

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ МОРСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
КАФЕДРА «ФІЛОЛОГІЯ»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему
«Лінгвістичні особливості та дискурсивні стратегії
англомовного публічного мовлення (на матеріалі виступів TED Talks)»

виконала: ЗДОБУВАЧКА ВИЩОЇ
ОСВІТИ 2 РОКУ НАВЧАННЯ 1 ГРУПИ
ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ
ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ
ШЕВЧУК АНАСТАСІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

Науковий керівник:
к. пед. н., доцент кафедри «Філологія»
МОСКАЛЮК ОЛЕНА ВІКТОРІВНА

Рецензент:
к. пед. н., доцент, доцент
кафедри «Морська англійська мова»
НУ «Одеська морська академія»
БОНДАРЕНКО ЄВГЕНІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

Допущено до захисту:

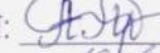
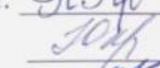


«18» грудня 2024 р. Науковий керівник  (Олена МОСКАЛЮК)

Національна шкала: Відмінно

Кількість балів: 99

Оцінка ECTS: A

Дата захисту: «23» грудня 2024 р.

Члени комісії:  Ганна ПРИХОДЬКО
 Світлана ЮХИМЕЦЬ
 Наталія ЖМАСВА
 Інна КІВЕНКО

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ	8
1.1 Публічний виступ: сутність, організація, техніки.....	8
1.2 Структура змісту публічного мовлення.....	13
1.3 Лінгвістичні особливості англомовного публічного мовлення.....	18
Висновки до Розділу 1.....	25
Р	
О	
3.1 Комунікативні стратегії публічних промов TED Talks.....	26
3.2 Методи дослідження та обґрунтування вибору матеріалів роботи.....	29
3.3 Аналіз дискурсивних стратегій в матеріалах TED Talks.....	33
Висновки до Розділу 2.....	36
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЛІНГВІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ВИСТУПІВ TED TALKS)	37
МЕТОДОЛОГІЯ проведення дослідження ДИСКУРСИВНИХ... СТРАТЕГІЙ... В МАТЕРІАЛАХ TED TALKS ...особливостей...та...дискурсивних стратегій англомовного публічного мовлення (на матеріалі виступів TED Talks).....	39
Висновки до Розділу 3	57
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	58
РЕЗЮМЕ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	63
ДОДАТКИ	69

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

РП – риторичні питання;

СПЛ – суспільно-політична лексика;

СПТ – суспільно-політична термінологія;

TTs – TED Talks.

ВСТУП

Диджиталізація інформаційних систем користується великим попитом у нинішній час. З роками аудіовізуальний контент також став важливою формою комунікації, а відеоформат – більш креативний спосіб представити тему аудиторії, так як процес спілкування стає більш інтерактивним.

«Починаючи з 2007 року міжнародна конференція TED успішно позиціонує себе як один із найбільш відомих форматів популяризації ідей по всьому світі. Конференція поширює свій інформаційний медіа-продукт під гаслом «ідеї, що варті поширення» (“ideas worth spreading”») [1]. Однак сучасні науковці не приділяють належної уваги вивченню публічних виступів TED, тому TED Talks стають новим об’єктом дослідження.

Отже, **актуальність кваліфікаційної роботи** визначається максимізуючою експонентою масової комунікації в контексті сучасної цивілізації. Це може бути контретизовано як визначення ролі в сучасному житті публічних виступів і ораторів, які постійно використовують в своїх промовах стратегії та тактики переконання, елементи аргументації засобами англійської мови на матеріалі конференцій TED Talks.

Відомо, що формат TED Talks складається з навчальних відеолекцій на певну тему, особливо актуальну в суспільстві, розшифровується як *Technology*, абсолютно різних сфер діяльності. Публічно виступають філософи, бізнесмени, філантропи, а також викладачі, політики та всі, хто бажає поділитися своїми ідеями та відкриттями. У зв’язку з цим, питання лінгвістичних особливостей англійського публічного мовлення на матеріалі Ted Talks набуває все більшого значення та детального огляду. Необхідність ґрунтовного висвітлення, глибокого та вичерпного аналізу зумовили обрання теми дослідження «Лінгвістичні особливості та дискурсивні стратегії англійського публічного мовлення (на матеріалі виступів TED Talks)».

Теоретично-методологічне підґрунтя дослідження становлять концептуальні положення і тези, що стосуються загальних проблем

публічного дискурсу (Ф. Бацевич, Л. Безугла, І. Біскуб, Р. Водак, А. Загнітко, М. Халлідей). Окрім того, дослідженню поставленої проблеми присвячено чимало наукових розвідок. Аналізуючи роботу багатьох вчених, можна виявити їхні важливі досягнення, а саме: вивчення різних аспектів культури спілкування (І. Гамрецький, Н. Герасименко, М. Пентилюк, Г. Павловська, та ін.); аналіз лінгвістичних особливостей публічного мовлення (В. Богатько Н. Івкова, Т. Свиридюк, та ін.); дослідження особливостей публічних виступів

Значний внесок у розвиток науки про мистецтво красномовства зробили українські (Н. Бабич, А. Богуш, О. Бондаренко, А. Коваль, С. Кошачевський, Г. Онуфрієнко, З. Сікорська, Л. Шевченко) й зарубіжні (І. Томан, Z. Harris,

Об'єктом дослідження обрано англomовні публічні виступи Ted Talks, а **предметом** – лінгвістичні особливості та дискурсивні стратегії промов конференції.

Мета дослідження полягає у визначенні лінгвістичних особливостей та дискурсивних стратегій англomовного публічного мовлення (на матеріалі виступів TED Talks)». Відповідно до сформульованої мети, окреслено **такі завдання:**

висвітлити сутність і зміст публічного мовлення, його організацію та техніки;
визначити лінгвістичні особливості англomовного публічного мовлення;
виокремити основні комунікативні стратегії публічних промов TED Talks;
- обґрунтувати методи дослідження та відповідний матеріал роботи;
- проаналізувати лінгвістичні особливості та дискурсивні стратегії англomовного публічного мовлення на матеріалі виступів TED Talks.

Матеріалом дослідження слугували публічні виступи TED Talks. Всі обрані промови відносяться до загальносоціальної тематики, оскільки така інформація зрозуміла повністю аудиторії. Популярні спікери конференції в стилі TED, виступи яких було проаналізовано: Brené Brown, Graham Shaw, Amy

Методи використані в роботі: теоретичний, який також вважається системно-структурним методом, задля здійснення теоретичного аналізу, систематизації та узагальнення друкованих та електронних джерел стосовно досліджуваної проблеми; метод критичного дискурс-аналізу, завдяки якому можливо виокремити основні елементи і проаналізувати лінгвістичні особливості публічних виступів; компаративний метод, який використано не лише для порівняння, а й задля виявлення спільних і відмінних особливостей, що були використанні в промовах TED Talks; кількісний метод, завдяки якому визначено співвідношення лексичних, граматичних і стилістичних характеристик промов TED Talks та дискурсивних стратегій, використаних оратором задля надання ефективності промов.

Наукова новизна полягає в описанні лінгвістичних особливостей англomовного публічного мовлення на матеріалі виступів TED Talks в умовах сучасного глобалізаційного суспільства; проаналізовано використані дискурсивні стратегії ораторами TED Talks.

Теоретична значущість дослідження полягає у подальшому дослідженні лінгвістичних особливостей і дискурсивних стратегій англomовного публічного мовлення на матеріалі виступів TED Talks.

Практична цінність роботи визначена якісним і кількісним аналізом лінгвістичних особливостей та дискурсивних стратегій англomовного публічного мовлення на матеріалі виступів TED Talks, що може сформувати базу для подальшого дослідження специфіки особливостей відповідних публічних промов. Матеріал дослідження може бути використано для вивчення іноземної мови (англійської), особливо для спеціальних цілей, у спецкурсах комунікації і дискурсу, аспекті ораторського мистецтва, а також при укладанні різних навчальних матеріалів. Результати можуть бути корисними для науково-педагогічних працівників і здобувачів вищої освіти філологічних спеціальностей.

Апробація результатів дослідження: публікація тез з теми дослідження в VII Міжнародній науково-практичній конференції “Education and Science of

I

I Представлена наукова робота містить вступ, три розділи, висновки, Бписок використаних джерел, додатки. У **вступі** визначаються актуальність дослідження, мета; ставляться основні завдання; окреслюється об'єкт і Предмет дослідження (Вплик Британії на розвиток науки в Україні) наявний сертифікаційність отриманих результатів дослідження.

У **першому розділі** досліджується поняття публічний виступ, його сутність, організація, техніки; висвітлюється специфіка змісту публічного мовлення.

У **другому розділі** визначаються комунікативні стратегії публічних промов TED Talks; обґрунтовано вибір матеріалу для дослідження. Проаналізовано дискурсивні стратегії в матеріалах TED Talks.

У **третьому розділі** проаналізовані безпосередньо лінгвістичні особливості та дискурсивні стратегії англomовного публічного мовлення (на матеріалі виступів TED Talks).

У **висновках** подані результати, напрацьовані під час написання кваліфікаційної роботи, визначаються перспективи подальшого вивчення.

Окрім того, до роботи додається **список використаної літератури**, який складається з 79 джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ

1.1 Публічний виступ: сутність, організація, техніки

Останніми роками та з урахуванням реалій життя сьогодення, мовна політика, яку проводить Рада Європи, спрямована на розвиток багатомовності

в європейських країнах з метою розширення європейської співпраці. У рамках проєктів, які реалізує Україна в співпраці з різними культурно-освітніми центрами країн, надано нові якісні змістові програми. Мовна політика Ради Європи відображена в її основних документах, до яких, насамперед, відносяться Common European Framework of Reference, що свідчить про значущість англійської мови та необхідність володіння мовою на належному рівні [18].

Успішне здійснення цього виду діяльності вимагає володіння відповідними мовними засобами, які підвищують виразність, дієвість і впливовість мовлення, що є важливою рисою професійного ораторського мистецтва. Зрозуміло, що в таких умовах потреба у формуванні навичок іншомовного спілкування майбутніх фахівців стає все більш актуальною.

У сучасних дослідженнях публічне мовлення визначається як «сукупність мовних засобів, систематизованих на граматичному, лексичному та фонетико-орфоепічному рівнях, відібраних відповідно до потреб аудиторії, жанру, написане за правилами риторики» [12, с. 65], а й процес представлення стандартизованої промови, підготовленої та чітко структурованої для даної аудиторії слухачів.

Уміння виступати публічно, вести переговори, впливаючи на аудиторію, є необхідною умовою успіху в багатьох сферах професійної діяльності. Отже, під публічним виступом, як правило, розуміють особливу форму мовленнєвої діяльності, спрямовану на певну аудиторію і здійснену з метою надання інформації слухачеві та справлення на нього відповідного впливу.

Класифікація мовознавців Л. Мацько та Л. Кравець висвітлює, що публічне мовлення, залежно від сфери професійного спілкування, диференціюється за такими жанрами: 1) академічне мовлення (наукова доповідь, лекція, науковий огляд, наукове повідомлення, науково-популярна лекція); 2) соціально-політичне мовлення (звітна доповідь, соціально-політична, політично-економічна, соціально-культурна, морально-етична доповіді, мітингова, агітаційна, військово-патріотична промови, політичний

огляд); 3) дипломатичне мовлення (промови на міжнародних та міждержавних конференціях, зборах, засіданнях тощо); 4) судове мовлення (промова державного обвинувача, захисна (адвокатська) промова, самозахисна промова, промова громадського обвинувача тощо); 5) соціально-побутове мовлення (ювілейна промова, застільне слово, похоронна промова); 6) церковно-богословське мовлення (проповідь, лекції у духовних семінаріях і академіях, промова на соборах) [10, с. 162].

Щодо публічного виступу фахівців різних галузей зазначимо, що, відповідно до вимог сучасної кваліфікації, майбутня професійна діяльність оратора тісно пов'язана з такими видами ораторської діяльності, як: доповіді на наукових конференціях, виступи під час участі у політичних дебатах, дискусіях, політичних оглядах, коментарях тощо.

Публічний виступ є синтезом інформації та переконання. Розглянемо сутність наведених вище понять. Поняття «інформація» досить неоднозначне. Загалом можна відзначити, що інформація вважається одним із центральних понять сучасної філософської науки. Загалом інформація визначається як сукупність відомостей про події чи явища і вважається третьою складовою буття – поряд з матерією та енергією [2, с. 249].

Цінність інформації – це її кількісні характеристики, які визначають її прагматичний аспект або значення для реципієнта [3, с. 10].

У разі навмисного порушення цієї характеристики інформація може перетворитися на інструмент маніпулювання людською свідомістю, що, на думку дослідників, часто спостерігається в процесі комунікації.

Актуальністю інформації вважається ступінь її відповідності часу, подіям у суспільстві, законам природи тощо [9, с. 139]. Інформація характеризується наявністю відповідних властивостей, які в процесі сприйняття та розуміння можуть перетворюватися на самостійну сукупність знань.

Отримання будь-якої інформації та її подальша обробка залишає певний слід у свідомості людини, який так чи інакше впливає на емоційну, інтелектуальну чи поведінкову сферу. Відповідно, інформація тісно пов'язана

з процесом переконання. Переконання – це прямий вплив на людину через аргументацію. Якщо переконання використовується як засіб соціального контролю, воно має маніпулятивний характер.

Переконання також вважається різновидом усного чи письмового тексту. Однак, на відміну від розглянутого нами вище типу інформації, переконання розуміють як раціональну інформацію, що включає необхідні докази, приклади тощо [9].

Як зазначає О. Кульмінський, виділяють такі типи аргументів для процесу переконання: 1) незаперечні факти або відомості, що містяться в тексті повідомлення, які змушують слухача оцінювати весь текст як точний; психологічне задоволення слухача; 3) аргументи, що апелюють до негативних очікувань аудиторії [20, с. 47].

Розташування аргументів відіграє неабияку роль під час публічного виступу. «Сильні аргументи», які представляють інформацію, спрямовану на зміну ставлення слухача, повинні ставитися перед будь-якими іншими аргументами, не пов'язаними з вирішенням цього завдання. Це вважається найефективнішим способом розташування відповідних аргументів у середині тексту повідомлення, утворюючи «пірамідальну модель» впливу [20, с. 49]. Якщо аудиторія слухачів виявляє інтерес до теми повідомлення, то вагомі аргументи будуть ефективнішими, якщо вони знаходяться в кінці тексту. Така конструкція повідомлення називається «кульмінаційною моделлю» впливу. Реципієнт може бути й байдужий до теми повідомлення, то для привернення його уваги найбільше підійде позиція «вагомий аргумент» на початку тексту, створюючи так звану «антикульмінаційну модель» [20, с. 50].

Дотримання зазначених принципів і методів організації публічних повідомлень, безумовно, є важливою умовою їх ефективності, але не є повною гарантією успіху. Важливою особливістю сучасного публічного мовлення є його діалогічність, яка виражається також у формі монологічного мовлення. Ефективний монолог (лекція, доповідь, виступ тощо) повинен містити такі

прийоми, як звернення, запитання, певну структуру, що використовуються для встановлення контакту з аудиторією, підтримки уваги слухача тощо.

Публічний виступ, який відповідає вищезазначеним критеріям, має здатність впливати на слухачів, особливо на емоційній, інтелектуальній або поведінковій сферах.

У процесі сприйняття, розуміння та аналізу такого повідомлення реципієнт може отримувати стимули до виконання певних пізнавальних дій, активізації та розвитку інтелектуального потенціалу, а також розвивати генерування власних ідей у сфері дискусії.

Таким чином, під час публічної промови оратор інформує слухача про нову інформацію, яка взаємодіє з наявними порціями інформації у свідомості людини, потенційно загострюючи конфлікти між новими та наявними знаннями.

Отже, підготовка будь-якої промови включає 1) визначення мети, завдань, окремих питань, які має вирішити доповідач; 2) вибрати обґрунтовану та актуальну інформацію, що стосується теми повідомлення; 3) компонентна структура доповіді (вступ, основна частина, висновок).

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що цей вид мовленнєвої діяльності поєднує в собі функції інформування та переконання слухача. Повідомлення, яке транслюється публічно та відповідає вищезазначеним критеріям, має здатність впливати на одержувача, особливо в його емоційній, інтелектуальній або поведінковій сферах.

У процесі сприйняття, розуміння та аналізу такого повідомлення реципієнт може отримувати стимули до виконання певних пізнавальних дій, активізації та розвитку інтелектуального потенціалу, а також розвивати генерування власних ідей у сфері дискусії. Таким чином, під час публічної промови оратор інформує слухача про нову інформацію, яка взаємодіє з наявними порціями знань у свідомості людини, потенційно загострюючи конфлікти між новими та наявними знаннями.

Отже, публічний виступ – це здатність аналізувати актуальні події і явища, прогнозувати можливі соціально-політичні факти та конфлікти в риторико-емоційній формі: чітко, доречно, логічно, переконливо. Публічна промова відповідає законам формальної логіки, залучає увагу слухачів, відповідає їх інтересам і потребам, володіє відповідною композиційною структурою, відрізнитися ефективною аргументацією.

З метою більш детального аналізу публічних виступів, вважаємо за доцільне перейти до розгляду структури змісту публічного мовлення.

1.2 Структура змісту публічного мовлення

У пункті 1.1 ми встановили, що однією з функцій публічного мовлення є інформування відповідної аудиторії на задану тему. Це означає, що, готуючи виступ на обрану тему, оратор повинен детально вивчити сутність проблеми в рамках наукової, суспільно-політичної і спеціальної літератури [10, с. 90]. При цьому проблема «виступає в багатогранному співвідношенні з іншими питаннями, в діахронному і синхронному відношенні в загальному, конкретному, об'єктивному та суб'єктивному, раціональному й емоційному проявах» [10, с. 93].

У процесі аналізу необхідної інформації чітко видно, «який матеріал і пропорції буде мати зміст повідомлення, які аспекти в ньому будуть розглянуті, яку точку зору підтримує автор» і що він декларує» [10, с. 94]. Недостатня професійна підготовка оратора може негативно вплинути на комунікаційну взаємодію слухача з аудиторією. Як наслідок, мета відповідної промови не буде досягнута, тому для підготовки ефективного виступу необхідна експертиза.

Цей факт знайшов відображення в творах античних ораторів, які були відомими політичними діячами. Наприклад, Цицерон, розглядаючи якості гарного оратора, стверджував, що «неможливо стати успішним оратором у цих галузях, не вивчивши всіх предметів і найважливіших наук. Мовлення повинно розвиватися й удосконалюватися лише на основі повного знання

предмета; якщо за ним немає сенсу, засвоєного і пізнаного мовцем, то його словесне вираження здається порожнім, навіть як «дитяча мова» [2].

Щоб публічне повідомлення справляло необхідний вплив на слухача, при його формуванні необхідно дотримуватися *відповідних риторичних законів*.

Стратегічний закон риторики регламентує побудову програми, що впливає на слухача. Цей закон базується на законі концепції та законі моделювання аудиторії (розглянемо нижче). Стратегія розробляється для реалізації ідеї, тому залежить від її змісту та завдань.

Концептуальні закони риторики припускають наявність у мовця здатності аналізувати та систематизувати свої знання про предмет спілкування. За допомогою цього закону оратор «навчиться передбачати наслідки своїх дій, визначати цілі своєї діяльності, підкреслювати головне і другорядне» [8, с. 80]. Формування закону передбачає, на думку О. Мацько і Л. Мацько, певної послідовності дій, а саме: 1) обрати актуальну тему; 2) вивчити стан обраної проблеми «з використанням емпіричного, енциклопедичного й компаративного матеріалу»; 3) критичне опрацювати та проаналізувати власні ідеї [10 с. 94].

Тактичний закон риторики «полягає в конкретизації дій для подальшої реалізації стратегії» [10, с. 98]. Базою цього етапу виступу є аргументація, яка визначається як логічне обґрунтування «шляхом наведення доказів, прямих і протилежних переконань» і належить до основної частини риторики – композиції [10, с. 99].

Що стосується *закону моделювання аудиторії*, який «передбачає вивчення слухачів, на яких розрахована реалізація задуму» [2, с. 134]. Значення аудиторії в процесі формулювання та реалізації маніфесту наголошували ще античні оратори, якими часто були видатні політичні та громадські діячі.

Правила риторики передбачають наявність у оратора достатньої риторичної компетентності, під якою розуміють сукупність знань, умінь і особистих якостей, що визначають його здатність до успішної комунікативної

взаємодії. Комунікація розуміється як етична категорія, учасники якої є рівноправними суб'єктами в досягненні взаєморозуміння в усіх видах діяльності.

Проблема формування риторичної компетентності є однією з найактуальніших у викладанні та навчанні сучасних мов. Щодо структури риторичних компонентів, то, згідно з дослідженням Л. Горобець, їх можна представити наступним чином:

- знання комунікативної мети, вибір стратегій, що реалізуються через комунікативно-риторичні тактики та висвітлюються комунікативною ситуацією;

- формування думки: «уміння вдало підібрати тему; зазначити комунікативний намір; врахувати тип адресата, особливості публічного спілкування з ним; уміння розташувати факти / матеріал / аргументи у відповідності з обраним типом мовлення, прогнозуючи риторичні враження та інше»;

«адекватний синтез мовлення як цілого тексту»;

«володіння арсеналом жанрово-стилістичних засобів» [5, с. 115].

Слід зазначити, що риторична компетентність пов'язана з вигадуванням, компоненти публічного виступу надаємо в наступному викладі:

Інтенція мовлення реалізується за допомогою комунікативних стратегій і лінгвістичних тактик, що відповідають темі повідомлення й умовам ситуації спілкування, з урахуванням особливостей та інтересів адресата;

використання відповідних форм звертання, які характерні для публічного виступу (Dear colleagues; Ladies and gentlemen; Mr. комунікативні засоби, за допомогою яких встановлюється контакт зі слухачами;

структура речення, що відповідає вимогам публічного виступу (вступ, основна частина, висновок);

вагу аудиторії слід утримувати, враховуючи її особливості, використовуючи відповідні екстра- та паралінгвістичні засоби;

використання формул для завершення повідомлення, володіння термінологією, яка відповідає темі виступу, належних граматико-стилістичних засобів оформлення публічного мовлення в процесі продукування власного висловлювання [5, с. 135].

Вище було зазначено, що англomовне публічне мовлення базується на вмінні аналізувати та прогнозувати ті чи інші актуальні події (факти), що відбуваються як у нашій країні, так і за кордоном. Виконання зазначеного виду професійної діяльності здійснюється на основі відповідних мовленнєвих дій іноземною мовою.

Отже, *перший вид іноземномовної діяльності* полягає у підборі документів на обрану доповідачем тему (політика, економіка, суспільство, наука...) з багатьох різноманітних джерел інформації англійською мовою: спеціалізованих документів, ресурсів Інтернету, статей із газет і журналів тощо. Цей вид мовленнєвої діяльності здійснюється з використанням знань про засоби передачі різних видів інформації у зв'язному тексті.

Другим видом іноземномовної мовленнєвої дії передбачається перекладання вибраного матеріалу з метою ознайомлення із загальним змістом тексту та визначення найважливіших подій для майбутнього виступу. У процесі читання мовленнєві явища семантизуються шляхом 1) прямого перекладу за допомогою двомовного словника; 2) контекст, правила словотвору на основі власного мовного досвіду (лінгвоконтекстуальний домисл) [22].

Основою для здійснення конкретного виду мовленнєвої діяльності іноземною мовою є знання засобів відбору з тематичних джерел інформації англійською мовою (політика, суспільство, економіка) та вміння прогнозувати мовний зміст і відповідний контекст.

Третій різновид мовленнєвої дії іноземною мовою – обробка оригінального тексту з метою його скорочення (стиснення) шляхом виявлення головної думки та виключення другорядної інформації. Створений таким чином «вторинний текст» є актуальним і характеризується термінологічною насиченістю та використанням відповідних граматичних структур. Цей вид мовленнєвої діяльності здійснюється на основі знання засобів смислового перетворення основного тексту та створення другорядного.

Четвертий тип іншомовної дії передбачає доповнення вторинного тексту власними попередніми знаннями про проблему, що розглядається, з метою її аналізу та прогнозування основних суспільно-політичних (економічних) наслідків, які можуть виникнути на цій основі. Реалізація цього виду іншомовної діяльності здійснюється з опорою на знання багатьох спеціалізованих питань інформації, що веде до розвитку навичок аналітичного мислення.

П'ятий різновид мовленнєвих дій іноземною мовою – удосконалення змісту створюваного тексту шляхом додавання риторико-стилістичних засобів для посилення впливу мовлення. Цей вид діяльності здійснюється на основі знання сутності риторичних засобів виразності та основних стилів, характерних для публічного мовлення та вміння використовувати ці засоби в процесі висловлювання власних думок та позицій [22].

До шостого типу іншомовної діяльності відноситься попередня відтворення тексту самому собі чи довіреним особам, які можуть не тільки виправити помилки, а й підказати способи його вдосконалення» [13, с. 365]. Цей вид здійснюється на основі запам'ятовування англійської професійної інформації.

Сьомий тип іншомовної мовленнєвої поведінки передбачає прогнозування можливих запитань і відповідей слухача та використання знань про різні події та інтерпретації (прийняття рішень), відповідних рішень і відповідних умінь програмувати можливі запитання.

Восьмий вид – усний виклад підготовленої вступної промови, що передбачає 1) поглиблене знання створеного тексту публічного виступу;

Таким чином, структурними елементами публічного виступу засобами англійської мови є: 1) знання, професійні вміння, що визначаються відповідно до кваліфікаційних вимог оратора; 2) знання та риторичні навички, на основі яких реалізується ефективний публічний виступ; 3) лінгвомовленнєві знання та навички англійської мови.

Ефективне формування публічної промови здійснюється на основі лінгвістичних особливостей, закономірностей англійської мови: вживання відповідних термінологічних одиниць, а також граматичних і стилістичних структур, характерних для публічного виступу. Більш детально лінгвістичні особливості англійського публічного мовлення будуть розглянуті в наступній частині нашого дослідження.

1.3 Лінгвістичні особливості англійського публічного мовлення

Ефективність експериментального дослідження визначатиметься шляхом аналізу лінгвістичних особливостей публічного мовлення засобами англійської мови. Вирішенню вищезазначених завдань буде присвячена наступна частина нашої роботи.

TED-виступи – це особливий жанр розмовного (риторичного) дискурсу, який суттєво відрізняється від інших усних науково-популярних жанрів та інших типів лекцій, що виголошуються в реальній комунікації, так і в інтернет мережі. Як зазначалося раніше, цей гібридний жанр включає декілька інших жанрів, а саме: лекції викладачів у ЗВО, статті наукових журналів, газет, презентації на конференціях.

Головною ознакою риторичного висловлювання є мовний вплив, схильність до прийняття певних рішень, примушування до віри в щось тощо. Антична риторика мала в своєму розпорядженні арсенал різноманітних прийомів і способів переконання. Три типи переконання, створені

Аристотелем, становлять особливо важливий внесок у риторичку: логічний доказ, моральний доказ (довіра до оратора) та емоційний вплив. Проте необхідною умовою мовлення є поєднання риторичних засобів і логічного змісту. Можна зробити висновок, що промови ТТs можна віднести до риторичного дискурсу, який є окремим типом комунікації, що є особливо актуально для текстів публічних виступів, друкованих видань, а також сайтів.

Риторичному дискурсу притаманна діалогічність структури, яка спрямована на вплив і формування системи світоглядних позицій, думок і суджень.

Відомо, що кожен доповідач повинен бути досвідченим оратором, з метою переконання для створення комунікації, а саме: формування певного когнітивного стану реципієнта – його нового психічного настрою, відповідної згоди, прийняття запропонованої думки, бажання діяти певним чином тощо.

Мовне оформлення визначається його функціональною спрямованістю. До загальновідомих ознак публічних промов належать: 1) *семантична невизначеність*, яка виникає внаслідок того, що оратори часто воліють висловлювати свої погляди в найзагальнішому вигляді, уникаючи прямого продовження висловлювань; 2) *фантомність* походить від того, що багато подій не мають реальних означувачів; 3) *правдивість чи абсурдність* висловлювань впливає на підсвідомість слухача; 4) *езотеричність*, оскільки політичні заяви часто робляться у спосіб, який може зрозуміти лише обмежена група обраних офіційних осіб; 5) *відстороненість та театральність*, оскільки виступ на публіку шкодить створенню відповідного іміджу [8, с. 58].

Вибір мовних засобів залежить від жанру, мети промови, а також від інтенції мовця, ситуації взаємодії мовлення та особливостей адресата повідомлення.

Загалом, лінгвістичні особливості англійських публічних виступів включають фонетичні особливості, аспекти лексики, граматики та стилістики. Розглянемо кожен компонент окремо.

За твердженням М. Соколової, існує система взаємопов'язаних інтонаційних засобів, які допомагають досягти відповідної комунікативної мети. Як правило, виокремлюють такі інтонаційні компоненти: 1) темп і паузацію; 2) тембр; 3) мелодіку мовлення; 4) ритм; 5) фразовий наголос;

Щодо *темпу та паузації*, які залежать від цілей оратора та ситуації мовлення, можна зазначити, що спочатку темп може бути повільним, це створює ефект урочистості промови, ближче до кінця темп може пришвидшуватися, враховуючи ентузіазм оратора. Крім того, повільний темп можна використовувати для виділення семантично важливих блоків інформації.

Впевненість, занепокоєння, особисті переживання може виражати *тембр* спікера. За даними вітчизняних і зарубіжних дослідників (О. Беліченко, американським варіантами публічних промов закладається в фонетичному (інтонаційному) аспекті. Наприклад, для британської англійської характерна наявність більш широкої мелодичної структури, завдяки чому англійська мова звучить різкіше. Британський варіант англійської характеризується використанням The Descending Head; The Ascending Head; The Level Head (the Level pre-Head). Варіант американської вимови відрізняється застосуванням здебільшого the Mid-wavy-level Head (рівної шкали) і кожен наголошений склад характеризується довготою та гучністю [7, с. 12].

Мелодики мовлення публічних виступів, як правило, характеризується: 1) спадною послідовністю наголошених складів; 2) здебільшого falling heads, stepping heads, accidental rise; 3) переважання низхідних тонів (Low Fall) у закінчених інтонаційних групах та низхідно-висхідних (Fall-Rise) у незакінчених (Т. Врабель). Більш високі тони часто використовуються на початку виступу, а не в кінці. Лінгвісти (Е. Смирнова) пояснюють цей факт нервовим збудженням мовця, що викликає напругу голосових зв'язок на початку промови.

З точки зору *ритму* публічні виступи мають періодичні чергування ритмічних груп, що створює його чіткий ритм, як зазначає Т. Врабель.

Як правило, промови TTs мають здебільшого публіцистичний стиль, який характеризується вживанням *фразового наголосу*, є різновидом наголосу в реченні, що вказує на зміст і надає вислову смислової завершеності (С. Бобір).

Гучність виступу має різний характер і використовується для виділення важливої інформації та створення необхідного психологічного ефекту. Ця мовленнєва динамічність дозволяє уникнути монотонності та допомагає визначити ключові фрази.

Однією з лінгвістичних особливостей слід відзначити використання займенника 1-ої особи множини *we* та однини *I*. Оратор використовує цей займенник, щоб ідентифікувати себе з аудиторією, об'єднати, побудувати публічний виступ на рівних, щоб аудиторія почала довіряти оратору. Наприклад: “*We feel it to the very end. In fact, anger has been with us at some of the worst moments of our lives*” [4, с. 255]. Лектор часто вдається до певних лексичних змін задля більшої милозвучності: “*We all make the same mistakes. We all use the same techniques*” [4, с. 266]. В цьому випадку оратор вдається до використання паралельних конструкцій, які характерні дискурсивній стратегії навіювання.

З метою позиціонування себе як професіонала оратори використовують займенник першої особи однини *I*. Наприклад: *And I think the pressure of that has been killing off our artists for the last 500 years* [4].

При необхідності відокремити себе та аудиторію, яка слухає доповідача, від інших, доповідач буде використовувати займенник третьої особи множини *they*. *For example, And you listen and you try to understand why they're so mad. Maybe even secretly judge whether or not they should be so mad* [4].

СПЛ (суспільно-політична лексика) є невід'ємною частиною промов, особливо політичних виступів, яка відображає поняття суспільно-політичного життя суспільства, характеризується їх значенням і суспільною актуальністю

у відповідний період часу. Лінгвісти вважають, що ядро СПЛ утворюють такі лексичні одиниці у семантичній структурі, що відображають основні концепти політичного дискурсу, а саме: «політика», «демократія», «лібералізм», «соціальний», «влада», «бюрократія». Отже, політична термінологія – це мова, яка використовується лекторами, офіційно та неофіційно, у політичному спілкуванні.

Лінгвісти вважають, що термін «суспільно-політична лексика» позначає «сукупність лексичних одиниць, які називають поняття та реалії суспільно-

п

о

л

і

т

и

ч

н

о

г Система мовлення пов'язана з усіма сферами життя суспільства, оловниковий склад будь-якої мови відображає найменші зміни, які відбуваються в тій чи іншій сфері діяльності. Водночас сильні зміни в суспільно-політичному житті неминуче тягнуть за собою такі ж кардинальні зміни у сфері лексики. Що стосується лексики, то ми бачимо, що вона постійно оновлюється навіть у стабільні історичні періоди, не кажучи вже про великі економічні та соціальні зміни. Окрім того, характерною особливістю публічних виступів є використання відповідних *кlišе*.

Граматична компонента – важлива частина в процесі реалізації компетентного публічного мовлення. Для публічних виступів характерним є використання наказових форм дієслова для того, щоб привернути увагу аудиторії (Make no mistake about what we're up against – Б. Обама). Слід також виокремити дієслова в теперешньому часі для повідомлення про актуальні

р

о

майбутні події (We're looking to fundamentally change the status quo in Washington. We are looking for more than just a change of party in the White House. – Б. Обама). Що стосується повідомлення про минулі події є характерним використання минулого часу (Certainly neither of us wanted it to happen. I anticipated this long and difficult road. Yet it came, and now it has ended... – А. Гор); а також вживаються дієслівні неособові форми (How best shall we do it? Last June we again won the honour to serve the British people. – М. Тетчер) [19].

До основних синтаксичних особливостей, слід віднести: риторичні питання (How long shall we look the other way while our fellow human beings suffer? How long shall we ignore this under-developed nation in our midst? How long? – Michael Harrington); окличні речення (“Go ahead in the direction of your dreams!” – Henry David Thoreau); інверсійний порядок слів (Meanwhile, back in Labourland, the jockeying goes on as ever between the Blairites and the Brownites – Ч. Кенеді); прості та складносурядні речення (I will discuss the progress of the economy and the path forward for monetary policy. The current expansion is almost six years old and is now one of the longest since World War II. While the pace of improvement has at times been frustratingly slow, by some measures the recovery is now well advanced. By other measures, there is still room for improvement. – Jerome H. Powell); синтаксичний паралелізм (If there is anyone out there who still doubts that America is a place where all things are possible; who still wonders if the dream of our founders is alive in our time; who still questions the power of our democracy, tonight is your answer. – В. Обама) [19]. Як зазначалося раніше, публічний виступ повинен бути стилістично забарвлений з метою посилення впливовості на слухачів, тому наступною особливістю слід визначити стилістичну, а саме такі засоби: метафора (*We eventually arrived at a conclusion. The conversation drifted aimlessly*), антитеза, алітерація (*Let us go forth to lead the land we love...*), епітети, іронія, порівняння (*We should pull ourselves together by our own bootstraps*) [19].

Як свідчать дані досліджень у галузі стилістики, для художнього стилю найбільш характерно використання експресивних стилістичних прийомів для створення креативної системи образів. Що стосується публіцистичного стилю, то використання експресивних стилістичних прийомів зумовлене необхідністю впливу на емоційну сферу слухача та характеризується відповідною клішованістю. При цьому використання експресивних висловлювань має бути помірним, так як це може відвернути увагу слухача від змісту промови. Тому добір стилістично забарвлених одиниць слід здійснювати з урахуванням теми, цілей і завдань публічного виступу, а також залежно від ситуації й адресата мовленнєвої взаємодії.

Натомість, ми зосереджувалися на лінгвістичних аспектах англійського публічного виступу, включаючи фонетичні, стилістичні компоненти, лексику, граматику, як це відображено у відповідній моделі (*Додаток А*).

Висновки до Розділу 1

Проведений аналіз наукової літератури дозволив висвітлити змістовні та структурні характеристики поняття «англійське публічне мовлення». Було встановлено, що публічне мовлення є різновидом професійно-орієнтованої мовленнєвої діяльності, яка адресована певній аудиторії і виголошується з метою інформування та переконання слухачів.

Англомовні публічні виступи визначаємо як здатність аналізувати актуальні події та явища, що відбуваються як у нашій країні, так і закордоном, прогнозувати можливі соціально-політичні події засобами англійської мови в риторико-емоційній формі: чітко, доречно, логічно, переконливо.

Реалізація цього завдання потребує володіння лекторами риторичними знаннями, завдяки яким учасники спілкування в процесі мовленнєвої взаємодії можуть привести суспільство в гармонію. Публічні виступи характеризуються використанням конкретних прийомів, методів і форм аргументації для впливу на реципієнта шляхом створення позитивного іміджу, посиляючись на власний досвід, репутацію, професіоналізм.

Крім самопрезентації, існує ряд інших риторичних прийомів, які надають виразності та яскравості публічному виступу. Наприклад, серед найбільш використовуваних прийомів варто виділити: риторичні запитання, гумор, перебільшення, метафора.

Окрім того, лінгвістичні особливості англомовних публічних виступів включають фонетичні особливості, аспекти лексики, граматики та стилістики, що допомагають побудувати промову належним чином і здійснити вплив на слухачів, з метою досягнення комунікативної мети.

Вважаємо за доцільне перейти до розгляду методологічних аспектів наведених концепцій в наступному розділі.

Р

О

З

2.1 Комунікативні стратегії публічних промов TED Talks

Промови TED – це особливий розмовний (риторичний) жанр дискурсу, заснований на науково-популярному стилі, що включає елементи художнього, публіцистичного та розмовного, виконуються в реальному житті та в інтернеті.

2

.

Унікальність промов TED Talks полягає в чіткому форматі місцевого часу та ретельній підготовці. Виступи TED характеризуються рисами, а саме: стислість, організованість, логічна та композиційно-структурна продуманість, прозорість, ясність, високий рівень авторитетності, інтерактивність і переконливість. Як основний жанр, виступи TED доступні лише невеликій аудиторії слухачів, це поєднання виступів у сфері освіти, презентації на конференціях і телевізійні документальні фільми.

Приналежність жанру до тієї чи іншої області спілкування вимагає особливого розуміння і може бути неоднозначним. Якщо суто наукові випуски належать до наукового стилю, то інші види – вважаються периферійними. Наприклад, «навчальні лекції складають навчально-науковий підстиль наукового мовлення, а публічні лекції на наукові теми зазвичай розглядаються в межах науково-популярного підстилю. Щодо публічних лекцій на інші теми, як наприклад загальносоціальні або суспільно-політичні, то вони зазвичай відносяться до публіцистичного стилю» [14, с. 108].

Слід відзначити, що виступи TED як основний жанр слухаються невеликою групою слухачів, лише фізично присутніми під час відповідної конференції. Для інших слухачів TED Talks (далі TTs) – це інтернет-жанр, вторинний. На відміну від багатьох веб-конференцій, які відбуваються онлайн, спілкування в цьому жанрі не є синхронним і не передбачає взаємодії між доповідачами та аудиторією, тоді як коментарі на конференціях TTs завжди відкриті та служать полем для дискусій та дебатів.

Будь-яка ситуація спілкування спрямована на вирішення певних завдань, сформованих метою комунікації і здійснюється в певній дискурсивній площині. Аналізуючи гібридний ораторський жанр TTs, слід висвітлити його комунікативні цілі, який виник внаслідок взаємодії наукового та навчального дискурсів. Перш за все, доповіді TED покликані інформувати людей про певні події, відкриття та соціальні процеси, тому основна комунікативна мета TTs має бути *інформативною*.

Окрім цього, цей жанр містить приховані ознаки інших комунікаційних цілей, таких як: *оцінювальна комунікативна* мета досягається в мовленні шляхом зосередження уваги мовця на важливості прийняття рішень у певній сфері людської діяльності, потреби здійснити зміни або реагувати на глобальні проблеми суспільства.

Що стосується *етикетної комунікативної мети*, то варто зазначити, що вона досягається в TED-доповіді через дотримання правил конференції TED. Обов'язковою частиною цього формату є подяка аудиторії в кінці виступу і супроводжується оплесками слухачів.

Імперативна комунікативна мета конференцій TED реалізується в впливом виступів на аудиторію. Вплив оратора на аудиторію досить опосередкований за допомогою багатьох різноманітних засобів. Наприклад, спікер не тільки повідомляє аудиторії про певну ситуацію, а й переконує слухача в її правильності та важливості змін, про які він говорить, тому спікери часто звертаються до аудиторії за допомогою особового займенника «ви» і вживають модальні дієслова з необхідними значеннями, наприклад “should”, “have to”, “need” [21, с. 47]. Ці вищезазначені методи посилюють категоричність промови, її вплив на слухача, а також допомагають оратору висвітлити впевненість своїх ідей. Щоб досягти необхідної комунікаційної мети спікери часто використовують займенник «ми» для самоідентифікації з аудиторією, що характерно для академічного стилю та спонукає аудиторію поринути в спільні з оратором спогади та думки.

Різнманітність доповідей і кількість тем величезні. Автор виступу на експертом, знавцем певної галузі знань, з іншого боку, його мовленнєва діяльність і поведінка обмежені певними жанровими вимогами. Правила досить суворі і стосуються всіх без винятку конференцій TED. Наведемо один із прикладів: «тривалість виступу не повинна перевищувати 19 хвилин, повинні бути присутніми ідеї, якими оратор ділиться з аудиторією, виступ

повинен бути зрозумілим і запам'ятовуватися аудиторії, поведінка оратора – впевнена та неупереджена» [20, с. 56].

Слід додати, авторство TTs є колективним. Початкова ідея, вибір тематики – належить самому спікеру, редагування та вдосконалення контенту, доведення його до стандартів публічних виступів TTs, або навіть додавання гумору створює організатор проекту» [4, с. 133]. Однак спікер TTs не поводить як актор, який запам'ятовує зміст своєї промови та виголошує її на сцені.

Враховуючи вищезазначене, відзначаємо наступне: «правила та послідовності комунікативних дій, яких дотримується адресант для досягнення певної комунікативної мети» – так Ф. Бацевич зазначає комунікативну стратегію [2, с. 339-340]. Комунікативна стратегія – це сукупність правил та комунікативних дій, яких дотримується оратор для досягнення відповідної комунікативної мети. Т. Пастернак вважає стратегію аргументації однією з найпоширеніших у спілкуванні [15, с. 105].

За результатами аналізу відповідних виступів, метою TED-конференцій є поширення креативних ідей та залучення аудиторії до їх реалізації, тому доповідач обиратиме ефективні стратегії для досягнення поставленої мети спілкування.

Наразі перейдемо до аналізу методів дослідження з метою детального обґрунтування вибору матеріалів роботи.

2.2 Методи дослідження та обґрунтування вибору матеріалів роботи TED Talks

Публічні виступи TED Talks використовувалися як ресурси для наукової роботи. Всі вибрані публічні виступи належать до загальносоціальних тем, оскільки такі промови цілком зрозумілі широкому колу слухачів. Прослуховування подібних публічних виступів не потребує попередньої підготовки, наприклад, спілкування з експертами галузі чи знайомства з

конкретною термінологією. Відбір публічних виступів здійснювали з платформи TED Talks:

Вибірка промов відбувалася за такими критеріями:

ористування високою популярністю серед відвідувачів відповідного сайту, тобто за кількістю переглядів;

ктуальні теми та сучасні спікери (S. Berns, B. Brown, A. Cuddy, B

Так як мета нашого дослідження є проведення лінгвопрагматичного аналізу промов відомої платформи TTs, проведено аналіз лінгвістичних особливостей виступів, дискурсивні стратегії та відповідно розглядалися риторичні прийоми. Важливо усвідомлювати, що публічні виступи з TED Talks наразі представляють великий дослідницький інтерес, оскільки в нинішніх умовах суспільство більше орієнтоване на отримання знань дистанційно, онлайн. М

Безумовно, отримання знань на практиці з викладачем або відвідування занять ефективніше як з точки зору впливу на аудиторію, так і на розуміння спікера (викладача), але для тих, у кого є бажання здобувати знання та вчитися новому самостійно – тут в нагоді й постають відеопромови TTs.

В аналізі висвітлюється кілька класифікацій дискурсивних стратегій, що дозволяє обрати найбільш доречну для виступів TED Talks, так як цей риторичний жанр досить специфічний. У процесі наукової роботи було вирішено виокремити три класифікації дискурсивних стратегій, запропоновані Ю. В. Данюшиною, Д. М. Кайсіною та І. Є. Шпенюком.

Підля дослідження кожної класифікації стратегій дискурсу була обрана одна стратегія. Перша класифікація – це класифікація дискурсивних стратегій Д. М. Кайсіної. Ціль спілкування оратора є створення певного комунікативного впливу на аудиторію з метою поширення відповідної ідеї. На думку Д. М. Кайсіної, «ця інтенція реалізується певними дискурсивними

n

S

S

.

стратегіями, тобто методами впливу в комунікації: доказ (аргументація), переконання (емоційне зараження), навіювання і заохочення [16, с. 135].

Наступна класифікація, що аналізується в науковій роботі, є класифікація Ю. В. Данюшиної. Науковиця проаналізувала один із бізнес-блогів та зазначила «у корпоративному блозі спостерігається реалізація таких дискурсивних стратегій, як: кооператив (згода з автором часто супроводжується прикладами з власного досвіду та висловлюється вдячність за ідею) або слід дати позитивний відгук; вимагає від автора висловити свою думку з іншого проблемного питання, що є опосередкованим визнанням правоти та занепокоєння автора своєю точкою зору порівняно з точкою зору компетентного органу; аргумент або протиріччя (незгода з авторськими поглядами, висновками часткове) [16, с. 10-11].

Ще одна класифікація І. Є. Шпенюк, яка зосереджується лише на науковому та академічному дискурсі, слугуючи майданчиком для обміну думками, аргументами, не погоджуючись із думками інших дослідників, викладаючи свою точку зору [14, с. 125]. Наведену класифікацію також можна застосувати до публічних виступів TED, оскільки публічні промови TED мають ознаки академічного дискурсу, але лише в поєднанні з іншою класифікацією. Ця класифікація не враховує комунікативну мету спікера – впливати на аудиторію, що є досить важливим аспектом публічних виступів дослідників і самопрезентація.

Вищезазначені способи класифікації стратегій, показують, що найбільш прийнятною для публічних виступів TED Talks є класифікація, запропонована Д. М. Кайсіною. Ця класифікація враховує звертання до аудиторії, так і комунікативні наміри доповідача, які за умови правильного поєднання та використання можуть забезпечити ефективність публічних виступів TED.

Наступним компонентом публічних виступів слід виокремити риторичні прийоми, так як TTs – специфічний риторичний жанр, в якому доповідач виступає як оратор. Слід зазначити, що прийоми риторики описують

дискурсивні стратегії розглянуті вище і мають бути проаналізовані в рамках нашої наукової роботи. Оратори постійно застосовують різноманітні риторичні прийоми в своїх виступах, що підсилює ефективність промови. Отже, риторичні прийоми – невід’ємна компонента публічних виступів ТТs. Було враховано риторичні прийоми, які зазвичай використовують оратори, і вони виявилися більш ефективними у впливі на аудиторію. До цих риторичних прийомів відносять риторичні запитання, прийоми ідентифікації себе з аудиторією, гумор, стилістичні засоби (епітет, метафора, порівняння, метонімія, гіпербола, іронія).

Аналітичний огляд наукового доробку, присвяченого вивченню риторичних питань в публічних виступах, допомагає визначити такі основні підходи: *структурно-семантичний, стилістичний, когнітивно-комунікативний.*

Структурно-семантичний підхід до вивчення РП акцентує увагу на особливостях їх синтаксичної організації та семантики [1, с. 25]. Ці питання використовуються для привернення уваги до ситуації, підкреслення емоцій щодо думки/події, містить відтінки несподіванки, іронії, вираження емоційної напруги, спонукання до роздумів, відображає ставлення автора, що характерно для відповідних публічних виступів.

Стилістичний підхід спрямований на реалізацію ролі РП у створенні образності, виразності, розкритті стилістично змістовних сторін змісту. Відзначимо, що РП є найбільш досліджуваною формою транспозиції в стилістиці. Розмірковуючи про стилістичну функцію риторичних питань, лінгвісти відзначають, що в поетичних текстах вони також використовуються для привернення уваги, посилення враження, посилення емоційного тону та сублімації [9, с. 139].

З точки зору комунікативно-прагматичного підходу риторичні питання постають як структура, що впливає на емоції та думки реципієнта [15, с. 110]. Риторичні питання характеризується як ефективна діалогічна форма монологічного мовлення, що служить для змістовно-емоційного відображення

його смислових центрів, формує емоційно-оцінні відносини реципієнта з темою мовлення, а також посилює ефект висловлювання [23].

Перлокутивний здійснює ефект на успішність комунікації, в якому реципієнт прагне вирішити поставлені ним комунікативні завдання і досягти бажаного впливу на реципієнта. РП можуть використовуватися в публічному виступі як засіб відтворення власних думок, переконань і думок доповідача. Відповідно до лінгвістичної концепції В. Найєра, прагматика мови постає як «центр потенційного впливу тексту» [6, с. 125-127].

Матеріал наукової роботи, який було проаналізовано показав, що основна функція риторичних питань – висвітлення оцінок, емоцій, експресивно-емоційного ствердження чи заперечення, спонукання, підтримування комунікації. Було викормлено три основні класифікації дискурсивних стратегій, які характерні для публічних промов ТТs. Окрім того, залучено три вузькоспеціалізовані підходи дослідження публічних промов комунікативно-прагматичний метод.

2.3 Аналіз дискурсивних стратегій в матеріалах TED Talks

Наразі проаналізуємо найуживаніші стратегії в публічних промовах TED Talks. Аналіз дискурсивних стратегій в матеріалах TED Talks є цікавим і необхідним аспектом дослідження, оскільки ці виступи не лише інформують, але й формують ставлення, мотивацію та емоційний фон аудиторії.

Визначною особливістю комунікативної взаємодії є наявність цілей і мотивів, результатів, а також нормативних властивостей. Залежно від цих факторів взаємодіючі індивіди регулюють поведінку один одного і здійснюють спільну діяльність. Іншими словами, комунікаційні взаємодії мають стратегічний характер, тому найбільш повне відображення комунікативної взаємодії вбачаємо саме в дискурсивних стратегіях.

Ціль є важливою комунікаційною точкою, за допомогою якої розробляється стратегічний план. Стратегічне планування здійснюється за

допомогою точно підібраних лінгвістичних і риторичних прийомів. В цілому, стратегічний план представляє здатність лінгвістичних складових функціонувати як засіб досягнення відповідних цілей мовця.

Слід додати, що стратегія, яка привертає увагу лінгвістів, це не «стратегічний план дій», сформований у свідомості людини під впливом особистого досвіду, а здатність артикуляційних одиниць досягати цілей [23].

У будь-якій мовленнєвій дії оратор застосовує невербальні прийоми, які безпосередньо впливають на вибір мовленнєвих одиниць. Отже, можна стверджувати, що метою використання цих мовленнєвих одиниць є досягнення певних комунікативних цілей доповідача. Стратегія дискурсу розглядається як намір доповідача, яка сприяє досягненню конкретної комунікативної мети за допомогою правильно підбраної інформації та її коригування залежно від існуючої іншомовної комунікативної ситуації.

Зазначаємо, що сутність класифікації Кайсіної Д.М. ми висвітлили раніше, а зараз розглянемо розроблену лінгвістом Шпенюком І.Є. Класифікація пов'язана з наукою, а оскільки, міжнародна конференція TED захоплює публічні виступи на теми, пов'язані з технологіями та наукою, тому вважаємо за доцільне відзначити і цю класифікацію.

Відповідно до цієї класифікації, стратегії поділяються на: вираження власної точки зору за допомогою відповідних стратегій, спрямованих на висвітлення своєї позиції; стратегії розгляду різних думок, включаючи використання дискурсивних дій, які включають вираження часткової згоди; стратегії вираження «чужих» поглядів, включаючи використання дій протесту [14, с. 187].

Більш доречною для аналізу промов TTs виокремлюємо першу класифікацію, так як відповідні стратегії спрямовані на мовленнєвий вплив, який оратор здійснює на слухачів.

Дослідник Comragnone A. відзначає, що окрім вищезазначених особливостей та стратегій, стиль виступу на TED також залежить від професійної категорії, до якої відноситься доповідач. Тим не менш, цей формат

представляє набір вимог, яких необхідно дотримуватися. Насправді експерти під час виступу на TED просять слідувати так званим «заповідям TED», десять правил, які звучать так:

Мрійте про великі мрії. Прагніть створити найкращу промову, яку ви коли-небудь виголошували. Слід розкрити те, чого раніше не бачили. Зробіть те, що запам'ятається аудиторії назавжди. Поділіться ідеєю, яка може змінити світ.

Покажіть нам справжнього себе. Поділіться своїми захопленнями, своїми мріями, а також своїми страхами. Говоріть як про невдачу, так і про успіх.

Зробіть складну промову простою. Не намагайтеся засліпити інтелектуально. Не говоріть абстрактно. Поясніть! Наведіть приклади. Розповідайте історії. Будьте конкретними.

Діліться емоціями з людьми. Розсмішіть! Змусьте плакати!

5. Не виставляйте напоказ своє ego. Не вихваляйтеся.

Ніяких продажів зі сцени! Не робіть цього, якщо ми вас про це спеціально не попросили розповісти про свою компанію чи організацію. І навіть не думайте презентувати свої продукти чи послуги, просити фінансування зі сцени.

Не соромтеся коментувати інших ораторів, хвалити чи критикувати. Суперечка заряджає енергією! Підтримка з ентузіазмом є потужною!

Якщо можливо, не читайте свою промову. Слід розповідати її, ділитися думками, розповідь повинна бути безпосередньою.

Ви повинні закінчити свою розмову вчасно. Повинен бути відповідний регламент.

10. Попрактикуйте свій виступ перед другом, якому довіряєте, з метою перевірки часу та здійснення впливу на аудиторію.

Цей сет правил дає можливість зрозуміти «конвенції» жанру виступів TED. Більшість цих правил підкреслюють популяризаційний характер, деякі віддають перевагу таким ознакам, як сенсаційність, залучення слухача/глядача, інші – наголошують на передумовах таких як простота, ясність і стислість, що є невід'ємними характеристиками публічного мовлення.

Висновки до Розділу 2

Зазначаємо ключові дискурсивні стратегії, які можна дослідити, а саме:

1. Спонування до вираження емоцій: TED Talks часто використовують потужні емоційні нарративи, щоб залучити аудиторію. Спікери діляться особистими історіями або прикладами, які викликають співчуття, що допомагає зміцнити зв'язок зі слухачами.

2. Використання метафор і аналогій: спікери часто застосовують метафори та інші стилістичні прийоми (зазначені раніше) для спрощення складних ідей. Це може допомогти слухачам краще зрозуміти абстрактні концепції, візуалізуючи їх у знайомих умовах.

3. Структурованість і логіка викладу. Багато виступів TED Talks мають чітку структуру, а саме: вступ, основні пункти і висновок, що допомагає підтримувати увагу аудиторії і посилює вплив інформації.

4. Використання риторичних запитань: спікери можуть використовувати риторичні запитання, щоб заохотити аудиторію до роздумів та залучити їх до активної участі в процесі сприйняття інформації.

5. Створення спільноти: спікери часто намагаються створити відчуття єдності та спільності серед аудиторії, використовуючи фрази як «ми» чи «нас», що сприяє зміцненню зв'язку між спікером і слухачами.

6. Доказова база: використання статистики, досліджень або експертних думок для підкріплення своїх аргументів. Це може додати ваги представленій інформації та підвищити довіру до спікера.

Аналіз цих стратегій може дати цінну інформацію про те, як ефективно спілкуватися та як впливати на аудиторію.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЛІНГВІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ АНГЛОМОВНОГО ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ ВИСТУПІВ TED TALKS)

3.1 Організація і проведення дослідження

Третя частина нашого дослідження присвячена практичній частині з використанням теоретичного матеріалу, наведеного в попередніх розділах. З метою ретельного вивчення специфіки лінгвістичних особливостей публічних виступів TED Talks, було вибрано публічні промови, які користуються найбільшим попитом на веб-сайті TED Talks. Теми виступів, які актуальні на сьогодні, мають переважно загальносоціальний характер і зрозумілі будь-якій аудиторії без спеціальної освіти.

Оратори світового формату, які є представниками платформи TED Talks, а саме: Brené Brown, Graham Shaw, Amy Cuddy, Simon Sinek, Sampson Berns,

Вони є визначними людьми: науковці, письменники, актори, бізнесмени, психологи, музиканти та інші експерти в різних галузях.

Слід зазначити, що всі проаналізовані публічні виступи мали спільні лінгвістичні риси. Проаналізувавши ряд англомовних текстів публічних виступів з TED Talks, було виявлено, що спікери надають експресивності своїм виступам завдяки відповідним особливостям, які можна виокремити, як прагматичні та лексико-стилістичні.

Епітети, порівняння, метафори, фразові дієслова, розмовна лексика, ідіоми відображають лексико-стилістичний контент виступів. Слід виділити такі граматичні особливості: використання займенників *I, we, they*; модальних дієслів *should, can, must*. Окрім того, вживання складних речень, умовних речень, повторень, наказових речень, прикметників вищого ступеня порівняння (висвітлено в Додатку Б).

Окрім того, було проаналізовано дискурсивні стратегії публічних виступів. Результати дослідження висвітлено у вигляді діаграми з зазначенням процентного співвідношення застосування ораторами відповідних стратегій.

Цей аналіз дозволив обґрунтовано висвітлити основні лінгвістичні особливості промов TED Talks. Наразі надаємо відповідні приклади проаналізованих англомовних виступів, які були виголошені відомими ораторами.

3.2 Аналіз лінгвістичних особливостей та дискурсивних стратегій англомовного публічного мовлення (на матеріалі виступів TED Talks)

Зазначаємо, що лектори систематично використовують займенник першої особи множини *we*, з метою єднання, ототожнення себе з аудиторією, аби слухачі почали ставитись довірливо до спікера. *We all use the same*

t

e

s

1

Виокремимо приклад з промови Грема Ш. – міжнародний доповідач та тренер на конференціях. Він спеціалізується на просунутих навичках спілкування та допомагає розвинути професійні навички, необхідні для переконання. Він найбільш відомий своєю здатністю доносити бізнес-ідеї за допомогою швидкого начерку. Graham Shaw: “*We'll put some little dots in like that. Next, the mouth slightly different. Let's put a little V-shape like that. Triangle. And a little line across, and we'll just color this a little bit in. Now, watch this bit carefully; some hair, watch. Here we go, little line like that. Next, a bit more there. And watch...*” (*Why people believe they can't draw*).

Щоб ототожнити себе з професіоналом доповідачі використовують займенник 1-ої особи однини *I*. Наприклад, промова Amy Cuddy (“*Your body language may shape who you are*”), де ще можна спостерігати повторення займенника, з метою підсилення:

hoping that if you... [23].

Зазначимо, що спікерка – експерт у галузі поведінкової науки про владу, присутність та упередження. Кадді здобула докторський ступінь у Принстонському університеті в 2005 році, була професором Гарвардської школи бізнесу, Школи менеджменту Келлога Північно-Західного університету і Ратгерського університету. Висвітлимо ще один приклад: “*I have been a dancer I*

. Якщо слід відокремити себе та слухачів від інших, які з будь-якої причини заперечують 1-ій категорії, оратор використовуватиме займенник третьої особи множини вони (*they*), як, наприклад, у виступі “*How great leaders T*

T Промова спікерки буде детально розглянута нижче, наразі пропонуємо відповідний приклад: “*Frankly, people don't care about the years, the names, the T [39].*

а Виступи TTs, незалежно від теми, наповнені модальними дієсловами промови та підкреслює важливість висловлювань оратора. Наприклад,

в

р

в

“I *can* use them in unison to mimic the effect of a drum machine or something like that. I *can* sample in my own sounds and I *can* play it back just by hitting the pads here” [28].

Часто в промові Б. Гейтса “*The next outbreak? We're not ready*” зустрічається модальне дієслово *can*: “But in fact, we *can* build a really good response system. We have the benefits of all the science and technology that we talk about here. We've got cell phones to get information from the public and get information out to them. We have satellite maps where we can see where people are and where they're moving. We have advances in biology that should dramatically change the turnaround time to look at a pathogen and be able to make drugs and vaccines that fit for that pathogen. So we *can* have tools, but those tools need to be put into an overall global health system. And we need preparedness” [35].

Вживання риторичних і спеціальних питань, які систематично підтримують зв'язок зі слухачами, як в промові “What makes a good life? Lessons from the longest study on happiness”, а саме: But what if we could watch [58]. Ця промова виголошена Робертом Дж. Уолдингером, американський психіатр, психоаналітик. Він за сумісництвом є професором психіатрії в Гарвардській медичній школі. Він також є автором книги “What is the most important thing that people [24]. Доповідач Tom Thum – австралійський музикант жанру бітбокс.

Виступ “Do schools kill creativity?” доповідача Ken Robinson: “*It's been*

4

7

Англійський науковець, автор книг, оратор та консультант з питань розвитку творчості. Цікавий факт: він є автором оригінального стилю мовлення, який використовує на початку речення сполучники *and, so, but*. Це надає промові простоти для прийняття. Так як виступи здебільшого загальносоціальної тематики, слід звернути увагу на вживання фразових дієслів, вставних слів (*however, in*

a

d

l

eventually...) та розмовної лексики. Ці прийоми допомагають лектору викликати довіру в слухачів і примушують їх сприймати його/її за рівню. For

e

x

a For instance, “And you know how I feel about vulnerability. I hate vulnerability. And so I thought, this is my chance to beat it back with my measuring stick. I'm going in, I'm going to figure this stuff out, I'm going to spend a year, I'm going to totally deconstruct shame, I'm going to understand how vulnerability works, and I'm going to outsmart it. So I was ready, and I was really excited” [31].

hold ~~На доповнювальних випадках розгінюються виділені в TEDs outvivo при станах умовних, речень, с. 216~~ випадків бувають умовні речення першої та

другої категорій, хоча іноді застосовуються й третього типу. Ці речення є одним

із способів аргументу з точки зору оратора. Наприклад, виголошує

американський підприємець та громадський діяч, філантроп, один із творців

та колишній найбільший акціонер компанії Microsoft – Білл Гейтс: “Everybody

b

r

i Промова “*The power of vulnerability*” містить умовні речення: “Well,

r [31]. Авторка промови – Брене Браун, американська письменниця, професор

університету Х'юстона, магістр соціальної роботи, доктор філософії.

Дослідження та книги Браун присвячені питанням, пов'язані із почуттями

ворому і вразливості, а також з хоробрістю та повноцінністю життя.

n Додаємо ще один приклад, де застосовуються умовні речення 3-го типу:

H

y З синтаксичної точки зору, в публічних виступах TED Talks вживаються

окладнопідрядні речення з підрядною частиною мети або причини, а також

прості речення, які є простими та зрозумілими для слухачів, як в прикладі:

£

В

В [39]. Промова виголошена Celeste Headlee – американська радіожурналістка,

Авторка, провідна ораторка щотижневого серіалу “Retro Report” на каналі PBS.

d

Часто лектори використовують *повтори*, з метою привернути уваги слухачів, наприклад, виступ “10 ways to have a better conversation”: “Now, I make my living talking to people: Nobel Prize winners, truck drivers, billionaires, kindergarten teachers, heads of state, plumbers. *I talk* to people that I like. I talk to people that I don’t like. *I talk* to some people that I disagree with deeply on a personal level. But I still have a great conversation with them. So I'd like to spend the next 10 minutes or so teaching you how to *talk* and how to listen” [39].

Ще один приклад з вищезазначеної промови: “*Don't think* about your argument you had with your boss. *Don't think* about what you're going to have for dinner. If you want to get out of the conversation, get out of the conversation, but don't be half in it and half out of it” [39].

Brené Brown висвітлює таку інформацію в своїй промові: “I ran into this unnamed thing that absolutely unraveled *connection* in a way that I didn't understand or had never seen. And so I pulled back out of the research and thought, I need to figure out what this is. And it turned out to be shame. And shame is really easily understood as the fear of *disconnection*: Is there something about me that, if other people know it or see it, that I won't be worthy of *connection*?” [31].

Ще однією особливістю, за допомогою якої мовець оцінює ситуацію та надає емоційності висловлюванню, є *епітет*. Окрім того, промови збагачені *прикметниками*, а також *прикметниками вищого ступеня порівняння*, які звучать пафосно і впливають на слухачів.

Наприклад, в лекції “Looks aren't everything. Believe me, I'm a model” відомої моделі Cameron Russell: “So luckily, I brought an outfit change. This is the first outfit change on the TED stage, so you guys are pretty lucky to witness it, I think. If some of the women were really horrified when I came out, you...”.

“Image is powerful, but also, image is superficial. I just totally transformed

w

h

a

t

y

Відомо, що Кемерон Рассел – американська відома супермодель та активістка. Вона народилася в Кембриджі, штат Массачусетс, і закінчила Колумбійський університет за фахом економіка та політологія.

Ще однією лінгвістичною особливістю виступів TTs є спонукальні речення, імперативи, що виражають реалізацію дискурсивної стратегії. Наприклад, як у виступі американського письменника та журналіста Данієля Пінка “The puzzle of motivation”: “Think about your own work. Think about your” [32].

В промові про поради щодо компетентного спілкування “10 ways to have авторка, провідна ораторка щотижневого серіалу Retro Report на каналі PBS, зазначали вище): “Number one: *Don't multitask*. And I don't mean just set down your cell phone or your tablet or your car keys or whatever is in your hand. I mean, be present. *Be* in that moment. *Don't think* about your argument you had with your boss. Don't think about what you're going to have for dinner. If you want to get out of the conversation, get out of the conversation, but *don't be* half in it and half out of it” [39]. І ще приклад з цієї ж промови: “One more rule, number 10, and it’s

В промові вжито багато наказових речень, в цьому випадку лектор намагається надати поради щодо означеної теми виступу.

Варто відзначити, що публічні виступи на TED Talks наповнені стилістичними засобами, які роблять сприйняття виступу більш образним та цікавим. У процесі дослідження були обрані такі інструменти, як метафори, фразеологізми, порівняння, персоніфікація та ідіоми. Кожен із зазначених вище засобів вирізняється значною частотою використання в публічних виступах TED.

Ось, наприклад, промова оратора, психолога за освітою Раяна Мартіна: “Why we get mad – and why it’s healthy”: “But it's also been with us in a few of the finest minutes of our lives, with those uncommon events like weddings and get-aways regularly defaced by these ordinary disappointments – awful weather, travel

delays – that feel appalling within the minute, but at that point are eventually overlooked when things go ok [42].

“You see *anger as a problem*. You see the way it interferes in your life, the way it damages relationships, maybe even the ways it's scary” [42]. “Fair as your fear alarms you to threat, your outrage alarms you to treachery. It's one of the ways your *brain communicates* to you merely have had sufficient. What's more, it energizes you to go up against that bad form” [42].

Наведені вище приклади демонструють використання персоніфікації, метафор і порівнянь. Персоніфікація – це зображення поняття чи явища у вигляді живої істоти чи людини. У цьому прикладі лектор дає такі характеристики маленьким розчаруванням, які затьмарюють особливі події в житті, весілля, свята. Жахлива (погана) погода є прикладом метафори.

У другому прикладі спостерігаємо вживання порівняння *anger as a* причиною руйнування життя, стосунків.

I

В цьому прикладі спікер вживає метафору *гори грошей*, яку можна розглядати також як гіперболу.

е Слід відзначити і цю частину промови, яка містить персоніфікації та лектор розповідає свою особисту історію, цим самим викликає довіру до себе: “I saw somebody kind of make the motion over here, some people have a great idea where they light the match, melt the side of the candle, try to adhere it to the wall. It's an awesome idea. Doesn't work. And eventually, after five or ten minutes, most people figure out the solution, which you can see here” [42].

Промови багаті на вживання ідіом та фразеологізмів, які надають виступу емоційності та зацікавленості аудиторії, а саме: “Somebody else is going to get your dream job and you're going *to be broke*” [42]. Слід додати, що в промовах зустрічаються англійські ідіоми. Наприклад, *weather the storm, a*

р

л

в

д

В наступному прикладі вжито ряд порівнянь, промова розглядалася раніше, а саме: “But instead, I like to think of anger as a motivator. The same way” [42].

В промові “The mystery of chronic pain”, лектор Elliot Krane зазначає: “But приклад, який показує вживання метафори *causes the spotlight to be shone on*.

Вживання порівняння в цьому прикладі збагачує промову та надає їй доволі негативну конотацію, тому спікер сприймається аудиторією дещо обережно: “But to be reasonable, chemical engineers as a group haven't truly earned” [53].

Враховуючи вищезазначене, публічні виступи TTs характеризуються варіативністю лексичних одиниць і метафоричних образів, які спікери висвітлюють в своїх промовах. Окрім мети передачі інформації, публічна промова повинна переконати аудиторію, тому їй необхідно вирізняти особливою лексикою та відповідними синтаксичними одиницями, щоб здійснювати вплив на слухачів.

Слід виокремити граматичні особливості публічних виступів TED Talks, а саме: вживання першої особи однини займенника *I*; займенник *we* першої особи множини; займенник третьої особи множини *они (they)*; модальні дієслова *should, can, must*; вони збагачені розмовною лексикою і фразеологічними одиницями; наявні умовні речення різних типів; розгорнуті складні речення; повторення; наказові речення; прикметники, особливо прикметники вищого ступеня порівняння.

Виділяємо такі лексико-стилістичні особливості, а саме: метафори, персоніфікацію, ідіоматичні вислови. Окрім цього, в промовах часто можна спостерігати вживання слів-зв'язок (linking words: Hopefully, So today, Luckily, Honestly...), які необхідні для поєднання, порівняння та створення «зв'язку» між ідеями та думками у процесі комунікації.

Наразі, вважаємо за доцільне перейти до аналізу дискурсивних стратегій публічних виступів платформи конференцій Ted Talks. Відомо, що промови характеризуються функцією аргументації, спонукання, переконання (зазначали в попередньому розділі нашого дослідження). Аргумент є основою дискурсивної стратегії доведення. Логічна структура аргументації включає аргументи та тези. Тези виражають відповідну думку та ствердження, правдивість якого слід довести. Аргументація, яку називають «доказ», висвітлюють положення, істинність яких є перевіреною; як правило, вони включають ілюстрації, фактичний матеріал, статистичні дані [29].

Позиція, думка оратора, доведення його точки реалізуються в аргументації, де повинен існувати причинно-наслідковий зв'язок. Зрозуміло, що події промови пов'язані між собою. Наприклад промова “*10 ways to have a better conversation*”: “So this world that we live in, this world in which every conversation has the potential to devolve into an argument, where our politicians can't speak to one another and where even the most trivial of issues have someone fighting both passionately for it and against it, it's not normal. Pew Research did a study of 10,000 American adults, and they found that at this moment, we are more polarized, we are more divided, than we ever have been in history. We're less likely to compromise, which means we're not listening to each other. And we make decisions about where to live, who to marry and even who our friends are going to be, based on what we already believe. Again, that means we're not listening to each other. A conversation requires a balance between talking and listening, and somewhere along the way, we lost that balance” [38].

Оратор наводить чіткі аргументи щодо останніх досліджень із зазначеної теми, статистичні дані, які змушують довіряти інформації і, при необхідності, переконують аудиторію слухачів.

І ще один приклад, в якому виражаються конкретні приклади-аргументи, які доведені раніше, а саме: “Now, part of that is due to technology. The n project. He wanted to teach them how to speak on a specific subject without using notes. And he said this: “I came to realize... [46]”.

Отже, з метою переконання щодо істинності виступу, відбувається процес обґрунтування лектором певного положення (твердження, гіпотези, концепції), як ми можемо спостерігати у вищезазначеному прикладі. Для того, щоб довести думку до аудиторії, лектор у своїх промовах використовує стратегію аргументації, яка реалізовується в структурній одиниці мовлення оратора.

В промові Тіма Урбана *“Inside the mind of a master procrastinator”* також висвітлені однозначні аргументи, які переконують слухачів, навіть якщо вони є

Зазначимо, що Тім став одним із найпопулярніших письменників в інтернет-мережі. З іронічними ілюстраціями у вигляді чоловічків та іноді рпичної прозою про все на світі, від прокрастинації до штучного інтелекту, блог Урбана зібрав мільйони унікальних переглядів, тисячі покровителів та відомих фанувальників, таких як Ілон Маск, також впливає на рівень сприйняття виступів аудиторією.

с “So finally, if you want to learn a language fluently, you also need to have a little patience. You can't learn a language in two months, but you can definitely make significant progress in two months if you learn it in small steps every day in a way that you enjoy. And nothing motivates us more than our own success” [61].

а Вищенаведене є частиною стратегії аргументації, яка спрямовує слухачів на те, як ефективно опанувати іноземну мову. Всі структурні частини тексту причинно-наслідково пов'язані. Мовними особливостями цього прикладу є використання умовних речень, використання модальних форм, а також граматичних структур, які дозволяють (абсолютно – definetely) посилити вплив і краще аргументувати думку мовця.

в “The best gatherings learn to cultivate good controversy by creating the conditions for it, because human connection is as threatened by unhealthy peace as by unhealthy conflict” [45]. Зазначений приклад містить складнопідрядне речення причини, яке реалізується відповідною аргументацією. Цікаво, що

о
м
у

оригінальне англійське речення досить заплутане та граматично складне, але змістовне.

Відомо, що дискурсивні стратегії переконання спрямовані безпосередньо на емоційний вплив промов на слухачів. Іншими словами, «переконання – пафосна частина публічних виступів» [3, с. 12]. Емоційне «зарядження» аудиторії відбувається на основі пробудження певних емоцій, негативних чи позитивних, головне, щоб емоції викликали певний емоційний стан, і це саме те, що оратор хоче усвідомити та донести до аудиторії через використання емоційно забарвленої лексики та семантико-стилістичних засобів.

Наприклад: “So I planned things out, and I decided I kind of had to go” [55].

Вищезазначений приклад у промові містить ідіому та порівняння, що надає їй емоційного забарвлення і привертає увагу слухачів.

Наступний приклад реалізує емоційну складову слухача, оскільки спікер говорить про суперечливий феномен брехні, який полягає в бажанні порівняти те, ким ми хочемо бути, з брехнею і ким ми є насправді. Для цього оратор використовує риторичний прийом протиставлення. Уривок також використовує синонімічний повтор на основі паралельної структури, щоб привернути увагу до проблеми, про яку йдеться. Слід звернути увагу на вислів “and boy are”. Зазвичай цей вислів вживається з надмірним акцентом, а також використовується переважно в неформальному спілкуванні. “Lying is an attempt to bridge that gap, to connect our wishes and our fantasies about who we wish we were, how we wish we could be, with what we're really like. And boy are we willing to fill in those gaps in our lives with lies” [44].

Приклад взятий з промови, яка називається “How to spot a liar” та виголошена Памелою Мейер, американською письменницею, сертифікований експерт з шахрайства та підприємець. Окрім того, Мейер є авторкою книги

Наступний приклад промови *“Sex needs a new metaphor. Here is one...”* показує вживання метафори, мета якої аргументація думки оратора. Доповідач використовує метафори, пов’язані з піцою, щоб виразити статеve виховання здоровішим способом. Як можемо спостерігати, специфікою є вживання фразових дієслів, тональність публічного мовлення дуже розмовна. *“And then*

Відомо, що процес навіювання – це психологічний вплив на людину, зосередження на її специфічному програмуванні на основі зниженої свідомості та критичності. Можна зазначити, що дискурсивна стратегія навіювання наголошує на структурі висловлювання, а не на його змісті. Бажаний результат досягається за допомогою структурних патернів, що створюють ритмізацію мовлення. Часто оратори використовують повторення основі паралельної синтаксичної будови, синонімічний повтор на основі синтаксичного паралелізму. Стратегії переконливого дискурсу реалізуються мовцями за допомогою використання синтаксичних структур і спонукальних імперативів у публічному дискурсі.

Наприклад: *“You see somebody and you think you have an impulse, they”* [64].

В промові наявний ряд імперативів, які спонукають до відповідних дій «зроби це», «подумай», «експериментуй», «іди та реалізуй це». Лаконічність імперативів надає ритм і стимулює ефективних дій. Промова називається *“How американською юристкою, телеведучою, письменницею та мотиваційним оратором. Висвітлювала судовий процес над Джорджем Циммерманом для CNN. Здобула популярність завдяки виступу на TEDx *“How to stop screwing yourself over”* та книг *“The 5 Second Rule”* та *“The High 5 Habit”*.*

В цій же промові наявні й риторичні питання, а саме: *“America who feel now? That is a hundred million people! That's insane! And I've come face to face*

with it in this new show that I'm doing, which is also insane, it's called "In-laws". I move in with families across America".

Слід зазначити, що стратегії аргументації, навіювання, спонукання та переконання є важливою складовою публічних виступів TED. Стратегія аргументації реалізується в структурній частині, компоненти якої пов'язані між собою причинно-наслідковим зв'язком, тобто одна дія є результатом іншої. Використовуються також складнопідрядні речення, часто з підрядним умови та причини. Стратегія навіювання реалізована в різних ітераціях: лексичних, лексико-граматичних, синонімічних. Дискурсивні стратегії спонукання передбачають використання імперативів і спонукальних структур. Стратегія переконання здійснюється за допомогою риторичних прийомів, метафор і порівнянь.

Особливу роль відіграють риторичні прийоми публічних виступів конференції Ted Talks, які систематично вживаються ораторами промов. Слід відзначити деякі з них. Як було висвітлено раніше, найбільш вживаними риторичними прийомами є прийом самопрезентації оратора, метафори, гіперболи, вживання риторичних питань, ототожнення себе з аудиторією, а також елементи гумору.

Як правило, кожен лектор починає свою промову з привітання і самопрезентації, з представлення себе, знайомства, цим самим викликає довіру в аудиторії. Наприклад, як в промові "How to stop screwing yourself over": "Bigger welcome! Hello, San Francisco! TEDx – oh my God, blinding light! Hi, everybody! How are you? (Audience cheering) Fine?! Oh my gosh! Okay, so... My name is Mel Robbins, and for the last seventeen years, I have done nothing but help people get everything that they want. Within reason! My husband's here. So, I've done it in the courtroom, in the boardroom, in the bedroom, in people's living room, whatever room you want to be in, if I'm there, I will help you get whatever show. Five days a week, I go live in forty cities and I talk to men and women across America who feel stuck" [47].

Окрім того, самопрезентація передбачає демонстрацію своїх професійних якостей, досвіду оратора. Наступний приклад чітко демонструє намір доповідача справити враження на аудиторію та заручитися її підтримкою, згадавши про свій досвід роботи в певній галузі. Як в цій: “About three and a half years ago, I made a discovery. And this discovery profoundly changed my view on how I thought the world worked, and it even profoundly changed the way in which I operate in it. As it turns out, there's a pattern. As it turns out, all the great inspiring leaders and organizations in the world, whether it's Apple or Martin Luther King or the Wright brothers, they all think, act and communicate the exact same way. And it's the complete opposite to everyone else. All I did was codify it, and it's probably the world's simplest idea. I call it the golden circle” [52].

Як зазначали раніше, спікери Ted Talks часто використовують риторичні запитання. Оскільки публічний виступ є монологічним стилем виступу, риторичні запитання допомагають підтримувати контакт з аудиторією, привернути увагу до певних проблем. Інколи для підсилення ефективності вживання риторичного запитання лектор використовує цілий ряд риторичних питань.

Як правило, в кінці речення додається лексична одиниця «*Right? Ok?* », що українською означає «*правда, чи не так?* ». For example, “Penultimate, the sixth of the seven, embroidery, exaggeration. It demeans our language, actually, sometimes. For example, if I see something that really is awesome, what do I call it?” [56].

Використання стратегії риторичних питань дає змогу привернути увагу аудиторії, як в прикладі: “That's where the word “monotonic” comes from, or monotonous, monotone. Also, we have repetitive prosody now coming in, where every sentence ends as if it were a question when it's actually not a question, *it's a statement?*” [56].

Наступний приклад містить декілька відповідних питань: “How can the ” [38]. Урі Хассон (спікер промови) зараз є професором кафедри психології та Інституту нейронауки Принстонського університету.

Окрім того, широко використовується в публічних виступах на TED, прийом ідентифікації аудиторії, тобто ототожнення себе зі слухачами. Завдяки цьому прийому оратор створює значну довіру в аудиторії та може впливати на неї більш ефективно. Загалом цей процес відбувається за допомогою займенників “we”, “our”.

Наприклад, “Now we can take these responses and compare them to the responses in other listeners in the same brain area. And we can ask: How similar are

t

h

e Ще один приклад із цієї промови, який виражає часте вживання займенника we та його повторення: “So let me summarize. In this, I start to reveal the hidden neural mechanism by which we communicate. And we know that in the future it will enable us to improve and facilitate communication.

s

But these studies also reveal that communication relies on a common ground. And we have to be really worried as a society if we lose this common ground and our ability to speak with people that are slightly different than us because we let a few very strong media channels take control of the mic, and manipulate and control the way we all think. And I'm not sure how to fix it because I'm only a scientist. Because after all, the people we are coupled to define who we are. And our desire to be coupled to another brain is something very basic that starts at a very early age” [38].

a

Наведений вище приклад чітко демонструє, як оратор точно ідентифікує себе з аудиторією, говорить про розмірковування разом, тим самим створюючи промову як при рівноправній аудиторії.

o

Додатковим інструментом, який зазвичай зустрічається в публічних виступах на TED, є гумор, який досягається використанням жартів і відповідних його елементів. Гумор кожної культури є специфічним і потребує глибокого дослідження культури народу, якому належить жарт.

a

l

l

l

Однак, оскільки публічні виступи TED Talks є інтернаціональними, гумор спікера цілком зрозумілий навіть аудиторії, яка не знайома з культурою спікера.

Як правило, гумор використовується, щоб активізувати аудиторію після кількох хвилин напруженої промови, щоб перейти до наступного слова доповідача, також чудово почати публічну промову з гумору.

Наприклад: “I study their thought patterns when they are angry and I even study what they do when they are angry, whether it is fighting, smashing things, or even yelling at people in all caps on the Internet” [42]. Жарт оратор виражає в кінці свого висловлювання.

Цей приклад також включає елементи гумору, а саме: “And before I go any further, I should tell you, if I were an evil genius and I wanted to create a situation that was going to make you mad, that situation would look a lot like driving” [59]. Вживання модального дієслова *should* демонструє потребу здійснити дію, яка виражена у формі розпорядження або певної обіцянки. Спостерігаємо жартівливий тон у промові.

Висновки щодо зазначеного пункту висвітливо в наступному пункті нашого дослідження.

Висновки до Розділу 3

Отже, англомовні TED Talks виступи наповнені різноманітними лексико-стилістичними засобами, які сприяють сприйняттю виступу й роблять його змістовним, цікавим для слухачів. Ці засоби включають порівняння, метафори, персоніфікацію та ідіоматичні вирази. Кожен із зазначених вище інструментів примітний своєю надзвичайною частотою використання в публічних виступах

До граматичних ознак публічних виступів належать вживання займенників *я, ми, вони*; наказові форми дієслова, складнопідрядні речення, прикметники вищого ступеня порівняння, а також модальні дієслова *should*,

Комунікативна мета спікера реалізується використанням дискурсивних стратегій: аргументації, переконання, навіювання і спонукання. Дискурсивні стратегії передбачають використання оратором цілої низки риторичних прийомів.

Спікери застосовують емоційно насичену лексику, жести й інтонацію, що створює зв'язок з аудиторією.

Як правило, оратори використовують візуальні засоби: слайди та візуалізація допомагають підкріпити виголошену інформацію і зробити її більш доступною.

З метою взаємодії із аудиторією, спікери часто залучають слухачів через запитання або інтерактивні елементи, що підсилює їх участь.

Ці елементи, в спільному поєднанні, роблять TED Talks ефективними як з точки зору передачі інформації, так і впливу на слухачів.

Завершуючи розділ 3, зазначимо, що публічний дискурс TED Talks характеризується певними лінгвістичними особливостями, які надають промові значної експресивності та впливають на її сприйняття аудиторією.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У результаті проведення наукової роботи та враховуючи всі підстави аналізу, маємо змогу сформулювати наступні висновки:

а основі теоретичного аналізу наукової літератури, використані задля проведення дослідження, можемо довести актуальність порушеної проблеми, яка, в свою чергу, зумовлена запитамі суспільства сьогодення та за умови лінгвістичної глобалізації. Базуючись на теоретичному матеріалі, можна визначити, що публічний виступ – це здатність аналізувати актуальні події і явища, прогнозувати можливі соціально-політичні факти та конфлікти в риторико-емоційній формі: чітко, доречно, логічно, переконливо. Публічна промова відповідає законам формальної логіки, залучає увагу слухачів, відповідає їх інтересам і потребам, володіє відповідною композиційною структурою, відрізняється ефективною аргументацією.

авдяки проведенню аналізу структури змісту публічного мовлення, можна зазначити, що ефективне формування публічної промови

здійснюється на основі лінгвістичних особливостей, закономірностей англійської мови: вживання відповідних лексичних одиниць, а також граматичних і стилістичних структур, характерних для публічного виступу.

структурованість і логіка викладу. Багато виступів TED Talks мають чітку структуру, а саме: вступ, основні пункти і висновок, що допомагає підтримувати увагу аудиторії і посилює вплив відповідної інформації.

Публічні виступи TED Talks вважаються гібридним мовленнєвим жанром, тому мають певні лінгвістичні особливості незалежно від теми. Лінгвістичні особливості публічних виступів у TED Talks можна розділити на дві категорії: граматичну та лексико-стилістичну. Граматична категорія включає: вживання займенників *I, we, they*; умовні речення; наказові форми дієслова; складнопідрядні речення; прикметники вищого ступеня порівняння, риторичні питання; також модальні дієслова *should, can, must*. Зазначені виступи наповнені різноманітними лексико-стилістичними засобами, а саме: розмовною лексикою, порівняннями, метафорами, персоніфікацією, фразеологічними одиницями та ідіоматичними виразами.

У процесі дослідження, ми виокремили використання дискурсивних стратегій: аргументації, переконання, навіювання і спонування.

Проведене дослідження огорнуло найбільше число аспектів зазначеної проблеми, проте не повністю вичерпує їх. До того ж, задля об'єктивної оцінки аспекту сучасного англомовного публічного дискурсу, його значення і лінгвістичні особливості публічних виступів на матеріалі TED Talks, ми можемо вбачати подальші перспективи наукових пошуків в дослідженні та аналізі невербальних засобів промов TED Talks.

PEZIOME

.

I

n

E

D

d

A

b

S

S

D

P

P

H

b

h

1

“

”

9

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Алфьорова Н.С. Функціонування питальних речень у сучасних американських текстах : дис., канд. філол. наук : 10.02.04. Херсон, 2012. 229 с.

Бацевич Ф.А. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 344 с.

. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми семантики. Мовні і концептуальні картини світу. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2004. С. 11-16.

Вікторова Є.Ю. Дискурсивно-прагматична специфіка жанру лекції TED Talk (через призму функціонування в ній дискурсивів). Жанри мовлення. 2019. № 4 (24). С. 254-256.

Гавриленко В.М., Тітарова Д.Ю. Лінгвостилістичні особливості політичних промов Уінстона Черчілля. Молодий вчений. Київ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2017. № 4 (44). С. 132-137.

Ільченко О.М. Про жанрову варіативність англomовної наукової статті. Мовні і

концептуальні картини світу. К. : Вид-во КДУ ім. Т. Шевченка, 1999. С. 125-

Коваль Н.О. Просодичні іміджеві характеристики політичної ораторської промови (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі британського варіанту англійської мови): автореф. дис. канд. філол. наук:

Курлянд З.Н. Професійна усталеність вчителя – основа його педагогічної майстерності: навчальний посібник. Одеса, 1995. 160 с.

Лихошерст Н.І. Стилiстичний синтаксис англійської мови : навч. посiбник. К.: Вища шк., 1991. С. 137-163.

10. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: навчальний посібник. К.: Вища школа,

Метафора. Українська мова та література. Підготовка до ЗНО і не тільки.

Олексієвець Л.С. Єдність словниково-семантичного й словниково-орфографічного напрямів у роботі з вивчення рідної мови. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Психологія і педагогіка. 2014. Вип. 29. С. 64-67.

Пастернак Т.Ю. Комунікативні стратегії і тактики дискурсу «співбесіда при прийомі на роботу». *Studia Linguistica*: збірник наукових праць. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. С. 363-367.

Шпенюк І.Є. Етикетні мовленнєві стереотипи американського науково-академічного дискурсу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2016. 200 с.

1

§

б

7

Corpus-based analysis. *Lingue a linguaggi*. 2014. № 11. P. 105-122.

9

0

1

22. Scotto di Carlo G. New trends in knowledge dissemination: TED Talks. Acta scientiarum language and culture. 2014. № 36, iss. 2. P. 121-130.

2

34. Uicheng K., Crabtree M. Macro Discourse Markers in TED Talks: How Ideas are Signaled to Listeners. Thailand: PASAA, January – June 2018. Vol. 55. 31 p.

2

3

6

Интернет-джерела

2

2

8

29. Anderson C. TED's secrets to great public speaking. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/chris_anderson_ted_s_secret_to_great_public_speaking/ up-next (дата звернення: 14.10.2024).

30. Berns S. My philosophy for a happy life. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/sam_berns_my_philosophy_for_a_happy_life/up-next (дата звернення: 06.11.2024).

31. Bolte J. My stroke of insight. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/jill_bolte_taylor_my_stroke_of_insight/transcript (дата звернення: 01.11.2024).

32. Boroditsky L. How language shapes the way we think. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/lera_boroditsky_how_language_shapes_the_way_we_think/up-next (дата звернення: 14.10.2024).

33. Brown B. The power of vulnerability. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/brene_brown_the_power_of_vulnerability/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_ted_talks_of_all_time&autoplay=true (дата звернення: 19.10.2024).

33. Cain S. The power of introverts. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/susan_cain_the_power_of_introverts/transcript (дата звернення: 19.10.2024).

п

а

34. Catts M. Try something new for 30 days. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/matt_cutts_try_something_new_for_30_days (дата звернення: 19.10.2024).

3

36. Cuddy A. Your body language may shape who you are. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_may_shape_who_you_are (дата звернення: 14.11.2024).

37. Duckworth A. Grit: The power of passion and perseverance. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/angela_lee_duckworth_grit_the_power_of_passion_and_perseverance/up-next (дата звернення: 02.11.2024).

3

В

9

41. Gates B. We can make COVID-19 the last pandemic. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/bill_gates_we_can_make_covid_19_the_last_pandemic (дата звернення: 14.10.2024).

9

43. Gruen J. Tips to add humor in public speaking by Judy Gruen. URL: <http://www.judygruen.com/> (дата звернення: 14.10.2024).

44. Gunter J. Why can't we talk about periods? TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/jen_gunter_why_cant_we_talk_about_periods/transcript?language=it (дата звернення: 14.11.2024).

В

В

47. Hasson U. This is your brain on communication. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/uri_hasson_this_is_your_brain_on_communication/up-next (дата звернення: 14.10.2024).

48. Headlee C. 10 ways to have a better conversation. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/celeste_headlee_10_ways_to_have_a_better_conversation/transcript?referrer=playlist (дата звернення: 19.10.2024).

В

В

1

ranscript (дата звернення: 14.10.2024).

5

6

ript (дата звернення: 04.11.2024).

Martin R. Why we get mad – and why it’s healthy. TED Talks. URL:

https://www.ted.com/talks/martin_r_martin_why_we_get_mad_and_why_it_s_healthy

https://www.ted.com/talks/stephen_gibala_to_make_stress_your_friend

(дата звернення: 02.11.2024).

53. Meyer P. How to spot a liar. TED Talks. URL:

https://www.ted.com/talks/pamela_meyer_how_to_spot_a_liar/transcript (дата

звернення: 01.11.2024).

5

55. Parker P. 3 steps to turn everyday get-togethers into transformative gatherings.

TED Talks. URL:

https://www.ted.com/talks/priya_parker_3_steps_to_turn_everyday_get_togethers_into_transformative_gatherings (дата

звернення: 10.10.2024).

56. Pink D. The puzzle of motivation. TED Talks. URL:

[https://www.ted.com/talks/dan_pink_the_puzzle_of_motivation/transcript?referrer=](https://www.ted.com/talks/dan_pink_the_puzzle_of_motivation/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_ted_talks_of_all_time&autoplay=true&subtitle=en)

[playlist-the_most_popular_ted_talks_of_all_time&autoplay=true&subtitle=en](https://www.ted.com/talks/dan_pink_the_puzzle_of_motivation/transcript?referrer=playlist-the_most_popular_ted_talks_of_all_time&autoplay=true&subtitle=en)

(дата звернення: 14.10.2024).

57. Price C. Why having fun is the secret to a healthier life? TED Talks. URL:

[https://www.ted.com/talks/catherine_price_why_having_fun_is_the_secret_to_a_h](https://www.ted.com/talks/catherine_price_why_having_fun_is_the_secret_to_a_healthier_life)

[ealthier_life?](https://www.ted.com/talks/catherine_price_why_having_fun_is_the_secret_to_a_healthier_life) (дата звернення: 18.10.2024).

5

8

9

6

61. Ronson J. Strange answers to the psychopath. TED Talks. URL:

[https://www.ted.com/talks/jon_ronson_strange_answers_to_the_psychopath_test/tr](https://www.ted.com/talks/jon_ronson_strange_answers_to_the_psychopath_test/transcript)

[anscript](https://www.ted.com/talks/jon_ronson_strange_answers_to_the_psychopath_test/transcript) (дата звернення: 19.11.2024).

6

6(дата звернення: 14.10.2024).

М

62. Russell C. Looks aren't everything. Believe me, I'm a model. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/cameron_russell_looks_aren_t_everything_believe_me_i_m_a_model/transcript?referrer=playlist (дата звернення: 14.10.2024).

63. Seed E. Street art with a message of hope and peace. TED Talks. URL: [ed.com/talks/el_seed_street_art_with_a_message_of_hope_and_peace](https://www.ted.com/talks/el_seed_street_art_with_a_message_of_hope_and_peace) (дата звернення: 17.11.2024).

64. Sinek S. How great leaders inspire action. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action/up-next (дата звернення: 14.11.2024).

6

66. Smith B. How to discover your authentic self – at any age. URL: https://www.ted.com/talks/bevy_smith_how_to_discover_your_authentic_self_at

67. Smoot G. The design of the universe. URL: https://www.ted.com/talks/george_smoot_the_design_of_the_universe?subtitle=en (дата звернення: 14.10.2024).

68. Sun J. You are not alone in your loneliness. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/jonny_sun_you_are_not_alone_in_your_loneliness/transcript (дата звернення: 12.10.2024).

6

0

01. The Council of Europe. URL: <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages> (дата звернення: 24.09.2024).

02. Treasure J. How to speak so that people want to listen. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/julian_treasure_how_to_speak_so_that_people_want_to_listen (дата звернення: 04.11.2024).

7

04. Veitch J. This is what happens when you reply to spam email. TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/james_veitch_this_is_what_happens_when_you_reply_to_spam_email (дата звернення: 14.10.2024).

8

6

1

Vernacchio A. Sex needs a new metaphor. Here's one... TED Talks. URL: https://www.ted.com/talks/al_ernacchio_sex_needs_a_new_metaphor_here_s_on_e/discussion (дата звернення: 10.10.2024).

7

77. Waldinger R. What makes a good life? Lessons from the longest study on happiness. TED Talks. URL:

https://www.ted.com/talks/robert_waldinger_what_makes_a_good_life_lessons_from_the_longest_study_on_happiness/up-next (дата звернення: 14.10.2024).

ā

я

θ

.

W

W

o

W

g

h

t

h

o

s

h

h

θ

g

g

e

e

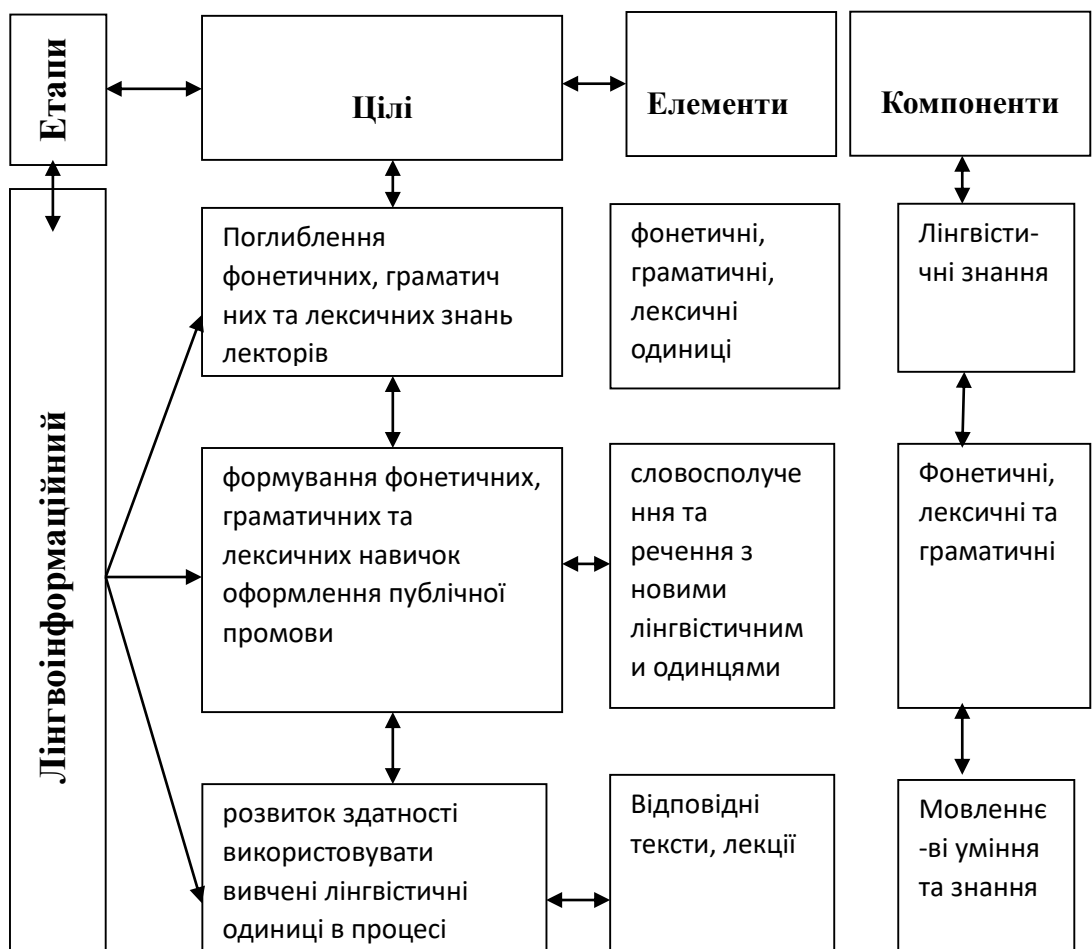
h

.

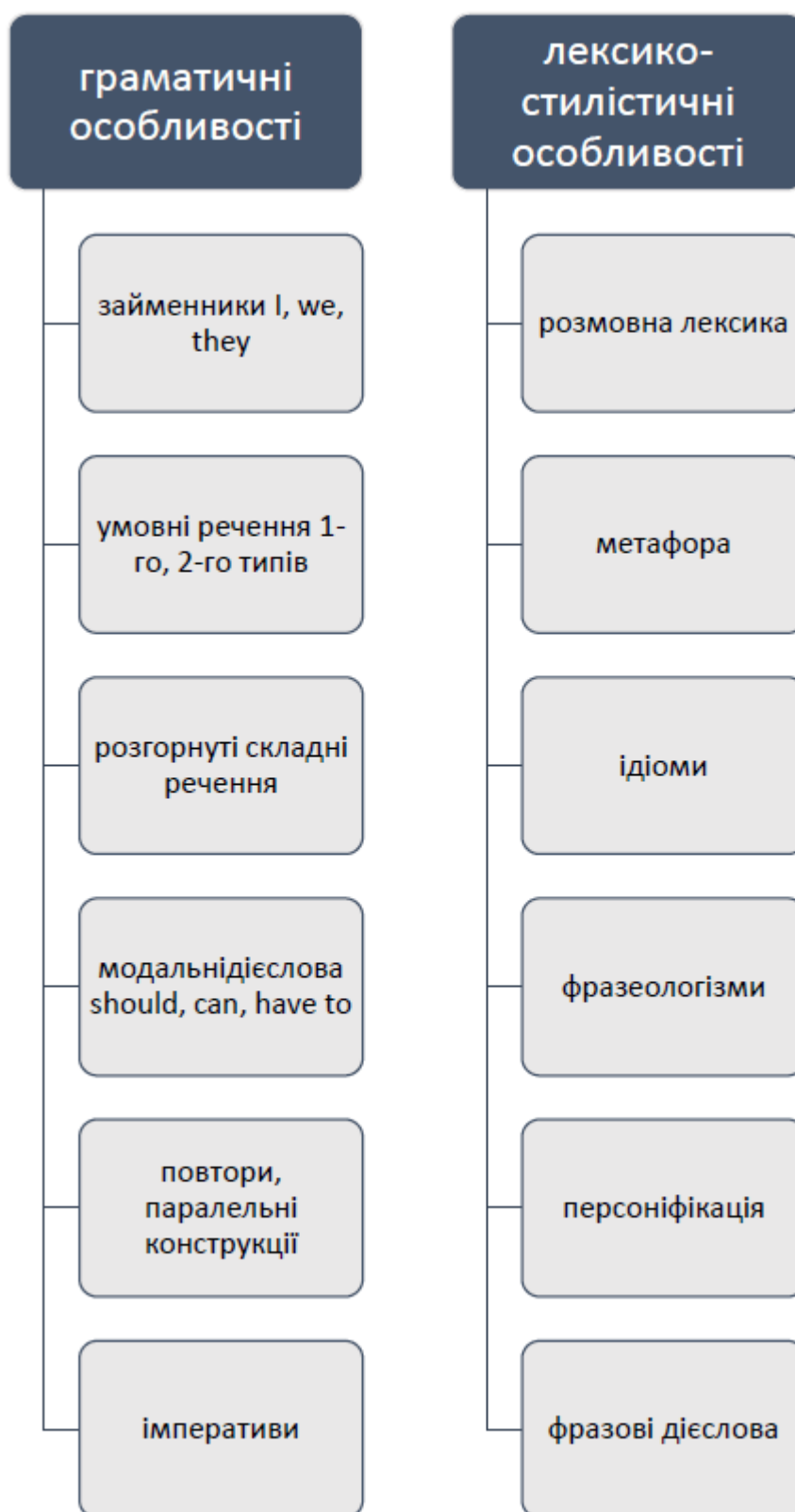
ДОДАТКИ

Додаток А

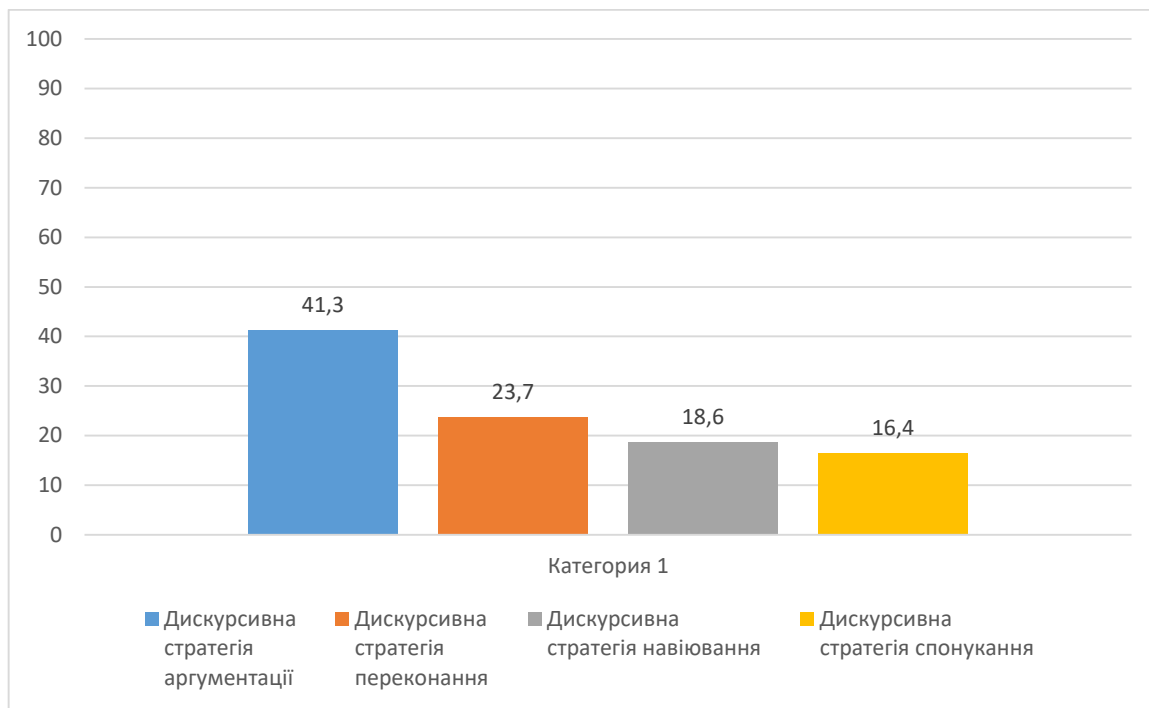
Лінгвістична модель англомовного публічного мовлення



Лінгвістичні особливості публічних промов TED Talks



Дискурсивні стратегії в публічних промовах TED Talks



make it better –

“making shit up.”

r

i

make it –

s

.

A

n

d

l

e

t

,

s

“Dear Jim, Good story. Nice details. Didn't she only know about him through me?”

s UH: Now you can see that the responses in all the language areas that process the incoming language become aligned or similar across all listeners. However, only

a

r

.

when we use the full, engaging, coherent story do the responses spread deeper into the brain into higher-order areas, which include the frontal cortex and the parietal cortex, and make all of them respond very similarly. And we believe that these responses in higher-order areas are induced or become similar across listeners because of the meaning conveyed by the speaker, and not by words or sound. And if we are right, there's a strong prediction over here if I tell you the exact same ideas using two very different sets of words, your brain responses will still be similar.

And to test it, we did the following experiment in my lab. We took the English story and translated it to Russian. Now you have two different sounds and linguistic systems that convey the exact same meaning. And you play the English story to the English listeners and the Russian story to the Russian listeners, and we can compare their responses across the groups. And when we did that, we didn't see responses that are similar in auditory cortices in language, because the language and sound are very different. However, you can see that the responses in high-order areas were still similar across these two groups. We believe this is because they understood the story in a very similar way, as we confirmed, using a test after the story ended.

And we think that this alignment is necessary for communication. For example, as you can tell, I am not a native English speaker. I grew up with another language, and the same might be for many of you in the audience. And still, we can communicate. How come? We think we can communicate because we have this common code that presents meaning.

So far, I've only talked about what's happening in the listener's brain, in your brain, when you're listening to talks. But what's happening in the speaker's brain, in my brain, when I'm speaking to you? To look in the speaker's brain, we asked the speaker to go into the scanner, we scan his brain and then compare his brain responses to the brain responses of the listeners listening to the story. You have to remember that producing speech and comprehending speech are very different processes. Here we're asking: How similar are they? To our surprise, we saw that all these complex patterns within the listeners actually came from the speaker brain. So production and comprehension rely on very similar processes. And we also found

the stronger the similarity between the listener's brain and the speaker's brain, the better the communication. So I know that if you are completely confused now, and I do hope that this is not the case, your brain responses are very different than mine. But I also know that if you really understand me now, then your brain ... and your brain ... and your brain are really similar to mine.

Now, let's take all this information together and ask: How can we use it to transmit a memory that I have from my brain to your brains? So we did the following experiment. We let people watch, for the first time in their life, a TV episode from the BBC series "Sherlock," while we scanned their brains. And then we asked them to go back to the scanner and tell the story to another person that never watched the movie. So let's be specific. Think about this exact scene, when Sherlock is entering the cab in London driven by the murderer he is looking for.

With me, as a viewer, there is a specific brain pattern in my brain when I watch it. Now, the exact same pattern, I can reactivate in my brain again by telling the word: Sherlock, London, murderer. And when I'm transmitting these words to your brains now, you have to reconstruct it in your mind. In fact, we see that pattern emerging now in your brains. And we were really surprised to see that the pattern you have now in your brains when I'm describing to you these scenes would be very similar to the pattern I had when I watched this movie a few months ago in the scanner. This starts to tell you about the mechanism by which we can tell stories and transmit information. Because, for example, now you're listening really hard and trying to understand what I'm saying. And I know that it's not easy. But I hope that at one point in the talk we clicked, and you got me. And I think that in a few hours, a few days, a few months, you're going to meet someone at a party, and you're going to tell him about this lecture, and suddenly it will be as if he is standing now here with us. Now you can see how we can take this mechanism and try to transmit memories and knowledge across people, which is wonderful, right?

But our ability to communicate relies on our ability to have common ground. Because, for example, if I'm going to use the British synonym "hackney carriage" instead of "cab," I know that I'm going to be misaligned with most of you in the

audience. This alignment depends not only on our ability to understand the basic concept; it also depends on our ability to develop common ground and understanding and shared belief systems. Because we know that in many cases, people understand the exact same story in very different ways.

So to test it in the lab, we did the following experiment. We took a story by J.D. Salinger, in which a husband lost track of his wife in the middle of a party, and he's calling his best friend, asking, "Did you see my wife?" For half of the subjects, we said that the wife was having an affair with the best friend. For the other half, we said that the wife is loyal and the husband is very jealous. This one sentence before the story started was enough to make the brain responses of all the people that believed the wife was having an affair be very similar in these high-order areas and different than the other group. And if one sentence is enough to make your brain similar to people that think like you and very different than people that think differently than you, think how this effect is going to be amplified in real life, when we are all listening to the exact same news item after being exposed day after day after day to different media channels, like Fox News or The New York Times, that give us very different perspectives on reality.

So let me summarize. If everything worked as planned tonight, I used my ability to vocalize sound to be coupled to your brains. And I used this coupling to transmit my brain patterns associated with my memories and ideas into your brains. In this, I start to reveal the hidden neural mechanism by which we communicate. And we know that in the future it will enable us to improve and facilitate communication. But these studies also reveal that communication relies on a common ground. And we have to be really worried as a society if we lose this common ground and our ability to speak with people that are slightly different than us because we let a few very strong media channels take control of the mic, and manipulate and control the way we all think. And I'm not sure how to fix it because I'm only a scientist. But maybe one way to do it is to go back to the more natural way of communication, which is a dialogue, in which it's not only me speaking to you now, but a more natural way of talking, in which I am speaking and I am

listening, and together we are trying to come to a common ground and new ideas. Because after all, the people we are coupled to define who we are. And our desire to be coupled to another brain is something very basic that starts at a very early age.

So let me finish with an example from my own private life that I think is a good example of how coupling to other people is really going to define who we are. This my son Jonathan at a very early age. See how he developed a vocal game together with my wife, only from the desire and pure joy of being coupled to another human being.

So keep being coupled to other people. Keep spreading your ideas, because the sum of all of us together, coupled, is greater than our parts. Thank you.