

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ**

**Кваліфікаційна робота
магістра**

**на тему ПУБЛІЧНІ ПРОМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХНЬОГО
ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ (НА
МАТЕРІАЛІ TED TALKS)**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0351-ап-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та
література (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Переклад (англійський)
Ткачук Катерина Олегівна

Керівник к. філол. н., доц. Запольських С. П.

Рецензент к. філол. н, доц. Погонєць В. В

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології

Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно) – перша англійська

Освітньо-професійна програма Переклад (англійський)

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувач кафедри теорії та
практики перекладу з
англійської мови**

« _____ » _____ 2022 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
ТКАЧУК КАТЕРИНИ ОЛЕГІВНИ
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) **ПУБЛІЧНІ ПРОМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ (НА МАТЕРІАЛІ TED TALKS)**

керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Запольських С. П., к.філол.н, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «13» квітня 2022 року № 511 – с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) 22.11.2022

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) наукові джерела з питань дослідження публічних промов і перекладознавства. Публічні промови TED talks

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) розглянути поняття «публічна промова», ефективна публічна промова; 2) надати класифікацію публічних промов, визначити тип промов TED в контексті наданої класифікації; 3) описати структурно-композиційну специфіка доповідей TED; 4)здійснити лінгвопрагматичний аналіз публічних промов TED; 5) розглянути перекладацькі трансформації та особливості

їхнього застосування при перекладі; б) проаналізувати переклад TED talks з англійської мови на українську.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Запольських С. П. доцент	07.05.2022	07.05.2022
Розділ 1	Запольських С. П. доцент	03.06.2022	03.06.2022
Розділ 2	Запольських С. П. доцент	15.07.2022	15.07.2022
Висновки	Запольських С. П. доцент	27.09.2022	27.09.2022

6. Дата видачі завдання 22.04.2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	квітень 2022	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень 2022	виконано
3	Написання вступу	червень 2022	виконано
4	Написання теоретичного розділу	серпень 2022	виконано
5	Написання практичного розділу	вересень 2022	виконано
6	Формулювання висновків	жовтень 2022	виконано
7	Проходження нормоконтролю	листопад 2022	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2022	виконано
9	Захист	грудень 2022	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант



(підпис)

К. О. Ткачук

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

С. П. Запольських

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер

(підпис)

В. В. Погонєць

(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 52 стор., 86 джерел.

Об'єкт дослідження: є англomовні публічні доповіді, способи та засоби їхнього перекладу на українську мову.

Мета роботи: визначення структурно-композиційних й лінгвопрагматичних характеристик TED доповідей, способів та засобів перекладу на українську мову.

Теоретико-методологічні засади: положення теорії лінгвістичної аргументації, розроблені А. Барановим, А. Беловою, І. Гавришиною, принципи перекладу, визначені К. Райс, В. Комісаровим, А. Нойбрехтом, А. Федоровим та іншими.

Отримані результати: основними характеристиками промов є: використання термінологічної лексики, загальноживаної нейтральної лексики, емоційно забарвленої лексики, різних видів комічного. Технічні аспекти перекладу впливають на перекладацьке рішення: перевага надається компресії, застосовується опущення, повтори не перекладаються. Нейтральна лексика має відповідники в українській мові і не викликає труднощів при перекладі, хоча трансформації застосовуються, у більшості випадків це прямий переклад: калькування, іноді спостерігаємо транспозицію. Для перекладу термінів використовується транскодування, у випадках, коли терміни ввійшли у склад української мови давно, спостерігаємо адаптивне транскодування. Як продемонструвало наше дослідження, перекладач часто застосовує прийом смислового розвитку, транспозиції і цілісного перетворення

Ключові слова: *TED промови, лінгвальні характеристики, екстралінгвальні аспекти, смисловий розвиток, транскодування, цілісне перетворення, транспозиція.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ПУБЛІЧНІ ПРОМОВИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ.....	6
1.1 Поняття «публічна промова», ефективна публічна промова.....	6
1.2 Промови TED в контексті сучасних лінгвістичних розвідок.....	11
1.2.1 Класифікація публічних промов, промови TED.....	11
1.2.2 Структурно-композиційна специфіка доповідей TED.....	15
1.2.3 Лінгвопрагматичний аналіз публічних промов TED.....	23
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ TED TALKS З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ.....	33
2.1 Перекладацькі трансформації та особливості їхнього застосування при перекладі промов	33
2.2 Аналіз специфіки перекладу перекладу TED talks з англійської мови на українську	37
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53

ВСТУП

Протягом років публічні виступи відігравали значну роль у сфері освіти, управління та бізнесу. Слова мають силу інформувати, переконувати, просвічувати та навіть розважати. Дослідження питань, які розкривають специфіку доповіді як одного із видів монологічного мовлення завжди знаходилося у центрі уваги науковців. Огляд літератури свідчить про те, що основними фокусними аспектами є визначення поняття «доповідь», типологія доповідей – класифікація публічних виступів, елементи виступу, які сприяють його успішності, а саме: встановлення контакту з аудиторією та поведінка оратора, мовлення як засіб досягнення успіху при виступі, поза, жести, міміка оратора; підбір теми виступу, підготовка до виступу, як головна передумова успіху публічного виступу, види підготовки до виступу, основні етапи підготовки тексту промови до виступу і практичні поради оратору, для успіху публічного виступу [Ораторське мистецтво 2006]. Проте структурно-композиційні, лінгвопрагматичні та перекладацькі особливостей публічних доповідей, попри їхню популярність, досі ще не стали об'єктом належної уваги науковців і не отримали повного висвітлення у науковій літературі, аналіз TED доповідей взагалі досі знаходиться поза межами дослідження. Цими фактами і обґрунтовується **актуальність** нашого дослідження, присвяченого публічним промовам та особливостям їхнього перекладу з англійської мови на українську (на матеріалі TED talks).

Наукова новизна дослідження полягає у спробі власного дослідження особливостей структури, композиції, лінгвопрагматичних аспектів TED talks і специфіки їхнього перекладу з англійської мови на українську

Об'єктом дослідження є англійські публічні доповіді, способи та засоби їхнього перекладу на українську мову.

Предметом дослідження є структурно-композиційні, лінгвопрагматичні і перекладацькі характеристики TED доповідей в англійській мові та їхніх українських перекладах.

Метою дослідження є визначення структурно-композиційних й лінгвопрагматичних характеристик TED доповідей, способів та засобів перекладу на українську мову.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) розглянути поняття «публічна промова», ефективна публічна промова;
- 2) надати класифікацію публічних промов, визначити тип промов TED в контексті наданої класифікації;
- 3) описати структурно-композиційну специфіка доповідей TED;
- 4) здійснити лінгвопрагматичний аналіз публічних промов TED;
- 5) розглянути перекладацькі трансформації та особливості їхнього застосування при перекладі;
- 6) проаналізувати переклад TED talks з англійської мови на українську.

Матеріалом дослідження стали 30 англомовних TED промов-призерів (2012-2021 років) та їхніх українських перекладів, відібраних за критерієм популярності переглядів на сайті.

Методи дослідження. Дослідження здійснювалось на основі використання таких методів та прийомів: лінгвістичного спостереження та аналізу, описового і компонентного методів, методу аналізу словникових дефініцій, перекладознавчого методу або трансформаційного для визначення способів і підходів перекладу термінів.

Практична цінність роботи визначається тим, що її результати можуть бути використані при викладанні курсів історії і теорії перекладу, жанрових теорій перекладу, спецкурсів з перекладознавства, на заняттях з практики перекладу, у практичній роботі перекладачів.

Робота пройшла **апробацію** на XIV міжнародній науковій конференції «Іноземна Філологія у XXI столітті» у листопаді 2022 року.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, додатку та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об'єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подано загальні відомості про підходи до визначення поняття «публічна промова», надано дефініцію поняттю «ефективна публічна промова», розглянуто класифікацію публічних промов, визначено тип промов TED в контексті наданої класифікації; описано структурно-композиційну специфіку доповідей TED; здійснено лінгвопрагматичний аналіз публічних промов TED.

Другий розділ містить аналіз основних підходи до перекладацьких трансформації та особливостей їхнього застосування при перекладі; проаналізовано переклад TED talks з англійської мови на українську, визначено основні труднощі та шляхи їх вирішення.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи. Загальна кількість сторінок 52, кількість використаних джерел 86.

РОЗДІЛ 1

ПУБЛІЧНІ ПРОМОВИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1 Поняття «публічна промова», ефективна публічна промова

Публічна промова – це особлива форма мовної діяльності в умовах безпосереднього контакту; мова, яка вимовляється у певній аудиторії та адресована певному адресату. Публічна промова вимовляється для того, щоб проінформувати слухачів і надати на них бажаний вплив (переконати в чомусь, навіяти щось, закликати до чогось тощо). Публічна мова за формою і змістом є монологічною промовою, розрахованою на пасивне сприйняття слухачами, і не передбачає словесної реакції у відповідь з їх боку.

Розглядаючи публічний виступ із соціально-психологічної погляду, науковці доходять висновку, що це не просто монолог оратора перед учасниками публічного виступу, але складний багатоплановий процес спілкування з присутніми, причому процес, що передбачає діалог. Мовленнєва взаємодія між оратором і слухачами належить до «суб'єкт-суб'єктних» відносин, оскільки обидві сторони є активними учасниками спільної діяльності, і кожна з них виконує відведену їй роль у цьому складному багатоступеневому процесі громадського спілкування.

На думку дослідників, до особливостей публічного мовлення відносяться: послідовність і логічність мови; комунікативна спрямованість висловлювання; тематичність висловлювання, усна форма спілкування; синтаксична ускладненість; використання різноманітних вербальних та невербальних засобів спілкування [Дем'янков 1998].

Виступаючи перед публікою, оратор, нерідко, доводить правильність своєї думки, вдається до такого способу впливу на слухачів у процесі спілкування як переконання, що будується на тому, щоб за допомогою логічного обґрунтування домогтися згоди від слухачів, що сприймають інформацію. Слід зазначити, що доведення та переконання – це два різні процеси, тісно пов'язані між собою.

Доводити означає підтвердити істинність будь-якого становища фактами чи доводами, а переконувати – це означає через інтелектуальний вплив на свідомість слухачів закріпити в них думку про те, що істинність тези доведена, робити зі слухачів однодумців, які розділяють думку оратора і тих, хто її приймає.

З метою переконливого впливу на публічній мові використовуються логічні та психологічні прийоми. Логічні прийоми бувають звернені до розуму слухачів. До них відносяться: теоретичні узагальнення та висновки, вже доведені закони науки, аксіоми та постулати, визначення основних понять конкретної галузі знань, факти, статистичні дані та ін. Психологічні прийоми впливають на почуття слухачів. Якщо оратор своїм виступом викликає певні почуття у слухачів, то його мова, безсумнівно, матиме великий вплив на аудиторію, та її слухачі запам'ятають краще. Вченими психологами було доведено, що на процес переконання сильний вплив здійснює внутрішній емоційно-психологічний стан слухача, його суб'єктивне ставлення до предмета мови. Психологічні прийоми можуть зачіпати різні почуття, допомагаючи досягти бажаного результату. Наприклад, звертаються до почуття честі та обов'язку, намагаються викликати співчуття, домогтися згоди, засудження, пропустити зерно недовіри, сумніви тощо. Риторична етика забороняє оратору вдаватися до використання низовинних почуттів, а також емоцій, здатних призвести до різних конфліктів (злість, заздрість, агресивність і ін).

Публічний виступ – це презентація, яка представляється перед аудиторією. Публічні виступи можуть охоплювати широкий спектр різних тем. Ціль таких

слів може бути утворенням, розлученням або впливом на слухачів. Часто для того, щоб зробити речь більш цікавою для слухачів, використовуються наглядні засоби у вигляді електронного слайд-шоу.

Презентація у вигляді публічного виступу відрізняється від презентації в Інтернеті тим, що онлайн-презентація може бути переглянута або прослухана тоді, коли зручно глядачеві, у той час як публічне видання зазвичай обмежено певним часом або місцем. Онлайн презентації часто складаються із слайд-шоу або попередньо записаного диктором відео.

Публічне мовлення – це головна складова ораторського мистецтва. Воно потрібне ораторам для ефективного впливу на слухача, тобто навіювання і переконання. Публічні виступи – це процес, що складається з промови підготовленої доповіді, яка пасивно впливає на аудиторію. Щоб виступати перед публікою і мати у неї авторитет, слід скласти грамотний текст, який матиме чітку структуру, логічне завершення, а також стежити за своєю інтонацією під час заходу, пам'ятати про ефективність самопрезентації. Грамотні публічні виступи складаються з діалогів та монологів. Ці елементи допомагають побудувати лаконічну мову. Діалог розбавляє монотонний текст, привертає увагу слухачів. Монолог допомагає вловити основний посил промови. Щоб публічні виступи виявилися вдалим, оратор повинен мати певні навички та якості, які передбачає ораторське мистецтво: впевненість в собі; грамотна самопрезентація; вміння безперервно висвітлювати одну тематику; вміння грамотно формулювати думки; харизма; вміння переконувати слухача.

Публічна промова представляється у певній аудиторії, тому оратору необхідно ретельно підготуватися до майбутнього виступу. Він повинен чітко уявляти собі, в якій аудиторії він має виступати, враховувати психологічний стан і настрої своїх слухачів. Все це дозволить йому краще підготуватися до виступу та досягти успіху у спілкуванні зі слухачами.

Основними характеристиками аудиторії ораторського мовлення є: однорідність (неоднорідність) аудиторії (визначається соціально-демографічними ознаками слухачів: статеві приналежність, віковий ценз, національність, освіта, професійні інтереси, життєвий досвід тощо); кількісний склад слухачів (поведінка слухачів та їх реакція у великій та невеликій аудиторії різні); емоційний настрій аудиторії (виникає під дією таких психологічних механізмів, як зараження – несвідоме повторення дій оточуючих; наслідування – усвідомлене відтворення зразків поведінки інших; конформізм – вплив поведінки більшості на окремої людини); мотив дії слухачів. В даний час психологами виділяються три групи мотивів, що спонукають до відвідування та слухання публічних виступів: мотиви інтелектуально-пізнавального характеру (слухачів зацікавила тема виступу, тож вони бажають розширити коло своїх знань з цієї проблеми та отримати відповіді на хвилюючі їх питання); мотиви морально-етичного характеру (слухачам необхідно бути присутнім на цьому заході, щоб уникнути будь-яких неприємностей через відсутність на ньому); мотиви емоційно-естетичного характеру (слухачі особисто знайомі з оратором, тому його виступи приносять їм задоволення їх слухати та ін.). Слід зазначити, що від початку слухачі, присутні у аудиторії, бувають по-різному налаштовані виступ оратора. Дуже важливо, щоб матеріал повідомлення був адаптований до конкретної аудиторії, для якої вона призначена.

Методи подачі матеріалу в аудиторії складаються з наступних аспектів: 1) досягнення порозуміння; 2) залучення та підтримка уваги у слухачів; 3) пристосування до рівня розуміння аудиторії; 4) зміцнення чи зміна відносини аудиторії до оратора чи предмета його промови [Гавришина 1990, с. 12].

Порозуміння між оратором і слухачами виникає тоді, коли обидві сторони зайняті спільною мисленнєвою діяльністю, тобто, коли їх хвилює обговорення одних і тих самих питань, вирішення однакових проблем (інтелектуальне

співпереживання) і при цьому вони відчують схожі почуття та переживання (емоційне співпереживання).

Головним показником взаєморозуміння між оратором та аудиторією – очікувана реакція на мову, зовнішній вираз уваги у слухачів, робоча тиша в аудиторії, природна та впевнена поведінка оратора. На встановлення контакту між оратором та аудиторією впливають різні чинники. Насамперед, це актуальність обговорюваного питання, новизна у висвітленні обраної теми, що захоплює увагу зміст виступи. Саме ці фактори до певної міри і зумовлюють успіх публічної мови. Об'єднують оратора та аудиторію та загальні переживання, випробувані з приводу будь-яких подій. Викладаючи інформацію, оратор має її персоніфікувати, тобто, пристосувати до специфічних уявлень аудиторії.

Інтерес аудиторії багато в чому залежить від того, яке має інформація, що викладається особисто до слухачів, тому для підтримки інтересу аудиторії інформація повинна відповідати ряду вимог, зокрема, вона має бути своєчасною (може бути використана відразу в практичній діяльності), близької (стосуватися особистого простору людини, його «території»), тому краще використати приклади з життя колективу, до якого належить аудиторія, або зі сфери діяльності слухачів), серйозною (піднімати економічні, психологічні та інші питання, актуальні для слухачів) та «живою» (містити яскраві приклади, ілюстрації, історії, випадки, що стосуються почуттів слухачів).

Публічний виступ буде ефективним у разі, якщо пропонована інформація була пристосована до рівня знань слухачів. Згідно з твердженнями вчених, краще припуститися помилки в бік недооцінки знань аудиторії, ніж у бік їхньої переоцінки. У зв'язку з цим, якщо є сумніви в тому, що слухачі не володіють необхідними базовими знаннями, слід виділити час та нагадати аудиторії основні відомості та факти, що стосуються цієї теми.

Успішність виступу оратора оцінюється головним чином позитивним ставленням до нього аудиторії – оратор та його позиція мають бути прийняті нею,

тому виступаючому необхідно сподобатися слухачам, створити сприятливе враження, тобто, підвищити рівень довіри, яку аудиторія відчуває щодо нього.

Оратору необхідно продемонструвати слухачам свої знання та досвід з питань, що висвітлюються, тому він повинен бути добре підготовлений до виступу, повинен показати слухачам, що має достатній запас матеріалу з цієї теми і має безпосереднє відношення до предмета спілкування.

Більше того, слід зазначити і те, що оратор, виступаючи перед публікою, має прагнути і зовні виглядати привабливо, оскільки зовнішній вигляд (зачіска, костюм, атрибути) є своєрідним кодом, що свідчить про респектабельність та успішність. Зовнішній вигляд виступаючого повинен відповідати ситуації та характеру спілкування, смакам аудиторії та не відволікати увагу слухачів. Оратор, виступаючи перед аудиторією, повинен пам'ятати про те, що якою б цікавою не була його промова, увага слухачів з часом притуплюється, і вони перестають слухати, тому промовцеві необхідно знати різні прийоми управління аудиторією та вміло їх користуватись у процесі спілкування.

Отже, у нашому дослідженні ми визначаємо *публічну промову* як особливу форму мовної діяльності в умовах безпосереднього контакту з аудиторією, *ефективність промови* визначається низкою факторів, а саме: вибором відповідної теми; логічною побудовою і правильним оформленням тексту виступу; вдалою подачею матеріалу; зацікавленістю аудиторії і т.ін.

1.2 Промови TED в контексті сучасних лінгвістичних розвідок

1.2.1 Класифікація публічних промов, промови TED. Перш ніж перейти до аналізу публічних промов TED, слід визначити до якої категорії їх можна віднести. Важливо зазначити, що публічні виступи класифікують залежно

від їхніх особливостей на різні види. Наприклад, виділяють *соціальні промови*, які стосуються суспільних відносин, до яких можна віднести вітальні промови, тости, поминальні тексти, і т.ін. До іншої категорії належать *церковні красномовства*, які включають пасивне спілкування громадян з церковними служителями. Okремою групою вважають *судові виступи*, які використовують у судовій практиці. Вони відрізняються чітким стилем оповідання, наявністю фактів та аргументів. Судова мова має підвищений ступінь відповідальності, оскільки від неї залежить доля багатьох людей. Виділяють окремо *академічні виступи* – це громадські виступи, які сповнені професійної термінології, наукових висловлювань. До цього виду виступів можна віднести лекції, доповіді, презентації. *Політичні виступи* – це промови, пов'язані з економікою, політичними відносинами, соціальною сферою. Такий тип промов представлено на мітингах, виборчих кампаніях, патріотичних заходах [Белова 1997].

Також актуальною є необхідність розгляду перекладацької типології текстів, яка б допомогла вирішенню завдань перекладу. Важливою є функція, яку виконує оригінал і можливість відтворення цієї функції у перекладі. Вчені вважають, що функції можуть бути якісно нерівноправними у різних мовних висловлюваннях. В одному тексті може стояти на першому плані опис, в іншому – найважливішою може бути функція висловлювання, а третій може бути по суті своєю зверненням до слухача чи читача. Звичайно, не завжди цілий текст відображає лише одну з функцій мови. На практиці існують численні переплетення та змішування форм. Однак залежно від переважання тієї чи іншої функції у конкретному тексті можна виділити три основні типи: за описовою функцією мови – тексти, орієнтовані на зміст; за виразною функцією мови – тексти, орієнтовані на форму; за функцією звернення – тексти, орієнтовані на звернення [Райс 1978].

Під текстами, орієнтованими на зміст, слід розуміти такі, основне завдання яких полягає у передачі змісту, інформації. Тексти, орієнтовані на форму, також

передають зміст, але у яких домінуючим компонентом є мовна форма. Третій тип – тексти, орієнтовані на звернення, які також передають інформацію у певній мовній формі. Однак їхнє оформлення має особливу, більш менш очевидну, мету. У таких текстах релевантним виявляється насамперед досягнення екстралінгвістичного ефекту, збереженню підлягає виразне звернення до слухача чи читача тексту. Ці три типи текстів, що виділяються за критерієм функції мови, можуть бути доповнені четвертою групою текстів, які можна назвати аудіомедіальними. Йдеться про тексти, зафіксовані в письмовій формі, але які надходять до одержувача через немовне середовище в усній формі, що сприймається ним на слух, причому екстралінгвістичні допоміжні засоби по-різному сприяють реалізації змішаної літературної форми [Райс 1978]. Саме до цього типу і можна віднести TED промови.

TED - це абревіатура від англ. словосполучення Technology Entertainment Design (Технології, Розваги, Проекти) є відомою щорічною конференцією, яка присвячена ідеям, які можуть зацікавити людство і варті поширення. Конференція TED славиться своїми лекціями (TED Talks), які спочатку були сфокусовані на технологіях, розвагах та дизайні, але згодом стали включати також природничі науки, мистецтво, політику, освіту, культуру, бізнес, глобальні проблеми і т. ін. Станом на лютий 2010 в Інтернеті було доступно понад 600 виступів, які переглянуті більше 100 млн разів аудиторією в понад 15 млн чоловік. Мета TED промов – сприяти поширенню ідей. Організація створила платформу для мислителів, провидців і вчителів, щоб люди в усьому світі могли краще зрозуміти проблеми, з якими стикається світ, і мали змогу допомогти створити краще майбутнє.

Можна виокремити ті, які є спільними для усіх промов. Наприклад, вживання коротких та ємних висловлювань, які не перевантажують аудиторію; застосування перевірених методик, які допомагають слухачам краще засвоїти отриману інформацію та роблять публічні виступи продуктивнішими. При цьому

всі прийоми, які використовуються ораторами, не повинні порушувати права аудиторії. Промови презентують швидко і чітко, без розтягування, яке може призвести до втрати уваги слухачів. Важливим є те, що оратор враховує емоційний настрій публіки, і це допомагає йому підібрати потрібний тон для вимови підготовлених слів, створити ефектну самопрезентацію.

Проаналізовані нами 30 TED промов, відібрані за популярністю переглядів, побудовані за професійним алгоритмом. Корисна інформація для слухачів обов'язково міститься на початку та наприкінці тексту. Ця методика промови допомагає краще донести до аудиторії підготовлений матеріал, оскільки увага людей найбільше зосереджено на ораторі саме у ці моменти публічного виступу. Початок монологу завжди продуманий та чіткий, виступ починається яскраво, та ефектно. У промовах часто присутні драматичні моменти, виступи завжди емоційні. Завершальна частина виступів також завжди яскрава, коротка і лаконічна. Оратори завжди дотримуються етичних норм, пам'ятають про культуру публічного мовлення, незалежно від настрою чи типу слухачів.

Оратори поєднують розмовний та художній стилі, що допомагає створити ефективну самопрезентацію, завоювати довіру слухачів, запевнити їх, спонукати до дії. Оратори використовують вербальні та невербальні методи комунікації – міміку, жести, зміну інтонації.

Тому, якщо розглядати TED промови у контексті наведених класифікацій промов, то можемо зазначити, що їх можна віднести до *аудіомедіальних текстів* змішаної категорії – *суспільно-політичних промов*, але залежно від тематики, вони можуть містити академічну лексику, технічну, юридичну, медичну, і т.ін. Поєднує популярні промови те, що вони побудовані за відповідними правилами, з використанням специфічних методів, правил, що допомагають зробити публічні виступи чіткішими і зрозумілішими. Наведені спільні характеристики промов дають підстави для більш глибокого структурно-композиційного і

лінгвопрагматичного аналізу для подальшого визначення перекладацьких проблем і їхнього вирішення.

1.2.2 Структурно-композиційна специфіка доповідей TED. Усі проаналізовані доповіді різні за тривалістю (від 7 до 22 хвилин – максимум за регламентом). Доповіді присвячені різним темам: розвитку новітніх технологій, вирішенню екологічних проблем, модернізації бізнесу, розвитку освітніх методик, проблемам здоров'я фізичного і морального, політичним аспектам, віковим особливостям людей, і т.ін. Усі вони є призерами і об'єднують їх популярність (кількість переглядів), оскільки вони відзначаються новизною тематики, тим, що висвітлюють злободенні інтереси, логічно структуровані, містять яскраву лексику (епітети, метафори, алюзії і т.ін.).

Кожна з 30 TED промов-призерів складається з чотирьох частин: заголовку, вступу, основної частини та висновків. Проаналізувавши наш матеріал, ми дійшли висновків, що усі 30 заголовків можна розподілити між категоріями:

Заголовок-сюрприз – 5 заголовків:

Parasitic worms hold back human progress.

My wish: To launch a new era of openness in business.

Forget Wi-Fi. Meet the new Li-Fi Internet.

The world's largest family reunion ... we're all invited!

Build a School in the Cloud.

Заголовок інтрига, часто представлений у вигляді питання – 15 заголовків:

New thinking on the climate crisis.

A bold idea to replace politicians.

Advice to young scientists.

What ocean microbes reveal about the changing climate.

Want to change the world? Start by being brave enough to care.

What your breath could reveal about your health.

What baby boomers can learn from millennials at work – and vice versa.

New bionics let us run, climb and dance.

What productive conflict can offer a workplace.

A life-saving device that detects silent heart attacks.

What is Web 2.0? What is Social Media?

Why do we ask questions?

Where did the Moon come from? A new theory.

Want to change the world? Start by being brave enough to care.

What ocean microbes reveal about the changing climate.

Заголовки з «How - як» – 7 заголовків:

How humans and AI can work together to create better businesses

How to fix a broken heart.

How virtual reality turns students into scientists.

How to make applying for jobs less painful.

How will we survive when the population hits 10 billion?

How to make stress your friend.

How does income affect childhood brain development?

Заголовки з використанням цифр – 5 заголовків:

5 techniques to speak any language.

100 solutions to reverse global warming.

3 creative ways to fix fashion's waste problem.

One year of turning the world inside out.

The 4 commandments of cities.

Дослідження показує, що оптимальна довжина заголовка – 6 слів. Читач засвоює перші й останні два, інші виконують функцію зв'язування речень і створення єдиної думки. Переважають заголовки-інтриги, наступним типом за

популярністю – заголовки-питання з «How - як», потім заголовки-сюрпризи і заголовки з цифрами.

Наступною складовою доповіді є вступ. У вступі або відразу заявлено основну тематику і аудиторія очікує на розгортання оповіді, або аудиторії пропонується метафора, яка створює образ і є внеском у подальшу композицію, або ж розповідається історія, яка, на перший погляд є не зовсім пов’язаною з тематикою доповіді, і тим самим не відповідає очікуванням аудиторії. Спільним є те, що такий вступ інтригує, зацікавлює слухача, провокує його на нестандартне сприйняття, відхід від стереотипного мислення.

Наприклад Аміт Калра свою промову “Three creative ways to fix fashion's waste problem” – «Три креативні способи вирішення проблеми зменшення відходів в індустрії моди» починає з інтригуючої історії:

A few years ago, I found myself looking for the most cost-effective way to be stylish. So naturally, I wound up at my local thrift store, a wonderland of other people's trash that was ripe to be plucked to become my treasure. Now, I wasn't just looking for your average off-the-secondhand-rack vintage T-shirt to wear. For me, real style lives at the intersection of design and individuality. – Декілька років тому я вирішив знайти спосіб виглядати стильно не витрачаючи багато грошей. Я просто зайшов у найближчий секонд-хенд, країну чудес із мотлоху інших людей, де дозрівав мій майбутній скарб. Але я не просто шукав звичайну футболку з секонд-хенду. Для мене стиль – це поєднання дизайну з індивідуальністю.

Сільвен Дюрантон починає свою промову “How humans and AI can work together to create better businesses” – «Як взаємодія людини і ШІ сприяє розвитку бізнесу» з розповіді про парадокс:

Let me share a paradox. For the last 10 years, many companies have been trying to become less bureaucratic, to have fewer central rules and procedures, more autonomy for their local teams to be more agile. And now they are pushing artificial intelligence, AI, unaware that cool technology might make them more bureaucratic

than ever. – Розкажу один парадокс. За останні 10 років більшість підприємств намагаються позбутися бюрократії, зменшити кількість основних правил і процедур, надати більше автономії місцевим філіям, досягти більшої гнучкості. А зараз вони впроваджують штучний інтелект (ШІ), не розуміючи, що нова технологія призведе до ще більшої бюрократизації.

Анжеліка Уайт у своїй промові “What ocean microbes reveal about the changing climate” – «Що океанічні мікроорганізми можуть розказати про зміну клімату» починає здалеку з підготовки аудиторії, введення її у курс справ:

I'm a biological oceanographer. I have the absolute privilege of studying microbial lives in the Pacific Ocean. So we'll talk about microbes in a minute, but I first want to give you a sense of place, a sense of scale. – Я біолог-океанограф. Тому маю привілей досліджувати мікроорганізми у Тихому океані. Ми ще поговоримо про мікроби, але спочатку я хочу ввести вас у курс справи, показати масштаби.

Джесіка Очоа Хендрікс свою промову “How virtual reality turns students into scientists” – «Як віртуальна реальність перетворює студентів на науковців» починає зверненням до аудиторії, формулює питання, а потім пояснює від чого залежить відповідь:

How did you discover your passion or find your career? Were you exposed to it? Or was it trial and error? As child rights advocate Marian Wright Edelman said, "You can't be what you can't see." Fortunately, we now live in a time when emerging technologies may help us to solve this problem. – Як ви знайшли своє захоплення, роботу своєї мрії? Це було свідомо? Або методом спроб та помилок? Захисник прав дітей Маріан Райт Едельман сказала: «Ви не зможете стати тим, кого не бачили». На щастя, ми живемо в такий час, коли новітні технології дають змогу вирішити цю проблему.

Отже, у проаналізованих нами доповідях у вступі використовуються такі найпоширеніші прийоми: привертання уваги аудиторії, «початок здалеку»,

«несподіваний вступ». Усім ораторам вдається встановити зв'язок зі слухачами і увести їх в курс справи, хоча і застосовують вони різні методики.

Найбільшою за обсягом є основна частина. Загальна частина кожної промови складається з певних блоків, кожен з яких, у свою чергу, має визначену структуру. Ми помітили, що кожен з блоків можна вважати відносно окремою оповіддю із своїм вступом, розвитком подій, кульмінацією і розв'язкою. До того ж на етапі розвитку подій автор ускладнює промову, підвищує вимоги для слухача до етапу кульмінації, потім обов'язково використовує жарт, що сприяє глибшому розумінню ідеї і позитивному настрою аудиторії, і розв'язка. Таких блоків у проаналізованих промовах від 3 до 7. Кожен з блоків є невід'ємною складовою в ієрархічній структурі промови і виконує певну функцію.

Основна функція завершення промови – це закріплення оратором своїх положень у свідомості аудиторії. Часто використовується прийом завершення промови – розгляд перспективи, коли оратор підкреслює гіпотетичний розвиток предмета промови через часову або просторову екстраполяцію. Наприклад, Елен Аглер у кінці своєї промови “Parasitic worms hold back human progress. Here's how we can end them” – «Черви-паразити стримують розвиток людства. Ось як можна покінчити з ними» окреслює перспективи втілення запропонованої ідеї:

There's an incredible opportunity to work together to create a new system for disease elimination for the next decade and beyond. Part of the money the END Fund needs will go directly toward delivering deworming treatments to communities that need it and part will go towards facilitating the handover of programs to local ownership. Together, these efforts will create prevention and treatment programs that are sustainable far into the future. If this plan gets fully funded for the next six years, tens of millions of people will receive deworming treatment. With that, countries will be interrupting the cycle of disease transmission at all levels, and most importantly, people will experience significant improvements in their mental, physical and social health. Just imagine the potential that will be gained when people can stop worrying

about these and can put their energy into things like these. – Це неймовірна можливість для створення нової системи ліквідації хвороб наступного десятиліття і надалі. Частина грошей Фонду END надійде тим людям, які потребують лікування, тим громадам, яким це треба, іншу частину грошей витратять на реалізацію програми місцевого самоврядування. Ці зусилля забезпечать профілактику та лікування, які сприятимуть стабільності в майбутньому. Якщо цей проєкт профінансують на наступні шість років, десятки мільйонів людей отримають лікування проти паразитів. У цих країнах припиниться цикл передачі хвороб на всіх рівнях, і найголовніше, що люди відчують значні покращення у своєму психічному, фізичному та соціальному стані. Уявіть набутий потенціал, коли людей не турбуватиме ця проблема. Вони зможуть витратити енергію на це.

Джесс Катч, закінчуючи промову “What productive conflict can offer a workplace” – «Яка користь від продуктивного конфлікту на робочому місці» наголошує на практичній цінності результатів втілення своїх ідей:

So I hope the next time a coworker invites you maybe to join a sign-on letter to your boss, or a group of employees asks for a meeting to discuss their concerns about the new health care plan, I hope you'll consider it an opportunity to build a better workplace, a stronger business and an economy that works for all of us. – Тому я сподіваюся, що наступного разу, коли колега запропонує вам підписати листа-скаргу, або група співробітників запросить на нараду стосовно плану медичного страхування, я сподіваюся, що ви скористаєтесь можливістю покращити робочу обстановку, зміцнити свій бізнес і економіку, яка працює для нас всіх.

У проаналізованих доповідях використані також прийоми формулювання висновків, коли оратор повертається до найважливіших пунктів головної частини. У висновках використовуються тільки основні положення, тобто не всі узагальнення блоків загальної частини включені у резюме. Наприклад, Юліан

Буршка у своїй промові “What your breath could reveal about your health” – «Що видих може розказати про стан здоров'я» використав саме такий прийом:

Our breath and the mixture of volatile organic compounds that we exhale hold tremendous amounts of information on our physiological condition. With what we know today, we have only scratched the surface. As we collect more and more data and breath profiles across the population, including all varieties of gender, age, origin and lifestyle, the power of breath analysis should increase. And eventually, breath analysis should provide us with a powerful tool not only to proactively detect specific diseases but to predict and ultimately prevent them. And this should be enough motivation to embrace the opportunities and challenges that breath analysis can provide, even for people that are not part-time hypochondriacs like me. – Наш видих, суміш летких органічних сполук, які ми видихаємо, містить величезну кількість інформації про фізіологічний стан. Нам вдалося дослідити тільки вершину айсберга. Ми продовжуємо аналізувати видихи людей різної статі, віку, походження, способу життя задля підвищення ефективності цього аналізу. Аналіз видиху має надати нам потужний інструмент не тільки для виявлення захворювань, а й їхнього передбачення та профілактики. Це має надати стимул для реалізації цілей та подолання труднощів, які можуть виникнути на цьому шляху, навіть для таких іпохондриків як я.

Ще одним прийомом є апелювання, коли оратор емоційно завершує свою промову з метою вплинути на почуття аудиторії, закликає до дії, наприклад як Сезар Ідальго у своїй промові “A bold idea to replace politicians” – «Смілива ідея заміни політиків»:

So how do we start the revolution? We don't start this revolution with picket fences or protests or by demanding our current politicians to be changed into robots. That's not going to work. This is much more simple, much slower and much more humble. We start this revolution by creating simple systems like this in grad schools, in libraries, in nonprofits. And we try to figure out all of those little questions and those

little problems that we're going to have to figure out to make this idea something viable, to make this idea something that we can trust. And as we create those systems that have a hundred people, a thousand people, a hundred thousand people voting in ways that are not politically binding, we're going to develop trust in this idea, the world is going to change, and those that are as little as my daughter is right now are going to grow up. And by the time my daughter is my age, maybe this idea, that I know today is very crazy, might not be crazy to her and to her friends. And at that point, we will be at the end of our history, but they will be at the beginning of theirs. – Потрібно діяти простіше, повільніше, делікатніше. Революцію можна розпочати створюючи такі прості системи у школах, бібліотеках, неприбуткових організаціях. Тоді ми вирішимо усі незначні питання і маленькі проблеми, які забезпечать життєздатність системи і нашу довіру. Ці новостворені системи з сотнями, тисячами, сотнями тисяч людей, які приймають незалежні політичні рішення, будуть варті довіри, і світ зміниться, як моя дочка, яка зараз маленька, колись подорослішає. Моя донька досягне мого віку, і, можливо, те, що нам здається божевільним, для неї та її друзів буде звичним. І це буде кінцем нашої історії, і тільки початком їхньої.

Отже, можна дійти висновку, що всі 30 TED промов-призерів, які ми проаналували організовані за правилами і мають спільну структуру і композицію. Вони складаються із заголовку, вступу, загальної частини, яка має блочну ієрархічну архітектуру і висновку.

Вступ має на меті зацікавити слухачів, що досягається представленням інтриги, підготовкою аудиторії (введенням до курсу справ), постановкою несподіваного питання.

Основна частина складається з блоків, кожен з блоків є відносно окремою оповіддю із своїм вступом, розвитком подій, кульмінацією і розв'язкою. У частині завершення промови оратори представляють перспективу, описують

гіпотетичний розвиток предмета промови через часову або просторову екстраполяцію, акцентують на практичних результатах.

1.2.3 Лінгвопрагматичний аналіз публічних промов TED. У цій частині нашої роботи ми надамо лінгвопрагматичний аналіз доповідей міжнародної конференції TED Talks з метою виявлення лінгвопрагматичної специфіки різних типів успішних виступів, враховуючи те, що на сучасному етапі лінгвопрагматична проблематика досліджень набуває все більшої популярності і цей аналіз стане базою для подальшого перекладацького дослідження.

Важливо зазначити, що лінгвопрагматику розуміють як взаємозв'язок між адресантом і адресатом, що відбувається через особливий знак, тобто текст. У лінгвопрагматиці за одиницю аналізу береться текст, оскільки вся структура речень зв'язного тексту виконує прагматичну функцію. Тлумачення висловлювання значною мірою залежить від фактора адресата [Бехта 2002, с.169]. Науковці вважають, що найповніше проблемне поле лінгвістичної прагматики було окреслено Н. Д. Арутюною, яка визначає лінгвопрагматику як міжпредметну сферу досліджень, розділ науки про мову, що вивчає функціонування мовних знаків у мовленні, уживання мови мовцями в комунікативних ситуаціях з урахуванням тісної взаємодії комунікантів [Арутюнова 1990, с. 390].

Проаналізувавши TED-лекції, які слугували матеріалом цього дослідження та враховуючи наші попередні напрацювання [Запольських 2016], ми виділили спільні риси найпопулярніших публічних виступів. Ми спробували визначити прагматичні характеристики, які є істотними для здобуття популярності промови на основі вимог, які висуваються до промов TED, прослідкувати як ці риси втілюються у лінгвальні форми і як це корелює з відповідними вимогами. Основні вимоги до виступів викладені на сайті, але вони не є суворими, а

виглядають як рекомендації, обмеження, які не варто порушувати. Враховуючи представлені вимоги, ми виділили відповідні лінгвопрагматичні характеристики промов TED.

Виходячи з того, що лінгвістична прагматика охоплює численні сфери, які пов'язані з суб'єктом мовлення (іллокутивні сили, мовленнєві тактики, правила ведення діалогу, різні настанови, референцію мовця, прагматичні пресупозиції, емпатію тощо), адресатом мовлення (правила виведення непрямих смислів, перлокутивні ефекти, типи мовленнєвого реагування тощо), пов'язані зі стосунками між учасниками спілкування (форми мовленнєвого спілкування, соціально-етикетний бік мовлення та ін.), а також пов'язані з ситуацією спілкування (інтерпретація дейктичних знаків, вплив мовленнєвої ситуації на тематику спілкування тощо), у нашій роботі ми зосередимося лише на деяких важливих аспектах [Бацевич 1998].

Першим з цих аспектів є базові проблематика мовленнєвої аргументації, визначення поняття «аргументація», дослідження структури аргументів, їх принципів та видів, аналіз аргументації у різних дискурсах, визначення моделей аргументації. На нашу думку, доцільним є аналіз моделей аргументації у доповідях щорічної міжнародної конференції TED Talks з метою виявлення специфіки аргументування у різних типах успішних виступів.

Проаналізований матеріал уможливив виявлення чотирьох моделей аргументації виступів з різними комунікативно-мовленнєвими функціями, які і були відібрані для дослідження засобів міжфразового зв'язку, що характерні для даних промов. Методологічною базою дослідження є положення, висунуті А. Д. Беловою про лінгвістичні аспекти аргументації [Белова 1997], класифікація композиційно-мовленнєвих форм, запропонована В. Дем'янковим [Дем'янков 1982], класифікація моделей аргументації І. Гавришиної [Гавришина 1990].

В. Дем'янков відповідно до комунікативно-функціонального підходу за домінуючим комунікативним наміром інформативності поділяє всі

композиційно-мовленнєві форми на складні та прості. Складні комунікативно-мовленнєві форми містять, зі свого боку, прості. Опис є першою комунікативно-мовленнєвою формою і включає такі форми як: дефініція, характеристика, порівняння, пояснення, узагальнення. Другою комунікативно-мовленнєвою формою є повідомлення та його форми: твердження, свідчення, узагальнення. До третьої комунікативно-мовленнєвої форми він відносить коментар із його складниками: припущення, схвалення, сумнів, відхилення. Останньою складною комунікативно-мовленнєвою формою є міркування, яке містить прості форми: доказ, висновок, протиставлення тощо [Дем'янков 1982].

Г. Гайснер запропонував сім моделей аргументації, ми виявили лише чотири моделі: лінійну, логічну, альтернативну та компромісну. Ці моделі презентують майже всі домінуючі комунікативно-мовленнєві функції: «лінійна» – описову, «логічна» – переконання, «альтернативна» – протиставлення, а «компромісна» – оцінювання.

Лінійна модель характеризується тим, що має просту логіко-композиційну побудову: у вступі формулюється предмет висловлювання типу «опис» та комунікативний намір, в основній частині розкривається предмет висловлювання, уточнюються й деталізуються висловлювання за допомогою відповідних лексико-граматичних засобів, кінцева підсумкова частина завершує висловлювання. Основна частина складається з трьох аргументів, які просто перераховуються. Найсильніший аргумент знаходиться наприкінці, щоб аргументація була переконливішою. Провідною комунікативно-мовленнєвою функцією цієї моделі є описова функція.

Для логічної моделі характерно використання логічної або часової послідовності аргументів, які впливають один з одного. Провідною в цій моделі є комунікативно-мовленнєва функція переконання. Логіко-композиційна будова включає: вступ, де формулюється вихідна теза, основну частину, де пропонуються аргументи, доводиться теза та ілюструється прикладами,

висловлювання уточнюється за допомогою причинно-наслідкових зв'язків, завершальну частину, де формулюються висновки.

Для альтернативної моделі домінуючою комунікативно-мовленнєвою функцією є протиставлення двох протилежних поглядів різних людей. Обґрунтування різних поглядів є об'єктивним, неупередженим. Власна точка зору чітко формулюється лише наприкінці. Логіко-композиційна побудова цієї моделі може бути представлена таким чином: представлення однієї точки зору та її об'єктивне обґрунтування, потім представлення іншої точки зору з об'єктивним обґрунтуванням, далі підбиття підсумків, висловлення власної точки зору з урахуванням двох попередніх.

«Компромісна» модель розглядає дві протилежні точки зору, протиставляє або порівнює їх для того, щоб виявити спільні риси цих позицій та знайти вирішення проблеми, яке б задовольняло обидві сторони. Домінуючою комунікативно-мовленнєвою функцією цієї моделі є оцінна функція. Модель компромісу має таку логіко-композиційну будову: пред'явлення двох різних точок зору, висловлення власної точки зору, що виокремлює й підкреслює спільне цих двох позицій, визначення проблеми та шляхи її розв'язання.

Таким чином, у результаті проведеного аналізу відібраних промов TED виявлено основні моделі їх побудови, а саме: *«лінійна»*, *«логічна»*, *«альтернативна»* та *«компромісна»* моделі, домінуючими комунікативно-мовленнєвими функціями яких є, відповідно, *описова*, *переконання*, *протиставлення й оцінки*. Результати нашого аналізу показали, що оратори поєднують ці чотири моделі у своїх доповідях.

Наступним етапом нашого лінгвопрагматичного аналізу є виявлення характерних рис виступів-призерів. Основною характеристикою виступів є інформативна лаконічність. Слід відмітити, що тривалість промов обмежена 18 хвилинами, що змушує автора промови зважувати кожне слово і намагатися не відходити від представлення основної думки. Ця характеристика виражається у

тенденції до широкого використання термінологічної лексики, яка точно і однозначно визначає чітко окреслене поняття відповідної галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя, і його співвідношення з іншими поняттями в межах спеціальної сфери.

Матеріал дослідження продемонстрував наявність таких груп термінологічної лексики:

- біологічна і медична: *genetics, synthetic biology, narrow-edged feet, regenerative medicine, bionics, physicality, amputate, tissue damage, neural implants, frostbite, disability, specialized limbs, the paralyzed, rehabilitation, injury, roundworm, hookworm, whipworm, schistosomiasis* [Agler; Herr; White]; *genealogy, DNA, chromosome, mitochondria, species* [Jacobs]; *stress, cardiovascular disease, skin cancer, HIV/AIDS, hormone, genetic relationship, genetic code* [McGonigal, Sarah];
- комп'ютерна: *access, file format, network, screenshot, Web1.0, Web 2.0, Web 3.0, augmented reality, online, offline, data-driven, quantitative frameworks, index* [Schwerdtfeger];
- фізична й електротехнічна: *LED (light emitting diode), solar cell, isotopes, magnifying glass, transmit data, energy harvesting device, receiver, li-fi (light fidelity)* [Haas]; *high-voltage DC currents* [Gore; Sarah; Stewart];
- лінгвістична: *phonetics, dialect, analytic, synthetic, languages* [Mitra], *interference, alphabet, polyglot, intonation, tongue, stress, transcription, pun* [Efromovich 2014];
- юридична: *appeal, judge, justice, legal action, complaint, contract, creditor, defendant, grand jury, jurisdiction* [Jacobs 2014]; *evidence, charge, verdict* [Gore];
- філософська: *analogy, principle, consequence, interrelation, conclusion, eternity, laws of nature, generational mission* [Gore; Wilson];

- екологічна: *ecosystem, pollution, polluter emissions, decomposition, biodegradable, climatologists, atmospheric scientists, renewables, non-renewables, planet resources* [Gore] [Kalra];
- психологічна: *self-awareness, social psychology, shyness, stress, relaxation response, behavior modification, Ego defense mechanisms* [McGonigal].

Зазначена лексика є однозначною, точно називає поняття, риси, ознаки означуваного явища, не має синонімів (принаймні, у межах терміносистеми даної науки) і є стилістично нейтральною до тексту. Для більшості промов також характерною є також використання загальноживаної лексики, яка є стилістично нейтральною. Такий прийом забезпечує інформативну лаконічність повідомлення. Але ці позитивні риси зовсім не сприяють утриманню уваги і переконанню слухачів. Якщо створити сухе інформативне повідомлення, можна зекономити час, але навряд чи лекція має шанс стати популярною. Тому, наступну прагматичну характеристику виступів можна визначити як емоційну персуазивність. Автори лекцій намагаються забезпечити увагу й захват аудиторії, що можливо тільки за умови певної емоційності. На думку науковців «ключовим елементом формату TED є безпосереднє, практично інтимне єднання людей. На сцені спікер (без перебільшень) стоїть, немов оголений. Найуспішніші виступи – ті, що дозволяють відчувати цю людяність, емоції, мрії та фантазії» [Speaking at TED].

Наш аналіз успішних виступів показав, що тільки певні фрагменти виступу (часто менші за об'ємом) безпосередньо спрямовані на те, щоб передати інформацію, просунути ідеї автора. Частина фрагментів лекції спрямована на те, щоб надихати, розкрити особистість автора. Шанси переконати аудиторію суттєво збільшуються, коли лектор продемонструє власний зв'язок із темою виступу, наповнює її індивідуальним сенсом, захопленістю та пристрасстю. А це можливо лише тоді, коли доповідач знаходиться у піднесеному стані, оскільки харизматичний оратор випромінює радість від можливості поділитися досвідом і

натхнення від розуміння того, що його ідеї будуть корисними слухачам. Лектори часто розповідають про цікаві випадки зі свого життя чи про те, що колись чули або читали, вони ілюструють свою розповідь, породжують нові ідеї, допомагають достукатися до свідомості та сердець людей. Гармонійною складовою промови часто стає історія про успіх людини, бренду чи компанії.

Саме це, на нашу думку, й зумовлює можливість виділення у промовах лексики, що безпосередньо слугує для розкриття тематики повідомлення, тобто тих лексем, які представляють проблему і використовуються для її вирішення, а також лексичних одиниць, які допомагають донести інформацію до слухача, і без яких повідомлення не створить того ефекту, на який розраховує автор. Такого результату учасник досягає за допомогою використання емоційної лексики, яка привертає увагу аудиторії.

Емоційна лексика стала предметом багатьох досліджень, у нашій роботі ми керуємось дефініцією відомого радянського мовознавця Є. М. Галкіної-Федорук, яка вважає, що емоційна лексика – це лексика, що виражає почуття і настрої людини, і значенням поділяється на лексику, яка називає почуття і виражає відношення до явищ дійсності, позитивну і негативну. Автор наголошує на тому факті, що емоційна лексика – це, передусім, декілька прошарків: слова, що виражають почуття, які переживає сам мовець чи інша особа; слова оцінки, що кваліфікують річ, предмет, явище або з позитивного, або з негативного боку [Галкіна-Федорук 1954, с.136]. Емоційність у промовах може бути виражена словами, що називають різні почуття і ставлення до реальності – радість, гнів, горе, захоплення, огиду; виражають якісну оцінку предметів та явищ. Такі слова містять емоційний оцінний елемент у своєму лексичному значенні:

*This is the **beautifully lyrical** design work. So when I was feeling bad about myself, insecure, I would jack my height up* [Herr 2014];

*It's **ridiculous** but it's a really good* [Stevens 2013];

*And I have some **bad** news, but I have **a lot more good** news. I'm going to propose three questions and the answer to the first one necessarily involves **a little bad** news. But – hang on, because the answers to the second and third questions really are **very positive**. We see the cost coming down **dramatically**. More **good** news: energy storage, from batteries particularly, is now beginning to take off because the cost has been coming down **very dramatically** to solve the intermittency problem. We're going to **win** this. We are going to **prevail**. The exponential curve on solar is even steeper and more **dramatic** [Gore];*

*This truly is a **scandal** of epic proportions hidden in plain sight [Gooch 2014];*

*During 41 years of teaching biology at Harvard, I watched sadly as **bright** students turned away from the possibility of a scientific career or even from taking non-required courses in science because **they were afraid of failure** [Wilson 2012].*

Позитивне емоційне забарвлення мають, наприклад, слова *happiness, joy, desire, love, care, politeness, dear, tender, magic* [McGonigal 2013]. Сумний настрій навіюють своїм лексичним значенням слова *regret, sadness, divorce, departure* [Jacobs 2014]. Загальновідомо, що негативні емоції викликають також лайливі слова й вульгаризми, зовсім не характерні для промов. Навпаки, спостерігаємо випадки використання *евфемістичної політкоректної лексики*, що замінює грубі слова і вислови, які можуть образити або роздратувати: *As a young man, I imagined a future world where technology so advanced could rid the world of **disability**, a world in which neural implants would allow the **visually impaired** to see* [Herr 2014].

Для того, щоб утримати увагу слухачів і акцентувати на значущості повідомлення у прикладах, які ілюструють його розповідь, автор використовує імена відомих персоналій: *Karl Marx, Gwyneth Paltrow, Barack Obama, Kevin Bacon, Albert Einstein, Mary Queen of Scots, Hillary Clinton, Paul McCartney, George H. W. Bush*, які також складають окрему групу, виконують важливу функцію і привертають увагу аудиторії. Слід також відмітити, що іменами персоналій автор

доповнює інформативну складову повідомлення, використовуючи їх протягом всієї промови, пропорційно розташовує їх у своєму виступі.

Ще однією рисою популярних виступів, яка пов'язана з характеристикою емоційної персуазивності, є спосіб подачі інформації. Якщо інформація представлена у занадто офіційній формі, то це також не викликає належної реакції публіки. Усі проаналізовані доповіді призерів демонструють, що нотка несерйозності є невід'ємною складовою успіху. У рекомендаціях до підготовки до виступів сказано, що «не варто ставитися до себе та своєї теми надто суворо, нехай аудиторія посміється. Гумор руйнує захисний бар'єр, що робить слухачів більш чуттєвими до вашого повідомлення. Окрім цього, гумор викликає симпатію. Не обов'язково бути коміком від народження, жарти чи кумедні цитати можна підготувати заздалегідь» [Speaking at TED]. Ми виявили, що кількість випадків, коли аудиторія реагувала сміхом на фрагмент промови, варіюється від двох до семи, реакція спричинена такими видами комічного як гумор (про серйозне говориться з посмішкою, доброзичливо висміюються недоліки) та іронія (коли за зовні позитивним висловлюванням ховається висміювання).

Таким чином, у результаті нашого дослідження виявлено, що оратори поєднують чотири основні моделі аргументації (лінійну, логічну, альтернативну та компромісну у своїх доповідях, використовуючи техніки опису, переконання, протиставлення й оцінки відповідно. Використовуючи попередні напрацювання [Запольських 2016], ми також дослідили лінгвопрагматичні особливості популярних виступів англійською мовою у їхній кореляції з основними вимогами до TED промов, а саме: підтверджена позитивна кореляція лінгвопрагматичних особливостей популярних виступів і основних вимог до TED промов. Дослідження показало наявність у виступах окремих типів лексики, що слугують для реалізації таких прагматичних характеристик як інформативна лаконічність та емоційна персуазивність. Серед невід'ємних характеристик промов наступні: використання термінологічної лексики, загальноживаної нейтральної лексики,

емоційно забарвленої лексики, різних видів комічного, зокрема гумору та іронії, що привертає увагу слухачів і налаштовує їх на позитив.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ TED TALKS З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

2.1 Перекладацькі трансформації та особливості їхнього застосування при перекладі промов

Ми виявили головні особливості промов TED і очевидно є необхідність збереження їх у перекладі. Тому у цьому підрозділі ми розглянемо специфіку перекладу термінологічної лексики, загальноповживаної нейтральної лексики, емоційно забарвленої лексики, передачу різних видів комічного, зокрема гумору та іронії.

Терміни виникають у мові з метою конкретизації інформації, передачі її у більш стислому та точному вигляді, мінімізуючи ймовірність довільного тлумачення тексту. Більшість термінів виникає в англійській у зв'язку з особливостями розвитку технологій. Від перекладача вимагається знання як іноземних термінів, а й відповідної української термінології, доречне її вживання. Питанням розкриття проблем перекладу термінів займалося багато дослідників, такі як В. С. Гриньов-Гриневиц, Я. І. Рецкер, В. М. Комісаров, І. В. Арнольд, і зараз ця тема є дуже актуальною серед теоретиків. Вчені зауважують, що навіть у родинних мов лексичні системи часто не збігаються, тому неправильний вибір слова, що перекладається, може призвести до спотворення змісту вихідного тексту. Також не слід забувати, що бувають випадки, коли той самий термін можна застосувати в різних сферах, від особливостей яких і залежатиме його переклад. За наявності лише одного еквівалента процес перекладу спрощується.

У цьому випадку необхідно лише перевірити, чи відповідає заміна конкретному контексту, щоб уникнути подальших перекладацьких помилок.

Зустрічаються випадки, коли загальноприйнятий варіант перекладу з англійської на українську мову існує, проте не зафіксований у двомовному словнику. У цьому випадку перекладачеві необхідно уважно вивчити літературні джерела російською мовою і стежити за появою в них нових еквівалентів терміну, що перекладається [Комісаров 1960, с. 98].

Помилки під час перекладу термінів неминуче призводять до спотворення сенсу та комунікативної функції тексту. Тому перекладачеві необхідно детально вивчити сферу науки і техніки, в якій він працює. Для терміна характерне прагнення однозначності і співвіднесеність з точно визначеним поняттям. Таким чином, багато термінів набувають певної незалежності від контексту і перекладаються за допомогою лексичного еквівалента. При цьому не можна стверджувати, що терміни не залежать від контексту.

Серед труднощів під час перекладу термінології В. Комісаров також виділяє роль «внутрішньої форми» терміна. Термін може бути мотивований лише в одній мові з мовної пари і тим самим викликати невірні асоціації або бути псевдомотивованим в обох мовах, що може призвести до неправильної інтерпретації. У таких випадках варто обережно ставитися до калькування, транскрипції або транслітерації цих термінів. Обов'язковим є аналіз мотивованості «внутрішньої форми» терміна.

Псевдоінтернаціональні та міжнародні терміни – невід'ємна частина будь-якої терміносистеми. Особливу небезпеку тут є прагнення перекладача використовувати у перекладі український термін, що збігається формою з англійською. Такі терміни можна віднести до «хибних друзів перекладача». Перекладачеві необхідно завжди перевіряти значення та конотації.

Дослідники називають такі основні перекладацькі проблеми:

- неправильне тлумачення терміну оригінала, і внаслідок цього, вибір неправильного способу перекладу;
- недостатнє володіння інформацією про зарубіжні та вітчизняні розробки;
- контекстуальна невідповідність;
- неадекватне застосування дослівного перекладу;
- порушення правил сполучуваності терміна з іншими словами в тексті;
- ігнорування факту зміни самого об'єкта, що позначається терміном.

Науковці називають такі можливі шляхи перекладу: використання рівнозначного оригіналу слова, прописаного в словниках, чи, якщо слово нове та його тлумачення відсутнє, застосування таких прийомів, як калькування, транспозиція, описовий переклад. При перекладі термінів з англійської на українську мову важливо звертати увагу на невідповідність значень і форм слів. Основною проблемою є вибір відповідного способу перекладу з кількох існуючих, тому вирішальне значення має безпосереднє володіння спеціалізованою термінологією самим перекладачем [Newmark 2003, с. 123].

Нейтральна лексика, на думку перекладачів, проблему не становить, вона має відповідники у мові перекладу. Основна проблема полягає у тому, що імітація мовлення передбачає наявність великої кількості емоційно-оцінної лексики, яка передає емоції та відношення оратора до ситуації. Лінгвістам досі не вдається надати повне однозначне визначення емоційно-оцінної лексики, проте всі дослідники сходяться на думці, що головною ознакою цього шару лексики є наявність емоційної забарвлення – позитивного чи негативного. Емоційне, оцінеа або стилістичне забарвлення присутнє, коли до денотативного значення слова приєднується коннотативне.

Відповідно до лінгвістичного енциклопедичного словника, під конотацією в широкому розумінні розуміється «будь-який компонент, який доповнює денотативний, а також граматичний зміст мовної одиниці і надає їй експресивну

функцію на основі відомостей, що співвідносяться з емоційним або ціннісним ставленням того, хто говорить до того, що позначається ... » [Арутюнова 1990]. Для збереження емоційності висловлювання необхідно передати конотативне значення лексичної одиниці, інакше переклад не може вважатися еквівалентним [Комиссаров 1990]. Тому важливо розпізнати емоційну реакцію на різні ситуації та явища.

При роботі з аудіовізуальним матеріалом перекладач отримує перевагу, оскільки має можливість бачити жести та міміку, а також чути інтонації того, хто говорить. Одержувач перекладу також бачить і чує оратора, що полегшує для нього розуміння комунікативної ситуації та емоцій, що виражаються. З іншого боку, аудіовізуальний текст вимагає від перекладача дотримання особливих норм.

Так, переклад за допомогою субтитрів передбачає низку зовнішніх технічних обмежень: текст перекладу обмежений кількістю знаків та рядків, а субтитр мають змінюватись разом зі зміною кадру. При перекладі для дублювання існує таке обмеження за тривалістю звучання репліки. Робота здійснюється за допомогою спеціальних програм, які спрощують синхронізацію тексту перекладу відповідно до артикуляції акторів озвучування. Але перекладачеві необхідно враховувати лінійну довжину тексту і у процесі такої адаптації текст може бути сильно змінено. Крім того, велике значення має візуальний ряд, оскільки він відтворює навколишню дійсність з боку колективного автора аудіовізуального твору. Глядач бачить картину світу з погляду носія іншої мови та іншої культури.

Отже, перекладач має звертати увагу на культурно обумовлені особливості, щоб мати можливість адекватно передати всі відтінки значень емоційно-оцінної лексики. Переклад емоційно-оцінної лексики зазвичай залежить від контексту, а в у випадку з аудіовізуальними творами ускладнюється наявністю кількох рівнів інформації. Таким чином, аудіовізуальний перекладач має мати низку

компетенцій на стику кількох дисциплін і вміти співвідносити вербальні та невербальні компоненти аудіовізуального твору.

Ще одним з проблемних моментів є передача гумору, оскільки перекладач може калькувати «внутрішню форму» з великою обережністю і лише у випадках, коли є повна впевненість у адекватності отриманого перекладу. Загалом у більшості випадків для перекладача є лише один спосіб передачі гумору – не перекладати буквально, а відтворити функцію, використовуючи ті ж засоби, що й автор оригіналу, при цьому якомога ближче за значенням до оригіналу та з урахуванням контексту. Це досить складне завдання, яке під силу далеко не кожному перекладачеві. Часом у таких випадках навіть високого рівня володіння рідною та іноземною мовами мало, потрібні ще багата уява та креативність.

Головним завданням кожного перекладача є здійснення адекватного та еквівалентного перекладу. Для забезпечення цієї мети перекладачеві, який працює з аудіовізуальними текстами, доводиться враховувати особливості та обмеження даного виду перекладу, а також вдаватися до різноманітних перекладацьких трансформацій.

2.2 Аналіз специфіки перекладу перекладу TED talks з англійської мови на українську

Для реалізації перекладу на платформі TED до 2021 року використовувалася безкоштовна онлайн програма Amara, потім відбувся перехід на програму Captionhub і процес створення субтитрів і перекладу здійснюється за адресою <https://ted.captionhub.com>.

Процес охоплює декілька етапів: спочатку, створюються субтитри оригінальною мовою транскрипту, потім власне переклад та редагування. На

кожному з цих етапів виконавцем може стати будь-хто охочий, але є чіткі вимоги та інструкції, які надаються до кожного етапу роботи. Останній етап – це затвердження перекладу організацією та схвалення публікації.

Для робочого процесу над перекладом субтитрів TED для волонтерів передбачено розподіл ролей: транскрибатор/перекладач власне створюють субтитри; редактор – читає та редагує готовий переклад; мовний координатор – виконує фінальну перевірку перекладу або транскрипту та підтверджує роботу. Після цього транскрипт або переклад публікується. Під час редагування всі питання та виправлення можна обговорювати з виконавцем за допомогою коментарів на платформі або особисто у повідомленнях. Після редагування роботу остаточно затверджує мовний координатор.

У попередніх дослідженнях, пов'язаних із особливостями перекладу англomовних промов (на матеріалах доповідей конференції Technology Entertainment Design Talks (TED-Talks) проблеми перекладу умовно поділяють на дві групи: лінгвальні та екстралінгвальні. Такий розподіл є умовним, оскільки ці дві групи тісно пов'язані між собою.

Але, якщо абстрагуватися і зважати на домінуючі аспекти, то можна говорити про лінгвальні та екстралінгвальні рекомендації щодо перекладу промов. Екстралінгвальні проблеми перекладу допомагають вирішити інструменти програми Captionhub. Основні рекомендації для роботи над перекладом стосуються довжини субтитрів, врахування швидкості читання: якщо у субтитрах більше, ніж 42 знаки, необхідно розділити їх на два рядки, при цьому один рядок не може бути вдвічі коротшим за інший і не можна ділити субтитри більше ніж два рядки; при розділенні рядків не можна розривати лінгвістичні одиниці; потрібно зберігати швидкість читання субтитрів 21 знак за секунду і скорочувати субтитри, які перевищують ліміт 21 знак за секунду, тощо [Guidelines].

Важливо також відмітити, що інструменти в дії може бачити тільки зареєстрований виконавець завдання, тобто, якщо завдання взято до виконання волонтером, він може користуватися усіма функціями програми. Коли завдання виконано і пройшло етапи перевірки і затвердження, навіть виконавець уже не може повернутися до попереднього перегляду. Тому ми зможемо лише продемонструвати, як ці рекомендації реалізуються на практиці за допомогою інструментів Captionhub:

00:00 *How are we doing? No, no, no, by that, I meant, how are we, homo sapiens "we" ...*

00:05 *(Laughter)*

00:06 *doing as a species?*

00:08 *(Laughter)*

00:00 *Як ми поживаємо? Ні, я маю на увазі «ми» – homo sapiens ...*

00:05 *(Сміх)*

00:06 *як біологічний вид?*

00:08 *(Сміх) [Mann]*

У наведених прикладах вато звернути увагу на часовий розподіл, оскільки саме за таким принципом субтитри з'являються а екрані. Кількість знаків також є важливим орієнтиром, але їх бачить тільки перекладач у процесі роботи і має дотримуватися вказаних рекомендацій. Якщо є порушення правил, перекладач бачить маркування червоним кольором і пояснення, що має домопомогти вирішити проблеми. Порівнюючи затверджений переклад, можна зробити висновки, що перекладач уникає повторів, навіть, якщо вони неоднократні в оригіналі: *No, no, no – Ні*; намагається уникається викладати думки якомога лаконічніше: *by that, I meant – by that, I meant*. Але при цьому важливим є чітке

донесення змісту оригіналу, якщо технічно можливо лінійне подовження тексту для конкретизації повідомлення, перекладач використовує таку можливість: *a species* – біологічний вид.

Наведемо ще приклади:

Now the typical way to answer that question is this.

Традиційно на це питання відповідь така [Mann].

У перекладі бачимо опущення слів, які не є значущими для передачі змісту повідомлення – *Now*, компресію – *the typical way* – *традиційно*, *транспозицію* – *to answer* – *питання*.

*You choose some **measure** of human physical well-being:*

*Ви обираєте певну **категорію фізичного буття людини:***

*average **longevity**, **average** calories per day,*

*середню **тривалість життя**, **денну** кількість калорій,*

*average income, **overall population**, that sort of thing, draw a graph of its value over time.*

*середній дохід, **чисельність населення** і таке інше і малюєте графік змін з плином часу [Mann].*

У наведених прикладах при перекладі *measure* – *категорію*, використаний контекстуальний відповідник, *human physical well-being* – *фізичного буття людини* – *транспозиція*. Також *average* перекладається як *середня* або опускається, оскільки у перекладі обмежена кількість знаків, що має відповідати оригіналу. Схоже пояснення є очевидним при передачі *overall population* – *чисельність населення* – опущення *overall* – *загальне*, додавання лексеми *чисельність*.

Розглянемо ще приклади:

*In almost **every** case, you get the same result. **The line skitters along at a low level** for millennia, then **rockets up** exponentially in the 19th and 20th century. Or*

choose a measure of consumption: consumption of energy, consumption of fresh water, consumption of the world's photosynthesis, and draw a graph of its value over time.

Майже у всіх випадках отримуєте той самий результат. Показники на низькому рівні протягом тисячоліть, а потім у 19 та 20 столітті зростають експоненціально. Або оберімо категорію споживання: споживання енергії, прісної води, фотосинтез, і складемо графік змін з часом. Так само лінія на низькому рівні протягом тисячоліть, потім у 19 та 20 столітті зростає експоненціально [Mann].

При перекладі *every case – всіх випадках*, застосована граматична заміна, частина речення *The line skitters along at a low level – Показники на низькому рівні* перекладена за допомогою смислового розвитку і генералізації, оскільки в оригіналі мова йде про графік, а в перекладі – про результат. При передачі *rockets up – зростають*, використана стилістична трансформація нейтралізація, оскільки лексема оригіналу містить ще значення *стрімко зростати*, а перекладач не мав технічної можливості додати слово. При перекладі *consumption of the world's photosynthesis – фотосинтез*, спостерігаємо опущення, *a graph of its value – графік змін* – смисловий розвиток.

Отже, технічні аспекти перекладу впливають на перекладацьке рішення: перевага надається компресії, застосовується опущення, повтори не перекладаються, при цьому перекладач повинен передати смисл повідомлення без втрат, що не завжди можливо.

Технічні аспекти тісно пов'язані з лінгвальними, які стосуються лексичних, граматичних та стилістичних характеристик промов, їхнього відтворення при перекладі субтитрів. Так, наприклад, рекомендоване застосування універсальної загальноновживаної лексики, яка однозначно розуміється серед усіх діалектів мови перекладу, перевага надається сучасним традиційним термінам [Запольських 2016, с. 44]. Бажано обирати сучасні терміни та вислови, намагатись відповідати тону мовлення спікера у перекладі, передавати забарвлення, енергію та стиль

промови; не перекладати ідіоми дослівно, намагатись вживати схожий вираз мовою перекладу. Якщо немає еквіваленту, то рекомендовано відтворювати ідіоми так, щоб читачі розуміли, про що йдеться, навіть якщо переклад менш вдалий, ніж оригінальний вираз. Також для назв книжок, фільмів, журналів та віршів перевіряти, чи є офіційний переклад, а у разі відсутності – не перекладати. Власні назви потрібно транслітерувати; для локацій використовувати загальноживані назви цільової мови, у разі їхньої відсутності – транслітерувати. Одиниці вимірювання рекомендовано конвертувати відповідно до мови перекладу [Guidelines].

Так, наприклад, у наведених нижче прикладах цих рекомендацій дотримано за допомогою певних трансформацій. У перекладі лексему *aptitude* відтворено за допомогою контекстуального відповідника *тенденція*, також використана транспозиція (зміна частини мови: *change* – *змінюватися*, *to get started* – для початку ; зміна порядку слів: *fashion industry's aptitude* – *тенденція індустрії моди*), застосована конкретизація: *thing* – *якість*, конкретизація і транспозиція: *clothes to be recyclable* – *придатний для переробки одяг*, генералізація: *should make it patient zero* – *повинна закласти основи*.

I think the fashion industry's aptitude for change is the exact thing that should make it patient zero for sustainable business practices. And I think to get started, all we have to do is start to design clothes to be recyclable at the end of their life – Тенденція індустрії моди вічно змінюватися – це саме та якість, яка повинна закласти основи для сталого бізнесу. Для початку, все, що ми маємо зробити, – це почати розробляти придатний для переробки одяг [Kalra].

Наведемо ще приклади:

Biologists have a word for this: outbreak. An outbreak is when a population or species exceeds the bounds of natural selection. Natural selection ordinarily keeps populations and species within roughly defined limits. Pests, parasites, lack of resources prevent them from expanding too much. But every now and then, a species

escapes its bounds. Crown-of-thorns starfish in the Indian Ocean, zebra mussels in the Great Lakes, spruce budworm here in Canada. Populations explode, a hundredfold, a thousandfold, a millionfold. So here's a fundamental lesson from biology: outbreaks in nature don't end well.

Біологи називають це «спалахом». *Спалах – це коли популяція або вид перевищує межі природного відбору. Природний відбір зазвичай утримує популяції і види у певних межах. Шкідники, паразити, брак ресурсів не дозволяють їм занадто зростати. Але час від часу певні види вириваються за ці межі. Морські зірки в Індійському океані, смугасті мідії у Великих озерах, ялинові листовійки тут у Канаді. Популяції стрімко зростають: у сто, тисячу, мільйон разів. Отже, біологічний висновок такий: спалахи у природі до добра не доводять [Mann].*

Лексему *outbreak*, яка має значення *прорив*, відтворено контекстуальним відповідником *спалах*. Потім у тексті надається пояснення – *An outbreak is when a population or species exceeds the bounds of natural selection* – *Спалах – це коли популяція або вид перевищує межі природного відбору*, тому тлумачення є однозначним. При перекладі частини речення *within roughly defined limits* – *у певних межах* використано опущення і генералізацію через технічні обмеження.

Номінації біологічних істот – *crown-of-thorns starfish, zebra mussels, spruce budworm* передано їхніми відповідниками – *морські зірки, смугасті мідії, ялинові листовійки*. Частина речення *don't end well* відтворена за допомогою смислового розвитку: *до добра не доводять* через те, що саме такий варіант перекладу є більш типовим для цільової мови і благозвучним.

Взагалі, за нашими спостереженнями, перекладач часто застосовує прийом смислового розвитку, транспозиції і цілісного перетворення:

So to make sure that I was getting the most out of the things I was finding, I bought a sewing machine so I could tailor the 90's-style garments that I was finding,

to fit a more contemporary aesthetic. I've been tailoring and making my own clothes from scratch ever since, so everything in my closet is uniquely my own.

Тому, **щоб точно отримати максимум** із усього знайденого, я придбав швейну машинку, **щоб перешити одяг стилю 90-х відповідно до сучасної моди**. З того моменту я **перешиваю і шию** одяг для себе. І зараз все, що в моїй шафі – є унікальним. [Kalra]

У наведених прикладах *to make sure that I was getting the most out of the things* – **щоб точно отримати максимум**; *the 90's-style garments that I was finding, to fit a more contemporary aesthetic* – **одяг стилю 90-х відповідно до сучасної моди**; *tailoring and making my own clothes from scratch* – я **перешиваю і шию** використані прийоми смислового розвитку, транспозиції і цілісного перетворення і результатом є благозвучний текст, який має менший лінійний об'єм.

Як ми раніше вже зазначали, серед невід'ємних характеристик промов наступні: використання термінологічної лексики, загальноживаної нейтральної лексики, емоційно забарвленої лексики, різних видів комічного, зокрема гумору та іронії. Розглянемо відтворення цих особливостей в перекладі.

Нейтральна лексика має відповідники в українській мові і не викликає труднощів при перекладі, хоча трансформації застосовуються, у більшості випадків це прямий переклад: калькування, іноді спостерігаємо транспозицію: *planetary scientist* – **вчений-планетолог**, *eureka moments* **моменти прозріння**.

I'm a planetary scientist, and my favorite thing to do is smash planets together.
Я вчений-планетолог і мені дуже подобається зіштовхувати планети.
I've had eureka moments. This was not one of them. У мене бували моменти прозріння. Та це не один з них.

Для перекладу термінів використовується транскодування, у випадках, коли терміни ввійшли у склад української мови давно, спостерігаємо адаптивне транскодування: *isotopes, genetic code, genetic relationship* – **ізотопи, генетичне кодування, генетичний зв'язок**; *worm infections, roundworm, hookworm, whipworm,*

schistosomiasis – паразитарні інфекції, нематода, анкілостома, волосоголовець, трематода.

*It's really strange that the Earth and the Moon are twins. All of the planets are made from different materials, so they all have different **isotopes**, they all have their own **genetic code**. No other planetary bodies have the same **genetic relationship**. Only the Earth and Moon are twins.*

*Це дійсно дивно, що Земля і Місяць - близнюки. Усі планети утворені з особливих для них речовин, у них усіх різні **ізотопи**, індивідуальне **генетичне кодування**. Нема інших планет, що мають подібний **генетичний зв'язок**. Тільки Земля і Місяць є близнюками [Sarah].*

***Worm infections have been around** for thousands of years. They have influenced the outcomes of wars, and they have long **stymied** human health. **Roundworm, hookworm, whipworm, schistosomiasis**: infections from these species cause pain and discomfort. They steal **nutrients** and **zap energy**. They **stunt** both physical and cognitive growth.*

***Паразитарні інфекції існують** тисячоліттями. Вони впливали на результати війн, **підривали** здоров'я людей. **Нематода, анкілостома, волосоголовець, трематода**: інфекції, викликані ними, спричиняють біль та дискомфорт. Вони **крадуть** поживні речовини та енергію. Вони **стримують** фізичний і розумовий розвиток [Aglar]*

На нашу думку, важливо також відмітити, що перекладач намагається відтворити оригінал близько до тексту, але у певних випадках підбирає лексику, яка відповідає науковому стилю: *stymied human health* – підривали здоров'я людей. Дієслово *stymie* – *prevent or hinder the progress of* має значення *заганяти в кут, ставити у безвихідне становище*, і якщо б перекладач використав відповідник, то це виглядало б недоречно.

У наступних прикладах спостерігаємо транспозицію: *to what I do* – на мою роботу, додавання *organizing, like, Marie Kondo-style* – організацію **простору** в

стилі Марі Кондо. Додавання є необхідним, оскільки цільова аудиторія є широкою і не всі мають знати, що Марі Кондо – це всесвітньовідома фахівчиня з питань наведення побутового порядку в домі, консультантка, яка заснувала свій методу, філософія якого полягає в тому, що процес прибирання і впорядкування житла та побуту не розглядається як вимушена і неприємна повсякденна повинність.

*Now, there are two kinds of reactions to what I do. Actually, no, there are three. The first is complete confusion about what organizing is. When my doctor asked what I do and I told him, he thought I meant **organizing, like, Marie Kondo-style**.*

*Реакція людей на мою роботу поділяється на два типи. Хоча ні, навіть на три. Перший – розгубленість, вони не знають, що таке організація. Коли я розповіла лікарю про мою роботу, він вирішив, що я маю на увазі **організацію простору в стилі Марі Кондо [Kutch]**.*

Гумор, який застосовується ораторами, може виражатися різними способами, залежно від цілей, рівня культури, освіти та інших факторів. Гумор часто не універсальний і не переноситься з однієї культури до іншої, зазвичай через те, що залежить від деталей конкретного культурного оточення. З одного боку, в епоху глобалізації відмінності між культурами стають дедалі зрозумілішими і гумор стає більш універсальним. З іншого – кожна соціальна група має певні рамки. Існують різні форми гумору: іронія, оксюморон, пародія, сатира, сарказм, анекдот, жарт, каламбур і таке інше. Розглянемо приклади гумору TED промов.

У наведеному нижче фрагменти, представлено зразок чорного гумору: коли людина здійснює покупку через сайт, спрацьовує програма штучного інтелекту, яка приймає рішення виключно за правилами – заохочує продовжити покупки. У випадку з оратором, покупкою була урна для праху матері, програма поцікавилась, чи сподобся споживачеві товар і запропобала купити ще щось подібне:

*Sometimes, with **more consequence**, like in this other tweet. "Had the same situation with my mother's burial urn." "For months after her death, I got messages from Amazon, saying, 'If you liked that ...'"*

*Іноді це має **неприємні наслідки**, як у цьому твіті. «У мене був схожий випадок з урною з прахом моєї мами». «**Певний час** після її смерті я отримував повідомлення від Amazon з текстом «Якщо це вам сподобалось...»» [Duranton]*

При перекладі використана конкретизація *more consequence* передається як *неприємні наслідки*, тому, що за контекстом зрозуміло, про які наслідки піде мова.

У наступному прикладі бачимо яскравий зразок іронії – прихованого кепкування, уживання слова в оберненому, протилежному значенні: ШІ дуже розумний, але не може приймати безпомилкові рішення, тільки лікарі у змозі контролювати ситуацію:

*We used AI to analyze data from clinical trials, to correlate ECG signal, blood composition, biomarkers, with the risk of heart attack. In one month, our model could flag 62 percent of patients at zero risk. They could skip the day in hospital. **Would you be comfortable staying at home for your first dose if the algo said so? Doctors were not.** What if we had false negatives, meaning people who are told by AI they can stay at home, and die?*

*Ми використовували ШІ для аналізу клінічних даних, для кореляції ЕКГ, аналізу крові, біомаркерів, з ризиком серцевого нападу. За один місяць наша модель визначила 62 відсотки пацієнтів з нульовим ризиком. Вони могли б обійтися без лікарні. **Адже комфортніше залишатися вдома, якщо алгоритм дозволяє? Лікарі проти.** Що робити, якщо результати помилкові, тобто, ШІ рекомендував людям залишитися вдома і померти? [Duranton].*

Зустрічаємо випадки, коли переклад зтикається з проблемами при перекладі сатиричного образу. Оратор використовує образ *Jiminy Cricket* – *Джиміні Крикет*, вигаданого персонажа, створеного італійським письменником Карло Колоді для своєї дитячої книги 1883 року Пригоди Піноккіо/Буратіно.

Персонаж може бути недостатньо відомим українській аудиторії без прийому додавання в перекладі, тому перекладач вирішив опустити лексему *digital*, і використати генералізацію: заміну власного імені *Jiminy Cricket* на *цвіркуна-балакуна*, додавши при цьому з *Піноккіо*, щоб уточнити образ:

*Because it's not a communication problem, it's a cognitive bandwidth problem. So if the problem is one of cognitive bandwidth, well, adding more communication to people is not going to be what's going to solve it. What we are going to need instead is to have other technologies that help us deal with some of the communication that we are overloaded with. Think of, like, a little avatar, a software agent, a **digital Jiminy Cricket** that basically is able to answer things on your behalf. And if we had that technology, we would be able to offload some of the communication and help, maybe, make better decisions or decisions at a larger scale.*

*Тому, що це не комунікативна проблема, а масштабна когнітивна. А якщо так, то більше комунікації не допоможе вирішити її. Замість цього нам потрібні інші технології, які допоможуть упорядкувати комунікацію, якою ми перенавантажені. Уявіть собі маленького аватара, програмного агента, **цвіркуна-балакуна з Піноккіо**, здатного висловлюватися від вашого імені. Якби в нас була така технологія, ми б змогли позбутися надлишку комунікації, приймати правильні і більш масштабні рішення [Hidalgo].*

Ще один фрагмент промови, який містить суміш гумору та іронії – фрагмент, спрямований на розкриття певних вад людини: у складній ситуації замість вирішення проблем, чоловік і його дружина просто напилися і оратор щиро про це повідомив, перекладач застосує функціональну заміну фразеологізму *silly drunk* – п'яними в дим:

*I was 64 years old at the time. It wasn't completely unexpected. I signed a stack of papers, gathered my personal effects, and left to join my wife who was waiting for me at a nearby restaurant, completely unaware. Fast-forward several hours, we both got really **silly drunk**.*

Мені тоді було 64 роки. Це не було неочікувано. Я підписав купу паперів, зібрав свої особисті речі і пішов на зустріч із своєю дружиною, яка чекала мене в сусідньому ресторані, нічого не підозрюючи. Вже через кілька годин ми обоє були п'яними в дим [Tasner].

Отже, можна побачити, що вимоги до переклада TED – це вимоги до якості, типові для перекладацької галузі. Слід дотримуватись правил адекватного перекладу змісту, збереження форматування, локалізації часового формату, одиниць виміру тощо. Особливістю перекладу TED є наявність додаткового фактора: створення та переклад субтитрів – це складна додаткова робота, оскільки необхідно враховувати не лише правила до переклада, а й правила до субтитрування – кількість символів та рядків, довжина рядка тощо. Особливу увагу слід приділяти перекладу термінів, емоційно забарвленої лексики, адекватно відтворювати різні види комічного. Основні трансформації, які застосовує перекладач найчастіше: сміловий розвиток, транспозиція, цілісне перетворення.

ВИСНОВКИ

У нашій науковій праці з'ясовано, що публічна промова є особливою формою мовної діяльності в умовах безпосереднього контакту з аудиторією, ефективність якої визначається низкою факторів, а саме: вибором відповідної теми; логічною побудовою і правильним оформленням тексту виступу; вдалою подачею матеріалу; зацікавленістю аудиторії і т.ін.

Аналіз теоретичного й ілюстративного матеріалу показав, що TED промови у контексті наведених класифікацій промов, можна віднести до аудіомедіальних текстів змішаної категорії – суспільно-політичних промов, але залежно від тематики, вони можуть містити академічну лексику, технічну, юридичну, медичну, і т.ін. Поєднує популярні промови те, що вони побудовані за відповідними правилами, з використанням специфічних методів, правил, що допомагають зробити публічні виступи чіткішими і зрозумілішими. Наведені спільні характеристики промов дають підстави для більш глибокого структурно-композиційного і лінгвопрагматичного аналізу для подальшого визначення перекладацьких проблем і їхнього вирішення.

Проведене дослідження дає можливість констатувати, що всі 30 TED промов-призерів, які ми проаналували організовані за правилами і мають спільну структуру і композицію. Вони складаються із заголовку, вступу, загальної частини, яка має блочну ієрархічну архітектуру і висновку.

У ході дослідження були детально проаналізовані заголовки промов і розподілено їх між категоріями: заголовок-сюрприз, заголовок-інтрига, заголовок з «Now - як», заголовок з використанням цифр. Переважають заголовки-інтриги, наступним типом за популярністю – заголовки-питання з «Now - як», потім заголовки-сюрпризи і заголовки з цифрами.

Результати роботи дають підстави вважати, що вступ має на меті зацікавити слухачів, що досягається представленням інтриги, підготовкою

аудиторії, постановкою несподіваного питання. Основна частина складається з блоків, кожен з блоків є відносно окремою оповіддю із своїм вступом, розвитком подій, кульмінацією і розв'язкою. У частині завершення промови оратори представляють перспективу, описують гіпотетичний розвиток предмета промови через часову або просторову екстраполяцію, акцентують на практичних результатах.

Ми встановили, що оратори поєднують чотири основні моделі аргументації (лінійну, логічну, альтернативну та компромісну у своїх доповідях, використовуючи техніки опису, переконання, протиставлення й оцінки відповідно. Використовуючи попередні напрацювання [Запольських 2016], ми також дослідили лінгвопрагматичні особливості популярних виступів англійською мовою у їхній кореляції з основними вимогами до TED промов, а саме: підтверджена позитивна кореляція лінгвопрагматичних особливостей популярних виступів і основних вимог до TED промов. Дослідження показало наявність у виступах окремих типів лексики, що слугують для реалізації таких прагматичних характеристик як інформативна лаконічність та емоційна персуазивність.

У представлений науковій розвідці були детально розглянуті труднощі перекладу і способи їх подолання. Для досягнення адекватного перекладу перекладачеві, який працює з аудіовізуальними текстами, доводиться враховувати особливості та технічні обмеження даного виду перекладу, а також вдаватися до різноманітних перекладацьких трансформацій.

В ході аналізу ілюстративного матеріалу було виявлено, що при перекладі промов доцільно говорити про лінгвальні та екстралінгвальні рекомендації щодо перекладу. Екстралінгвальні проблеми перекладу допомагають вирішити інструменти програми Captionhub. Основні рекомендації для роботи над перекладом стосуються довжини субтитрів, врахування швидкості читання: якщо у субтитрах більше, ніж 42 знаки, необхідно розділити їх на два рядки, при цьому

один рядок не може бути вдвічі коротшим за інший і не можна ділити субтитри більше ніж два рядки; при розділенні рядків не можна розривати лінгвістичні одиниці; потрібно зберігати швидкість читання субтитрів 21 знак за секунду і скорочувати субтитри, які перевищують ліміт 21 знак за секунду, тощо.

Було встановлено, що технічні аспекти перекладу впливають на перекладацьке рішення: перевага надається компресії, застосовується опущення, повтори не перекладаються, при цьому перекладач повинен передати смисл повідомлення без втрат, що не завжди можливо.

Детальний аналіз фактичного матеріалу дозволяє стверджувати, що серед невід'ємних характеристик промов наступні: використання термінологічної лексики, загальноживаної нейтральної лексики, емоційно забарвленої лексики, різних видів комічного, зокрема гумору та іронії.

Нейтральна лексика має відповідники в українській мові і не викликає труднощів при перекладі, хоча трансформації застосовуються, у більшості випадків це прямий переклад: калькування, іноді спостерігаємо транспозицію. Для перекладу термінів використовується транскодування, у випадках, коли терміни ввійшли у склад української мови давно, спостерігаємо адаптивне транскодування. Як продемонструвало наше дослідження, перекладач часто застосовує прийом смислового розвитку, транспозиції і цілісного перетворення.

Перспективним напрямком подальших досліджень з даної проблематики постає екстраполяція результатів роботи на більш широкий матеріал, детальний розгляд різних видів комічного та способів їх передачі цільовою мовою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова Н. Д. Феномен второй реплики, или о пользе спора. *Логический анализ языка. Противоречивость и аномальность текста*. Москва : Наука, 1990. С. 175-189.
2. Баранов А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): Автореф. дис. ... д-ра филол. наук /Ин-т русск. яз. АН СССР. М., 1990. 48 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Москва : Международные отношения, 1975. 240 с.
4. Бацевич Ф. С. Лінгвістична прагматика: спроба обґрунтування проблемного поля і дослідницької одиниці. URL : https://movoznavstvo.org.ua/index.php?option=com_attachments&task=download&id=340 (дата звернення : 01.08.2022)
5. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев : КЛУ, 1997. 300 с.
6. Бехта І. А. Текст в парадигматичній системі наукових лінгвістичних концепцій кінця ХХ – початку ХХІ століття: актуальні та віртуальні стратегії розвитку. *Дискурс іноземномовної комунікації*. Луцьк : ЛНУ ім. І. Франка. 2002. С.164-192.
7. Гавришина И. Н. Типы и формы аргументации. *Смысл текста в процессе коммуникации*. Москва : 1990. Вып. 363. С. 11-26.
8. Галкина-Федорук Е. М. Современный русский язык. Лексика (курс лекций) : [учеб. пособ. для высш.учеб. заведений]. Москва : МГУ, 1954. 204 с.
9. Галкина-Федорук Е. М. Современный русский язык. Лексика (курс лекций) : [учеб. пособ. для высш.учеб. заведений]. Москва : МГУ, 1954. 204 с.

10. Демьянков В. З. Конвенции, правила и стратегии общения (интерпретирующий подход к аргументации). Москва : 1982. Т. 41. С. 327-337.
11. Жеребкін В. Є. Логіка. Харків : Основа, 1998. 259 с.
12. Запольських С. П., Запольських А. Ю. Лінгвопрагматичні особливості англійських публічних промов (на матеріалах доповідей конференції Technology entertainment design talks (TED-talks)). *Нова філологія*. 2016. № 68. С. 85-89. URL : Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2016_68_18 (дата звернення : 10.08.2022)
13. Кобозева, И. М. Лингвопрагматический аспект анализа языка СМИ. URL : <http://evartist.narod.ru/text12/08.htm>. (дата звернення : 17.07.2022)
14. Козуляев А. В. Аудиовизуальный полисемантический перевод как особая форма переводческой деятельности. URL: <http://www.russiantranslators.ru/about/editorial/audiovizualnyeperevod/> (дата звернення : 10.08.2022)
15. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. Москва : Высшая школа, 1990. 253 с.
16. Ораторське мистецтво: Навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл. юрид. спец. Видання друге /Н.П. Осипова, В.Д. Воднік, Г.П. Клімова та ін. За ред. Професора Н.П. Осипової. Харків: Одиссей, 2006. 144 с.
17. Райс К. Классификация текстов и методы перевода. *Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике*. Москва, 1978. С. 202 – 228.
18. Рузавин Г. И. Методологические проблемы аргументации. *Вопросы философии*. Москва, 1994. № 12. С. 107-114.
19. Сагач Г. М., Юніна О. А. Загальна риторика. Львів : Світ, 1992. 150 с. Guidelines. TED. URL: <https://www.ted.com/participate/translate/guidelines> (дата звернення: 05.07.2022)
27. Aarts F. The Contrastive Analysis Debate: Problems and Solutions. *Studia Anglica Posnaniensia*. Poznan. 1982. Vol. 14. P. 47-68.

28. Anderson T. Reading, Then Writing. From Source to Essay. New York : McGraw-Hill, 1992. 523 p.
29. Bailey S. Academic Writing. A Handbook for International Students. London, New York : Routledge, 2006. 260 p.
30. Bell A. The Language of News Media. Language in society. Oxford: Blackwell: Publishers, 1991. 417 p.
31. Bowker L. Specialized Lexicography and Specialized Dictionaries. A Practical Guide to Lexicography / Ed. by Piet van Sterkenburg. Leiden: Institute for Dutch Lexicology, 2003. 164 p.
32. Corner J. Documentary television: The scope of Medialinguistics. In AILA Review, 1995. 422 p.
33. Fawcett P. Translation and Language: Linguistic Theories Explained. Manchester : St. Jerom Press, 1997. 168 p.
34. Gibbs R. W. Process and products in making sense of tropes. Metaphor and Thought. Cambridge, 1993. P. 252-276.
35. Hannay M. Types of Bilingual Dictionaries : A Practical Guide to Lexicography / Ed. by Piet van Sterkenburg. Leiden: Institute for Dutch Lexicology, 2003. P145-153.
36. Jackson H. Lexicography: An Introduction. London: Routledge, 2002. 262 p.
37. Jakobson R. On Linguistic Methods of Translation. Theories of Translation: an Anthology of Essays from Dryden to Derrida / Ed. by R, Schulte, J. Biguenet. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1992. P. 144-151.
38. Janicki K. On the Tenability of the Notion «Pragmatic Equivalence» in Contrastive Analysis. Papers and Studies in Contrastive Linguistics. Poznan, 1995. Vol. 20. P. 19-25.
39. Kempson R. M. Semantic Theory. Cambridge : Cambridge University Press, 1995. 977 p.
40. Korunets I. V. Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages. Kyiv: Lybid Publ., 1995. 238 p.

41. Lado R. Linguistics Across Cultures. Applied Linguistics for Language Teachers. Michigan : The University of Michigan Press, 1990. 141 p.
42. Lexicology, Semantics and Lexicography / Ed. by J. Coleman, C.J. Kay. Leicester, Glasgo, 2000. 257 p.
43. MacLaury, R.E. Lexical Semantics. Handbook of Pragmatics / Ed. by J. Verschueren. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publ. Company, 1996. P 4- 13.
44. Manual of Specialized Lexicography (The preparations of specialized dictionaries) / Ed. by H. Bergenholtz and S. Tarp. Amsterdam/Philadelphia : John Benjamins Publ. Comp., 1995. 256 p.
45. Munday J. Introducing Translation Studies. Theories and applications. London : Routledge Taylor &. Francis Group, 2001. 221 p.
46. Newmark P. A Textbook of Translation. Edinburgh : Prentice Hall, 2003. 292 p.
47. Nida E .A. Linguistic and Semantic Structure. Language Structure and Translation. Stanford: Stanford University Press, 1982. P. 47-70.
48. Nida E. A. Analysis of Meaning and Dictionary Making. Language Structure and Translation. Stanford: Stanford University Press, 1982. P. 4-23.
49. Ringbom H. Contrastive Analysis. Encyclopedia of Linguistics / Ed. by R. E. Asher, J. M. Y. Simpson. Oxford : Perganon Press, 1994. 742 p.
50. Schopenhauer A. On Language and Words. Theories of Translation: an Anthology of Essays from Dryden to Derrida / Ed. R. Schulte, J. Biguenet. Chicago, London : The University of Chicago Press, 1992. P. 32-35.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

51. Арутюнова Н. Д. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва : Советская энциклопедия, 1990. С. 390.

52. Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. 742 с.
53. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення : 22.05.2022)
54. Collins Cobuild. URL: <http://collinsdictionary.com/> (дата звернення : 22.07.2022)

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

55. Agler E. Parasitic worms hold back human progress. Here's how we can end them. URL : https://www.ted.com/talks/ellen_agler_parasitic_worms_hold_back_human_progress_here_s_how_we_can_end_them (дата звернення : 10.08.2022).
56. Burschka J. What your breath could reveal about your health. URL : https://www.ted.com/talks/julian_burschka_what_your_breath_could_reveal_about_your_health (дата звернення : 01.08.2022).
57. Conley C. What baby boomers can learn from millennials at work – and vice versa. URL : https://www.ted.com/talks/chip_conley_what_baby_boomers_can_learn_from_millennials_at_work_and_vice_versa URL : (дата звернення : 01.08.2022).
58. Duranton S. How humans and AI can work together to create better businesses. URL : https://www.ted.com/talks/sylvain_duranton_how_humans_and_ai_can_work_together_to_create_better_businesses (дата звернення : 11.07.2022).
59. Efromovich S. 5 techniques to speak any language. URL : https://www.youtube.com/watch?v=-WLHr1_EVtQ (дата звернення : 10.07.2022).

60. Frischmann C. 100 solutions to reverse global warming. URL : https://www.ted.com/talks/chad_frischmann_100_solutions_to_reverse_global_warming (дата звернення : 01.08.2022).
61. Gooch Ch. My wish: To launch a new era of openness in business. URL : http://www.ted.com/talks/charmian_gooch_my_wish (дата звернення : 07.06.2022).
62. Gore Al. New thinking on the climate crisis. URL : https://www.ted.com/talks/al_gore_the_case_for_optimism_on_climate_crisis (дата звернення : 17.07.2022).
63. Haas H. Forget Wi-Fi. Meet the new Li-Fi Internet. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=iHWIZsIBj3Q> (дата звернення : 17.07.2022).
64. Hendrix J.O. How virtual reality turns students into scientists. URL : https://www.ted.com/talks/jessica_ochoa_hendrix_how_virtual_reality_turns_students_into_scientists (дата звернення : 10.08.2022).
65. Herr H. New bionics let us run, climb and dance. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=CDsNZJTWw0w> (дата звернення : 15.07.2022).
66. Hidalgo C. A bold idea to replace politicians. URL : https://www.ted.com/talks/cesar_hidalgo_a_bold_idea_to_replace_politicians (дата звернення : 01.08.2022).
67. Jacobs A. The world's largest family reunion ... we're all invited! URL : https://www.ted.com/talks/aj_jacobs_the_worlds_largest_family_reunion (дата звернення : 17.07.2022).
68. Jain P. How to make applying for jobs less painful. URL : https://www.ted.com/talks/priyanka_jain_how_to_make_applying_for_jobs_less_painful (дата звернення : 01.08.2022).
69. JR: One year of turning the world inside out. URL : http://www.ted.com/talks/jr_one_year_of_turning_the_world_inside_out (дата звернення : 17.07.2022).

70. Kalra A. 3 creative ways to fix fashion's waste problem URL : https://www.ted.com/talks/amit_kalra_3_creative_ways_to_fix_fashion_s_waste_problem (дата звернення : 10.08.2022).
71. Kutch J. What productive conflict can offer a workplace. URL : https://www.ted.com/talks/jess_kutch_what_productive_conflict_can_offer_a_workplace (дата звернення : 10.08.2022).
72. Mann C. How will we survive when the population hits 10 billion? URL : https://www.ted.com/talks/charles_c_mann_how_will_we_survive_when_the_population_hits_10_billion (дата звернення : 10.08.2022).
73. Manoj A. A life-saving device that detects silent heart attacks. URL : https://www.ted.com/talks/akash_manoj_a_life_saving_device_that_detects_silent_heart_attacks (дата звернення : 01.08.2022).
74. McGonigal K. How to make stress your friend. URL : https://www.ted.com/talks/kelly_mcgonigal_how_to_make_stress_your_friend (дата звернення : 17.07.2022).
75. Mitra S. Build a School in the Cloud. URL : http://www.ted.com/talks/sugata_mitra_build_a_school_in_the_cloud. (дата звернення : 17.07.2022).
76. Noble K. How does income affect childhood brain development? URL : https://www.ted.com/talks/kimberly_noble_how_does_income_affect_childhood_brain_development (дата звернення : 17.07.2022).
77. Paes E: The 4 commandments of cities. URL : http://www.ted.com/talks/eduardo_paes_the_4_commandments_of_cities. (дата звернення: 17.07.2022).
78. Schwerdtfeger P. What is Web 2.0? What is Social Media? What comes next?? URL : https://www.youtube.com/watch?v=iStkxcK6_vY. (дата звернення : 17.07.2022).
79. Speaking at TED. URL : <https://www.ted.com/about/conferences/speaking-at-ted>. (дата звернення : 11.07.2022).

80. Stevens M. Why do we ask questions? URL : [https://www.youtube.com/\[McGonigal\[McGonigal 2013\] 2013\] watch?v=u9hauSrihYQ](https://www.youtube.com/[McGonigal[McGonigal 2013] 2013] watch?v=u9hauSrihYQ)(дата звернення : 17.07.2022).
81. Stewart S. T. Where did the Moon come from? A new theory. URL : https://www.ted.com/talks/sarah_t_stewart_where_did_the_moon_come_from_a_new_theory (дата звернення : 17.07.2022).
82. Tasner P. How I became an entrepreneur at 66. URL: https://www.ted.com/talks/paul_tasner_how_i_became_an_entrepreneur_at_66 (дата звернення : 17.07.2022).
83. Wade C. Want to change the world? Start by being brave enough to care. URL : https://www.ted.com/talks/cleo_wade_want_to_change_the_world_start_by_being_brave_enough_to_care (дата звернення : 01.08.2022).
84. White A. What ocean microbes reveal about the changing climate. URL : https://www.ted.com/talks/angelicque_white_what_ocean_microbes_reveal_about_the_changing_climate (дата звернення : 10.08.2022).
85. Wilson E.O. Advice to young scientists. URL : http://www.ted.com/talks/e_o_wilson_advice_to_young_scientists/transcript?language=en (дата звернення : 01.08.2022).
86. Winch G. How to fix a broken heart. URL : https://www.ted.com/talks/guy_winch_how_to_fix_a_broken_heart (дата звернення : 01.08.2022).

SUMMARY

The paper deals with public speeches and features of their translation from English to Ukrainian. Public speech is defined as a special form of language activity in the conditions of direct contact with the audience, the effectiveness of which is determined by a number of factors, namely: the choice of the appropriate topic; logical construction and correct design; successful submission of material; audience interest, etc.

The analysis of the theoretical and illustrative material showed that TED talks can be classified as audio-media texts of a mixed category - socio-political speeches, but depending on the topic, they may contain academic vocabulary, technical, legal, medical, etc. Popular TED talks are built according to the appropriate regulations, using specific methods, rules that help make public speeches clearer and more understandable. All 30 prize-winning TED speeches that we analyzed are organized according to rules and have a common structure and composition. They consist of a title, an introduction, a general part that has a block hierarchical architecture, and a conclusion.

We found that the speakers combine four main argumentation models (linear, logical, alternative, and compromise) in their speeches, using the techniques of description, persuasion, contrast, and evaluation, respectively. The analysis of the illustrative material showed that it is relevant to define lingual and extralingual recommendations for translation. Captionhub tools help solve extralingual translation problems. The technical aspects of translation affect the translation decision: compression and omission techniques are widely used, repetitions are not translated. The translator often uses the technique of semantic development, transposition and holistic transformation.

Key words: *TED speech, linguistic characteristics, extralingual aspects, sense development, transcoding, integral transformation, transposition.*

**Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Ткачук Катерина Олегівна, студентка 2 курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма переклад (англійський), адреса електронної пошти katetkachuk22@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему ПУБЛІЧНІ ПРОМОВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ (НА МАТЕРІАЛІ TED TALKS) відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 28.11.2022

Підпис 

ПІБ

Ткачук К.О.