виступають саме думки експертів. На експертну оцінку покладаються в випадках, коли помилка може спричинити для людей серйозні негативні наслідки. Однак у будь-якого експерта можуть бути свої інтереси, що незмінно позначається і на його оцінках. Це розуміє і аудиторія, в результаті чого не завжди зважає на пропоновані судження.

Протягом багатьох років вчені приносили свій вклад у типологію та класифікацію аргументативних схем, виокремлюючи все нові і нові типи і види аргументації, але універсальним мето-

дом підтвердження своїх думок на сьогоднішній день, все ж таки, залишається використання дедукції та індукції.

Переконання означає змусити аудиторію повірити в те, що те як вони бачать зараз світ є не зовсім правильним. Тобто це означає, що спікер має прибрати певні невідповідні частини і замінити їх на щось нове. І коли ця схема працює, то це грає на користь як доповідачеві, так і аудиторії.

Вчений в галузі когнітивістики Стівен Пінкер у своїй промові «*Світ стає кращим чи гіршим*» повністю підірвав психічну модель жорстокості. На його думку кожен, хто постійно стежить на сьогоднішнім засобами масової інформації, припускає, що наш світ повністю заповнений насильством: війнами, вбивствами, нападами, тероризмом – і ця ситуація з часом лише погіршується. Але Пінкеру вистачило лише 18 хвилин, аби переконати аудиторію, що це зовсім неправда. Насправді, якщо навести об'єкти камер на минулі століття і спостерігати за тим життям, то наш світ став в рази менш жорстоким.

Нашому розуму спочатку потрібно дати певне підґрунтя перед тим, як почати переконувати. Пінкер розпочав з нагадування людям про те, якими жахливими були попередні епохи, як французькі публічні розваги п'ятсот років тому, коли люди опускали живих котів у вогонь, аби просто почути їх крик. Або той факт, що в багатьох стародавніх суспільствах більше третини дорослих чоловіків померли від насильства та катувань. Він зазначив, що «*You may think violence is getting worse, but you've forgotten just how awful it really was historically*» [5]. Далі він показав, як сучасні засоби масової інформації зображують історії драми та насильства, незалежно від того, чи є ці події репрезентативними для життя в цілому. Він виявив механізм, за допомогою якого ми, можливо, можемо переоцінити фактичний рівень насильства в медіа.

З правильно підготовленими прикладами з життя набагато легше було серйозно сприймати його статистику та графіки, які показали істотний спад у всіх формах насильства – від вбивства до великих воєн. Однією з ключових стратегій тут було представити статистику щодо чисельності населення. Важливим є не загальна кількість насильницьких смертей, а шанс, з яким конкретний індивід зустріне насильницьку смерть. Припустимо, що Пінкер має рацію. Якщо так, то він зробив чудовий подарунок мільйонам людей. Адже більшість із нас проводить все своє життя, припускаючи, що стан сьогоднішнього життя лише погіршуються, а війни, тероризм та насильство виходять з-під контролю. Переконання може назавжди змінити чийсь світогляд.

Стівен Пінкер оперує різними мовними засобами, щоб досягти своєї комунікативної мети, а саме через мовленнєві акти. Найбільш живими є ілюкутивні дієслова, що мають певну комунікативну інтенцію – переконати публіку у правдивості своїх слів. В промові можна знайти приклади експресивів, які виражають психологічний стан мовця, характеризують міру його відвертості та комісивів, що зобов'язують виконати певні дії у майбутньому або дотримуватися певної лінії поведінки. Найяскравіше вони продемонстровані в завершальній частині

виступу: «*I believe* (експресив) *that the ideals of the Enlightenment can be cast a stirring narrative, and I hope* (експресив) *that people with greater artistic flare and rhetorical power than I can tell* (комісив) *it better and spread* (комісив) *it further*» [5]. Весь виступ був побудований на приведенні певної тези, що частіше за все виступала риторичним питанням, а вже потім приведенням аргументів. Для прикладу, «*But is this a sensible way to understand the human condition in the 21st century? As Franklin Pierce Adams pointed out, «Nothing is more responsible for the good old days than a bad memory».* Дане риторичне питання одразу ж супроводжувалося іронією, тим самим маючи ще більший вплив на публіку. Після цього Пінкер додає: «*You can always fool yourself into seeing a decline if you compare bleeding headlines of the present with rose-tinted images of the past. What does the trajectory of the world look like when we measure well-being over time using a constant yardstick?*» [5]. Як можна помітити, спікер постійно закликає публіку до роздумів використовуючи одне риторичне запитання за іншим. При цьому він не робить довгих пауз, а одразу ж закликає аудиторію до дії за допомогою директивних дієслів: «*Let's compare the most recent data on the present with the same measures 30 years ago*» [5].

Найбільш живим стилістичним прийомом серед наведених аргументів став контраст та використання антитези, який проявляється в постійно наведеній статистиці минулого та сьогодення. Частими конструкціями стали приклади з використанням сполучників контрасту: «*True, last year was a terrible year for terrorism in Western Europe, with 238 deaths, but 1988 was worse with 440 deaths*» [5], винесення обставини на початок речення: «*200 years ago, 90 percent of the world's population subsisted in extreme poverty. Today, fewer than 10 percent of people do*» [5], використання антонімів: «*Professor Pangloss was a pessimist. A true optimist believes there can be much better worlds than the one we have today*» [32], або ж повороту з елементом контрасту: «*News is about stuff that happens, not stuff that doesn't happen*» [5]. Для того, аби зробити акцент на власній тезі спікер попередньо заперечує можливі твердження, використовуючи повтори, що надають експресивного значення наведеній ідеї: «*Progress is not some mystical force or dialectic lifting us ever higher. It's not a mysterious arc of history bending toward justice. It's the result of human efforts governed by an idea, an idea that we associate with the 18th century Enlightenment*» [5].

Для ще більшого впливу на глядача промовець використовує гіперболу, аби показати ставлення деяких людей до серйозних глобальних проблем: «*With others, the idea of progress just leaves them cold. Saving the lives of billions, eradicating disease, feeding the hungry, teaching kids to read?*» [5]. Тож всі ці стилістичні фігури та конструкції, емоційна лексика, риторичні конструкції актуалізують прийом навіювання задля переконання адресата в правдивості сказаного, а також вплинути на його емоційно-чуттєву сферу. Щодо архітекtonіки промови: мовленнєві акти промов мають як лінійне міркування в хронологічній послідовності так і ієрархічне, де наслідки передують причинам. Послідовність комуніка-

тивних доміант забезпечується когезією. Засоби когезії ми розподілили на:

1. Заперечувальні, функція яких ослабити ті аргументи, які оратор хоче заперечити чи розкритикувати. Для прикладу, використовуючи зіставно-протиставний сполучник *but*, і послаблюючи достовірність першого твердження модальним дієсловом *may* у реченні «*You may think violence is getting worse, but you've forgotten just how awful it really was historically*» [5].

2. Підтверджувальні, метою яких є посилити чи підтримати аргументи. Для прикладу, використання інверсії, заперечувальної конструкції, а також порівняльної конструкції у твердженні «*Nothing is more responsible for the good old days than a bad memory*» [5].

3. Нейтральні, функція зв'язку без інтенції посилити чи послабити аргументи, яка частіше проявляється у використанні зв'язних слів та конструкцій, такі як *moreover, furthermore, besides* та інші.

Під час аналізу багатьох успішних промов на TEDTalks було виділено ряд різних інструментів, за допомогою яких доповідачам вдавалося переконати публіку. Серед них:

– **Використання гумору.** Для прикладу, такий прийом досить часто використовують спікери: «*I'm going to pull you through some demanding thinking, but it's going to be fun. We'll sweat together and laugh together*» [4];

– **Розповідь анекдотів як початок формулювання судження.** Часто, коли доповідач ділиться, чому він/вона зацікавилися цим питанням, то це наближає доповідача до публіки, показує, що ми всі схожі, зменшує відстань між аудиторією, і публіка, у свою чергу, більше починає довіряти і прислухатися такої людини: «*I want to talk about social innovation and social entrepreneurship. I happen to have triplets. They're little. They're five years old. Sometimes I tell people I have triplets. They say, «Really? How many? Being gay and fathering triplets is by far the most socially entrepreneurial thing I have ever done»* [29];

– **Наведення аргументів з прикладу.** «*In the 1990s, my company created the long-distance AIDS Ride bicycle journeys, and the 60 mile-long breast cancer three-day walks, and over the course of nine years, we had 182,000 ordinary heroes participate, and they raised a total of 581 million dollar*» [4];

– **Залучення третіх осіб.** «*My colleagues at Harvard and I have spent ten years looking at the data, and we've unanimously concluded it has to be seen this way*». Або ж, «*And that's why it's not just me arguing this; every mother of a two-year-old boy knows this to be true*» [6];

– **Аудіовізуальний прийом як приклад мультимодальності.** В один момент своєї бесіди Ден Паллотта використовує кругові діаграми, щоб показати результати збору коштів некомерційних організацій. Одним з них є продаж акцій із 5-відсотковими накладними витратами, а іншим – професійне підприємство зі збору коштів з 40-відсотковими накладними витратами. Другий виглядає жахливо, марнотратно, поки Ден не каже: «*We confuse morality with frugality. We've all been taught that the bake sale with 5 percent overhead is morally superior to the professional fundraising enterprise with 40 percent*

overhead, but we're missing the most important piece of information, which is: What is the actual size of these pies? What if the bake sale only netted seventy-one dollars for charity because it made no investment in its scale, and the professional fundraising enterprise netted 71 million dollars because it did? Now which pie would we prefer, and which pie do we think people who are hungry would prefer?» [4]. Поки він говорить, друга кругова діаграма розширюється, а перша скорочується. Частина другої діаграми, що не накладається, тепер значно більша, ніж у першій. Його точка зору залишає свій відбиток в пам'яті публіки.

Під час проведеного дослідження було також виявлено ряд мовних та мовленнєвих засобів переконання. За допомогою модальності оратор підкреслює своє право на тезу: «*The papers could have run the headline, but...*» [5]. Оратор не сумнівається у важливості тези для аудиторії, саме тому він спочатку наводить тезу, в якій вже є контрастне порівняння: «*News is about stuff that happens, not stuff that doesn't happen*», а потім доводить цю тезу конкретними аргументами, побудованими на тому же контрасті і порівняннях:

«*You never see a journalist who says, «I'm reporting live from a country that has been at peace for 40 years», or a city that has not been attacked by terrorists. Also, bad things can happen quickly, but good things aren't built in a day. The papers could have run the headline, «137,000 people escaped from extreme poverty yesterday» every day for the last 25 years. That's one and a quarter billion people leaving poverty behind, but you never read about it»* [5].

За допомогою використання гумору та гумористичних історій, як виявилось, зменшується відстань між спікером та публікою і слухач починає більше довіряти сказаному, адже коли досвідчений оратор оживляє статистику, дані мають силу рухати, надихати нас та закликати до дії. Використання аналогій та метафор є досить дієвим, за допомогою яких можуть формуватися уявлення про різні сфери нашого життя, а також світу загалом, і впроваджуватися у свідомість під виглядом об'єктивної інформації. Анафора та синтаксичний паралелізм при приведенні аргументів несуть додаткову логічну та експресивну інформацію, сприяючи прагматичній ефективності мовлення. Цитати, у свою чергу, також сприймаються у промовах як в якості вагомого аргументу, який би скріплював тезу. Цитати можуть також викликати сміх і допомагають зв'язатися зі своєю аудиторією, зменшити відстань між спікером та його аудиторією.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі всього вищезгаданого переконання має складну структуру і спирається як на знання, культуру і компетенцію публіки, так і на її емоції, а ефективність залежить від вибору аргументів, доцільності використання слів, зворотів й певних конструкцій, тембру й ритму мовлення, жестів, міміки, емоційно-вольових станів комуніканта тощо. Заради переконання комунікантів спікери TEDTalks застосовуються всі можливі засоби мови. На граматичному рівні – це правила побудови мовлення на основі фраз і тексту, функціонування конструкцій як цілісних знакових одиниць, застосування повторів, запи-

тань, особливо риторичних, паралелізм речень тощо. Риторичні фігури (запитання, звернення, заперечення, оклики) виконують функцію повернення уваги слухачів та впливу на них, мають на меті підсилити емоційність висловлення. На лексико-фразеологічному рівні – це переносні значення слів, метафори, епітети, порівняння, іронія, фразеологічні звороти, синоніми тощо. Так, для посилення емоційного впливу та підви-

щення виразності тексту застосовуються повтори одних і тих самих слів або близьких за змістом. Для переконання, чіткості висловлення думки має значення не тільки добір слів, а й правильна розстановка їх, акцентування більш важливих слів та підпорядкування їм менш важливих, актуалізація членів речення, їхня смислова та інтонаційна відокремленість, що досягається завдяки порядку слів.

Список літератури:

1. Eemeren F.H., Kruiger T. Identifying argumentation schemes. In Frans H. van Eemeren, Rob Grootendorst, J. Anthony Blair and Charles A. Willard (Eds.), *Argumentation: Perspectives and Approaches*. Dordrecht: Foris, 1987. Pp. 70–81.
2. Hastings A.A. *Reformulation of the Modes of Reasoning in Argumentation*: PhD dissertation. IL: Northwestern University, 1963. 72 p.
3. Kienpointner M. Towards a typology of argumentative schemes. In Frans H. van Eemeren, Rob Grootendorst, J. Anthony Blair and Charles A. Willard (Eds.), *Argumentation: Across the Lines of Discipline*. Dordrecht: Foris, 1987. Pp. 275–287.
4. Pallotta D. The way we think about charity is dead wrong. TEDGlobal, 2013. URL: https://www.ted.com/talks/dan_pallotta_the_way_we_think_about_charity_is_dead_wrong (дата звернення: 10.08.2020).
5. Pinker S. Is the world getting better or worse. TEDGlobal, 2018. URL: https://www.ted.com/talks/steven_pinker_is_the_world_getting_better_or_worse_a_look_at_the_numbers (дата звернення: 10.08.2020).
6. Taylor J.B. *Stroke of Insight*. TEDGlobal, 2008. URL: http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html (дата звернення: 10.08.2020).
7. Van Eemeren F.H., Grootendorst R., Kruiger T. *Handbook of argumentation theory: A critical survey of classical backgrounds and modern studies*. Dordrecht: Foris Publications, 1987. 344 p.

References:

1. Eemeren, F.H., & Kruiger, T. (1987). Identifying argumentation schemes. In Frans H. van Eemeren, Rob Grootendorst, J. Anthony Blair and Charles A. Willard (Eds.), *Argumentation: Perspectives and Approaches*. Dordrecht: Foris, pp. 70–81.
2. Hastings, A.A. (1963). *Reformulation of the Modes of Reasoning in Argumentation*: PhD dissertation. IL: Northwestern University, 72 p.
3. Kienpointner, M. (1987). Towards a typology of argumentative schemes. In Frans H. van Eemeren, Rob Grootendorst, J. Anthony Blair and Charles A. Willard (Eds.), *Argumentation: Across the Lines of Discipline*. Dordrecht: Foris, pp. 275–287.
4. Pallotta, D. (2013). The way we think about charity is dead wrong. TEDGlobal. URL: https://www.ted.com/talks/dan_pallotta_the_way_we_think_about_charity_is_dead_wrong (accessed: 10.08.2020).
5. Pinker, S. (2018). Is the world getting better or worse. TEDGlobal. URL: https://www.ted.com/talks/steven_pinker_is_the_world_getting_better_or_worse_a_look_at_the_numbers (accessed: 10.08.2020).
6. Taylor, J.B. (2008). *Stroke of Insight*. TEDGlobal. URL: http://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_s_powerful_stroke_of_insight.html (accessed: 10.08.2020).
7. Van Eemeren, F.H., Grootendorst, R., & Kruiger, T. (1987). *Handbook of argumentation theory: A critical survey of classical backgrounds and modern studies*. Dordrecht: Foris Publications, 344 p.