

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської філології і філософії мови

Курсова робота

на тему: Лінгвостилістичні засоби переконання в англійськомовних та українськомовних TED промовах: зіставний аспект.

Студентки групи Па 18-20
факультету германської філології і перекладу
заочної форми здобуття освіти спеціальності 035
Філологія
Шпак Анастасії Олександрівни

Науковий керівник:
доктор філологічних наук,
професор
Ізотова Наталя Павлівна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка _____ ЄКТС

Київ 2023

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Department of English Philology and Philosophy of Language

Term Paper

Linguostylistic means of persuasion in English and Ukrainian TED
talks: A contrastive aspect.

Anastasia Shpak

Group Pa 18-20

Germanic Philology and Translation Faculty

Research Adviser

Prof.

DSc (Philology)

Natalya Izotova

Зміст

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКОНАННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ТА АНГЛОМОВНИХ TED TALKS.....	7
1.1. TED Talk як тип тексту	7
1.2. Комунікативні стратегії публічних промов TED talks.....	9
1.3. Стилiстичні особливості публічних промов TED talks	10
1.4. Значення зіставного аспекту англійськомовних та українськомовних TED.....	12
Висновки першого розділу.	13
Розділ 2. ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ПЕРЕКОНАННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ TED ПРОМОВАХ.	14
2.1. Аналіз лінгвостилістичних засобів переконання в англomовних TED talks.....	14
2.2. Аналіз лінгвостилістичних засобів переконання в українomовних TED talks	16
Висновки другого розділу.	18
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	19
РЕЗЮМЕ	20
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	21

ВСТУП

Переконання в нашому житті існують у своїх різноманітних мовних формах щодня. Світові лідери та засоби масової інформації мають за мету змінити або ж зміцнити їх, докладаючи максимум зусиль, та застосовуючи цілий арсенал мовних засобів. Переконання звучить в залах та аудиторіях, пронизуючи міжособистісні відносини в усіх суспільних сферах. Новітній проєкт, а саме міжнародна конференція TED Talks яскраво висвітлює вміння переконувати простою, лаконічною, доступною мовою, в основі якої лежить доцільна лінгвістична стилістика. TED Talks “Technology, Entertainment and Design” («Технології, Розваги та Дизайн») є одними із найбільш популярних форм спілкування та новою ідеєю у сучасному світі. Спікерів TED промов об’єднує таке: кожен має унікальну ідею, яку бажає успішно донести до суспільства задля появи нових інсайтів, яких тепер потребує світ. Звідси випливає **актуальність теми** та визначається потребою публічних промов, що містять загальносоціальний контент. Лектори конференції вміло окреслюють суть проблемного питання та переконливо вирішують його за допомогою мовних інструментів, які ефективно впливають на слухачів. Дане дослідження має велике **значення** для філології, адже підкреслює вагомість використання засобів мови у різноманітних форматах її подання, а також демонструє оригінальні та креативні способи озвучити думки та вміння оратора пересвідчити слухачів.

Метою курсової роботи є виявлення лінгвостилістичних засобів персуазивності в україномовних та англійськомовних TED промовах у зіставному ключі. Поставлена мета дослідження передбачає розв’язання таких **завдань**:

- визначити стратегії і тактики переконання в україномовних та англійськомовних TED промовах;
- виокремити та описати лінгвостилістичні засоби персуазивності в досліджуваних україномовних та англійськомовних TED промовах;

- розкрити зіставний аспект створення ефекту переконання в україномовних та англійськомовних TED промовах.

Об'єкт дослідження становлять англійськомовні та українськомовні TED промови, розглянуті в аспекті персуативності.

Предметом роботи є лінгвостилістичні засоби репрезентовані в україномовних та англійськомовних TED промовах і досліджені у зіставному ключі.

Матеріалами дослідження слугують відеолекції сучасних англійськомовних ораторів: Derek Sivers «Weird, or just different?», Janine Marie Driver «How Five Simple Words Can Get You What You Want», Susan Cain «The Power of Introverts» Ryan Martin «Why some anger can be good for you», Elizabeth Gilbert «Where Does Creativity Come From?», Brown B. «The power of vulnerability», Gates B. «The next outbreak? We're not ready», Ryan Martin «Why we get mad — and why it's healthy» та україномовних: Анна Мазур «Пристрасть – це новий чорний», Юнона Лотоцька «Успіх ніколи не приходить одразу! Від швидкого успіху в долину смерті.»

Теоретична значущість роботи полягає в ознайомленні з новітньою платформою TED Talks та у виявленні лінгвостилістичних засобів переконання у цих промовах

Практичне значення отриманих результатів: дане дослідження може бути використане при вивченні навчальних дисциплін «Медіадискурс», а також фахівцями, що безпосередньо працюють у медійному просторі.

Структура дослідження. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 21 сторінка, основний обсяг курсової – 18 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕКОНАННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ТА АНГЛОМОВНИХ TED TALKS

1.1 TED Talk як тип тексту.

Сьогодні існує безліч інформаційно-корисних платформ у медійному просторі, де звучать якісно обгрунтовані питання та нові ідеї. Найсучаснішим є осередок, що має назву TED Talks – це своєрідний розмовний жанр дискурсивного характеру, що містить у собі науково-популярні та інші лекції, які звучать в комунікації реального часу, а згодом у мережі інтернет. Важливо зазначити те, що первинна промова TED Talks реалізується для невеликої групи слухачів, лише для тих, хто безпосередньо присутній в залі під час проведення TED конференції. Для решти слухачів доповіді TED Talks – це інтернет-жанр, який набуває вторинного значення.

Виступи на TED мають характерні риси: структурованість композиції, логічна послідовність викладу матеріалу, лаконічність, чіткість, діалогічне мовлення, а також персуазивність. Ретельно підготовлена специфіка промови та її подача підтверджують неординарність даного жанру. Іноді твердження може бути неоднозначним щодо належності цього жанру до конкретної сфери комунікації. Наприклад, «навчальні лекції складають навчальнонауковий підстиль наукового мовлення, а публічні лекції на наукові теми зазвичай розглядаються в межах науково-популярного підстилю. Щодо публічних лекцій на інші теми, як наприклад загальносоціальні або суспільно-політичні, то вони зазвичай відносяться до публіцистичного стилю» [Вікторова Е. Ю, 2019, с. 254;].

Таким чином, промови TED Talks варто розглядати як гібридний жанр, в основі якого лежить науковопопулярний стиль, а також характерні ознаки художньо-публіцистичного та розмовного стилів. Промова TED Talks визначається гібридом навчальної лекції на конференції та телевізійнодокументального фільму.

TED Talks - це про поширення ідей що здатні змінити хід думок та в цілому світ. Конференція покликана інформувати людей про відкриття, досвід людства, ті чи інші факти дійсності, соціальні процеси. Автор промови TED Talks має відмінність від автора стандартної публічної лекції. Він виступає фахівцем та експертом в окремій галузі знань і одночасно його поведінка та мовленнєва діяльність обмежені рядом жанрових вимог. Наприклад, «тривалість промови має бути не більше 18 хвилин, обов'язково має бути присутня ідея, якою мовець ділиться з аудиторією, промова повинна бути легкою для сприйняття та легко запам'ятовуватись аудиторії, а оратор повинен поводити себе впевнено та професійно» [YJ Chang, 2015, с. 56;]. Першочерговий крок – це вибір теми та унікальна ідея належать самому оратору, а «редагування та допрацювання в плані змісту, підведення під стандарти публічної промови TED Talks, навіть додавання гумору виконується організаторами проекту» [Вікторова Е. Ю, 2019, с. 256]. Проте, лектор TED Talks не актор, який напам'ять виголошує текст зі сцени. Ретельне створення публічної промови дає можливість оратору проявляти свою індивідуальність, саме тому жодна з лекцій TED Talks не схожа на іншу.

Певні публічні лекції характеризуються настроєм серйозності та категоричності, проте застосування гумористичних та розважальних елементів промова сприймається легше та позитивніше, хоча не втрачає своєї цінності та основного контексту. Такими елементами промови можуть виступати особистий досвід, життєві історії доповідача, жарти, мотиваційні заклики та інші елементи, що зможуть розрядити атмосферу та розвинути позитивне мислення.

1.2. Комунікативні стратегії публічних промов TED talks

Навичка усно презентувати власні думки – показник академічного та професійного успіху. Такі презентації містять певний перелік стратегій, що допомагають бути переконливим у процесі викладення думок, а також, в першу чергу, мають за мету досягнення довіри від аудиторії. Тому спікери користуються такими способами ведення персуазивної комунікації, як чітке та послідовне введення теми (органічне підведення слухачів до суті промови та безпосереднє знайомство), орієнтація на слухача (для початку коротке вітання з аудиторією, а згодом звернення до організаторів, слухачів, присутніх; встановлення контакту з учасниками), аргументована презентація мовного продукту («розуміння питань, які будуть розкриті доповідачем у межах промови, а також структурування доповіді») [YJ Chang, 2015, с.37], безперервний розвиток теми, (відстеження зв'язку між спікером і темою, а також його причетність до історії; цей етап демонструє конкретну позицію, якій «притаманна емоційна складова, окрім викладу логічних доказів») [YJ Chang, 2015, с.40]; в нагоді стають певні інструменти для досягнення переконання: голос, логічне міркування, авторитет серед слухачів та впевненість у власних тезах.

Логічне завершення та заключення меседжу – є останнім етапом (сигнал про завершення промови: «у ході реалізації цього комунікативного ходу доповідачі можуть підбити підсумки, спираючись на ключові думки промови або намагатись повернути аудиторію на початок промови») [YJ Chang, 2015, с. 41]. Додатково спікер дає відповіді на питання, що звучать від людей. Щоб в кінцевому результаті усвідомити мету промови існує «останній комунікативний хід заключних повідомлень, що містить у собі два етапи: заклик до дій та узагальнення чи поштовх до роздумів» [YJ Chang, 2015, с.41] - узагальнюючи ситуацію, автор ненав'язливо спонукає до роздумів в перспективі. Фінальні хвилини слугують для висловлення подяки усім, хто задіяний у конференції TED.

1.2 Стилiстичнi особливостi публiчних промов TED talks

Лiнгвостилiстичнi засоби використовуються для створення певного стилю мовлення та впливу на сприйняття тексту або мовлення:

- фiгури мови: метафори, порiвняння, аналогiї, метонiмiї та iронiя, допомагають зробити мову барвистою та ефективною, привертають увагу слухачiв або читачiв та роблять враження;
- риторичнi засоби: риторичнi питання, повторення, антитези та паралелiзми, використовуються для пiдкреслення важливих моментiв та створення запам'ятовуваностi;
- емоцiйнi засоби: використання емоцiйних слiв, виразiв та образiв допомагає створити емоцiйний зв'язок з аудиторiєю або читачами, робить текст бiльш переконливим та запам'ятовуваним;
- фразеологiзми та культурнi вирази: використання вiдомих фразеологiзмiв, прислiв'їв або культурних виразiв може створити спiльнiсть мiж мовцем i аудиторiєю та пiдсилити вплив мовлення;
- тональнiсть та стиль: вибiр певного стилю мовлення та тональностi може впливати на сприйняття тексту або мовлення. Наприклад, використання формального стилю для серйозних тем або неформального стилю для бiльш особистих тем;

Серед лексико-стилiстичних особливостей, конкретно в публiчних промовах TED Talks виокремлюємо: метафору, порiвняння, фразовi дiєслова та розмовну лексику; персонiфiкацiю, фразеологiзми, iдiоми. Нижче окресленi їх дефiнiцiї:

- метафори: допомагають перенести iдеї на новий рiвень i дозволяють аудиторiї краще зрозумiти складнi iдеї. Наприклад, у виступi про те, як краще керувати

своїм часом, можна використовувати метафору "час - це коштовний ресурс", що допоможе аудиторії зрозуміти, що час необхідно використовувати ефективно;

- риторичні питання: ефективний засіб залучення уваги аудиторії та створення імпаكتу. Ці питання часто ставляться для підкреслення важливості теми та виклику емоцій у аудиторії. Наприклад, "Чи не згодні ви, що наші діти заслуговують на краще майбутнє?"
- антитези: використовуються для протиставлення двох протилежних ідей. Цей засіб допомагає зрозуміти аудиторії, яка ідея краща та підкреслити важливість теми виступу. Наприклад, "Ми можемо витратити гроші на зброю, або ми можемо витратити їх на підтримку медичної допомоги та освіти";
- анафори: повторення слів або фраз на початку кількох речень. Цей засіб допомагає підкреслити важливість ідеї та залучити увагу аудиторії до ключової теми виступу;
- емоційні слова та фрази використовуються з метою створення емоційного імпаكتу на аудиторію. Вони допомагають залучити увагу та зробити виступ більш запам'ят Дані інструменти застосовуються в залежності від мети та цілі доповіді для досягнення максимальної конструктивності, доказовості та оригінальності викладу продукту.

1.4. Значення зіставного аспекту в англійськомовних та українськомовних TED

Переконливість англійськомовних та українськомовних TED talks залежить від багатьох факторів, що використовується для порівняння двох різних ідей або концепцій з метою підкреслення їхньої важливості та допомоги в доведенні аргументів. Зіставний аспект - це підхід у лінгвістиці, який використовується для

порівняння мовних явищ, структур або елементів між двома або більше мовами з метою з'ясування їхніх схожостей і відмінностей. Цей підхід дозволяє лінгвістам виявляти спільні риси та унікальні особливості мов, встановлювати залежності між ними і вивчати мовні типології. Зіставний аспект є основою для мовознавчого порівняльного аналізу, дослідження мовної типології та вивчення різноманітності мовних систем у світі. У англійськомовних TED talks зіставний аспект використовується за допомогою порівнянь, метафор, антитез та інших риторичних прийомів. Наприклад, виступ може порівнювати сучасний світ зі світом попередніх поколінь, щоб показати важливість звернення уваги на поточні проблеми.

В україномовні TED talks також наявні порівняння, метафор та інші риторичні засоби. Наприклад, виступ може порівнювати сучасні технології зі старими методами, щоб продемонструвати роль інновацій. Метафори можуть використовуватися як в англійськомовних, так і в україномовних TED Talks для порівняння складних ідей зі зрозумілими образами, що допомагає аудиторії краще зрозуміти тему виступу. У будь-якому випадку, зіставний аспект є ефективним засобом переконання, оскільки він дозволяє показати важливість теми виступу та допомагає аудиторії краще зрозуміти ідеї, які висловлюються виступаючим.

Висновки першого розділу

1. Отже, явище TED Talks – особливий жанр, який охоплює характерні ознаки науковопопулярного, розмовного та публіцистичного стилю. Взаємодія цікавих тем, додавання гумору та категоричність висловів вражає та наповнює новими ідеями, думками, сприяє кращому сприйняттю, дозволяє розглянути питання під багатьма кутами та полями зору, спонукає до появи творчих думок на нового ходу мислення, що і є унікальним фактором передачі думок.

2. Зіставний аспект є важливим, бо засвідчує факт ефективності порівняння у процесі аналізу медійного дискурсу, як сучасного формату отримання інформації та явища персуазивності у житті кожної людини

РОЗДІЛ 2

ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ ПЕРЕКОНАННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ТА АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ TED ПРОМОВАХ

2.1. Аналіз лінгвостилістичних засобів в англійськомовних TED talks

Оскільки публічні промови TED Talks бувають різноманітної тематики, привертають увагу фразові дієслова та розмовна лексика. Таким чином лектор отримує фідбек від аудиторії та створює атмосферу довіри. Наприклад: *pass out* – втратити свідомість, *keep on* – продовжувати, *back up* – осмислити, *give up* – здатися, *look forward* – чекати з нетерпінням, *count on* – розраховувати, *break in* – ломитися, *get through* – впоратися, *lie around* – валятися, *hold on* – чекати.

Також наявні гіперболи, наприклад, *disembodied genius* - безтілесний геній. Аналізуючи промову спікера Derek Sivers, спостережімо цитату: «*And any of them are wrong. They're different*». [11] «І ні один з них не є неправильним. Вони просто різні». Вислів ілюструє використання антоніміки, а наступний реалізує стратегію навіювання, повторення, наголошення на чомусь, тому виникає відповідний емоційний настрій. Наприклад: «*You talk about it. You talk about what you want. You talk about what you like. You may even negotiate it*». [12] «Ви говорите про це. Ви говорите про те, що хочете. Ви говорите про те, що вам подобається. Ви можете навіть обговорити ваші смаки». «*A third to a half of the population are introverts – a third to a half*». [13] «Інтровертами є від третини до половини всього населення світу – від третини до половини!» Ще одним художнім засобом, який допомагає лекторам оцінювати ситуації та висловлюватися емоційно, є епітет. Наповнена епітетами доповідь, а саме найвищим ступенем порівняння прикметників, звучить пафосно та гарно впливає на аудиторію. Наприклад: «*It's exceedingly likely that my greatest success is behind me*.» [14]

Усі стилістичні засоби можемо згрупувати наступним чином:

- 1) просодичні засоби;
- 2) лексико-семантичні засоби;
- 3) синтаксичні засоби;
- 4) словесно-образні засоби.

В результаті дослідження були виокремлені всі вище перераховані, а також такі стилістичні засоби, як метафора, порівняння, фразеологізми, ідіоми. Кожен із вище представлених засобів вирізняється певною частотністю вживання в публічних лекціях TED Talks. Так, наприклад: *«But it's also been with us in some of the best moments of our lives, with those special occasions like weddings and vacations often marred by these everyday frustrations – bad weather, travel delays – that feel horrible in the moment, but then are ultimately forgotten when things go OK»*. [15] Наведений приклад зображує вживання персоніфікації, яке полягає в перенесенні будь-якого поняття або явища шляхом відображення його у вигляді живої істоти чи особи. *«Somebody else is going to get your dream job and you're going to be broke»*. «Хтось інший отримає роботу вашої мрії, а ви підете по світу». Фразеологізм *to be broke*, який перекладач влучно відтворив в українському реченні, як піти по світу, що варто тлумачи як збідніти, жебракувати. *«Just as your fear alerts you to danger, your anger alerts you to injustice. It's one of the ways your brain communicates to you that you have had enough. What's more, it energizes you to confront that injustice»*. [16] «Як страх попереджає вас про небезпеку, гнів попереджає про несправедливість.» Це один зі способів, який дозволяє зрозуміти вам, що з вас досить. Більш того, він дає вам сили протистояти несправедливості». Вище наведено вдале вживання персоніфікацій, а також у першій частині наявне вживання паралельних конструкцій *your fear alerts, your anger alerts*.

Спікери говорять або посилаються на власні емоції чи почуття: «Кожного разу, коли вони ігнорують мене, я відчуваю себе невидимим. Я засмучений». [17], використовують емоційно заряджені слова, наприклад: «The saddest thing about all

of this is that it's really hard to Remember this» [18]. Використовуються експресивні стилістичні засоби і прийоми, включаючи метафори, епітети, персоніфікацію, метонімію, повтори, антитезу, паралельні структури, перифразу тощо. настільки важкий з багажем, негативним багажем: а) метафора: «*Of course a lot of this was tongue-in-cheek, but that word feminist is so heavy with baggage, negative baggage*» [9]. б) повторення: «*I used to look up to my grandmother who was a brilliant, brilliant woman, and wonder how she would have been if she had the same opportunities as men when she was growing up*» [9]. в) структури паралелізму: «*You hate men, you hate bras, you hate African culture, that sort of thing*» [9]. «*A man is as likely as a woman to be intelligent, to be creative, to be innovative*» [9]. г) антитези: «*Culture does not make people, people make culture*» [9]. «*I am a bad feminist, I am a good woman, I am trying to become better in how I think, and what I say, and what I do, without abandoning everything that makes me human*» [10]. д) перифрази: «*I read the words of women who might understand a story like mine, and women who looked like me, and understood what it was like to move through the world with brown skin.*»

2.2. Аналіз лінгвостилістичних засобів в україномовних TED talks.

Україномовні TED промови також містять словесно-образні засоби та характеризуються експресивністю, яка досягається широким вживанням стилістичних ресурсів української мови. Наприклад, в одному зі своїх цікаво та інноваційно представлених спічах Анна Мазур розкриває тематику робіт та розповідає про те, чому треба боятися не того, що ці відберуть у нас роботу у майбутньому, а того, що ми самі перетворимось на роботів. Вже починаючи свою доповідь, вона каже: «*Сьогодні я хочу вас познайомити. Його звать Да Вінчі. І він вже сьогодні вміє робити операції та видаляти ракові пухлини. Його рухи повністю запрограмовані комп'ютером і можливість помилки майже виключено*». «*А це Квіл і Кіонан. Вони пишуть новини. Квіл працює в Сполучених Штатах Америки, а Кіонан*

в Пекіні». Спікерка представляє та наділяє роботів ознаками людини у спосіб персоніфікації, робить це органічно та природньо поєднує явище живого та неживого. *«Шістдесят вісім відсотків людей не відчують жодного задоволення від того, чим займаються. Кожного дня вони прокидаються зранку і чекають п'ятниці, як на найкраще спасіння»*. Гіперболізуючи та порівнюючи, Анна майстерно створює саркастичну ситуацію, демонструючи людську байдужість до власного життя. *«Я ще не зустрічала роботів у реальному житті, а от людей-роботів зустрічаю, на жаль, постійно»*. Анна з відтінком печалі висловлює метафоричність та викликає інтригу, чим і впливає на аудиторію. *«А в нашому суспільстві людина, яка керується емоціями сприймається як незріла, несерйозна, інфантильна»*. Послідовність епітетів слугує наголошенням на типовій поведінці людей та органічно поєднується у даному меседжі. *«Можливо це лише питання часу? Можливо за кілька років прагматичний, раціональний вибір кар'єри ми будемо сприймати як шлюб по розрахунку? А кар'єру, яка надихає та запалює очі нарешті станемо сприймати як норму?»* - звучать риторичні питання з метою задати їх кожному присутньому у залі задля досягнення кульмінації спічу та підведення до істини, що і яскраво виражено у наступних думках: *«Скільки справжнього життя у моєму власному житті? Чи готова я далі відкривати пляшки і бути людиною-роботом?»* [20]

Юнона Лотоцька у своїй мотиваційній доповіді звертається та звучить емоційно, застосовує емоційно – імперативні заклики, що мають за ціль розвинути нові ідеї слухачів та спрямувати їхнє мислення на інший, більш перспективний шлях: *«Дайте собі час на дослідження себе!»*. «Ми маємо мету, але боїмося вийти із замкнутого кола. » – Авторка підтримує інтригу та робить акцент за невизначеності. *«Але ми помираємо всередині змін, не виходячи з акваріуму. З акваріуму, який не заточує наше прагнення до успіху. Чому? Успіх – це смерть. Зміни – це смерть»*. «Коли ми

розуміємо, що нам потрібно змінитися – всередині нас щось лякається. Зробімо стрибок у часі!» [21]

Представлено широкий спектр мовних засобів: акваріум порівнює із зоною комфорту, яка не загострює потреби та не спонукає до рішучих дій, одночасно ж використано метафори, риторичні питання, та гіперболи.

Висновки другого розділу

- 1.** Аналізуючи два подібних інфопродукти за своїми лінгвостилістичними засобами впливу на широкі маси людей, але різних за власною ідеєю подачі та людською природою, відчуттям власної ідеї та способу передачі думок, підводжу підсумки, що обидві медіа платформи є корисними та пізнавальними погляду науковості, достовірності інформації, її прозорості та простоти викладу.
- 2.** Дане спостереження за вмінням людини правильно опрацювати інформацію, чітко та послідовно висловити думку або висловити враження на основі власного досвіду чи бекграунду інших людей доводить, що роль лінгвостилістичних засобів є вагомою та передовою в будь-якому форматі мовлення.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Отже, однією з невід'ємних рис англомовних і україномовних TED промов є їх персуазивність, яка передбачає керування аудиторією у різний спосіб.

З метою переконання мовці вживають широкий репертуар мовностилістичних прийомів, зокрема, метфори, гіперболи, порівняння, персоніфікацію, ідіоми, елементи сарказму та іронії, збагачуючи цим свої доповіді та створюючи сприятливу атмосферу для комфортного поглинання та сприймання інформації, втілюючи усі ідеї, доцільно спрямовані на конкретну аудиторію людей. Наявність таких мовних засобів доводить те, що репрезентація власних думок звучить доцільно, логічно та органічно. Спікери користуються даними інструментами та влучають у ціль, яку визначають для себе на початку конференції.

Resume

The study is devoted to the establishment of linguistic stylistic means of persuasion in English-language and Ukrainian-language TED speeches, considered in a comparative way. The TED speech is considered in the work as a phenomenon and a modern method. Persuasion is a universal feature of TED speeches, the purpose of which is to draw the attention of listeners to key issues, emphasize their importance, and objectively assure the expediency and constructiveness of the reasoning.

The analysis showed that the use of the above-mentioned language means is quite correct and appropriate.

Prospects for further research consist in inventing new formats for the transmission of thoughts and the main message, taking into account stylistic means and their variability.

Keywords: TED Talks, linguistic stylistic devices, beliefs, speeches, speakers, listeners.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вікторова, Е.Ю. (2019). *Дискурсивно-прагматична специфіка жанру лекції TED Talk. Жанри доповіді. № 4.*
2. Khajorn, Phaiboon P. *Analyzing the introduction of TED Talk: A corpus-based analysis of discourse organization.* (pp. 52–70).
3. Chang, YJ. (2015). *Exploring TED Talks as a Pedagogical Resource for Oral Presentations: A Corpus-Based Move Analysis.* National Tsing Hua University. (pp. 29–62) .
4. Samayoa, P. (2017). *The Extent of Influence that Genre Conventions Have on TED Talks.*(pp. 46–59).
5. Compagnone, Caliendo, G.A. (2014). *Expressing epistemic stance in university lectures and TED Talks: A contrastive corpus-based analysis.* *Lingue a linguaggi.* №11. (pp.105–122).
6. Scotto di Carlo, G. (2014). *New trends in knowledge dissemination: TED Talks.* *Acta scientiarum language and culture.* №36. (pp. 121–130).
7. Uicheng, K. Crabtree, Macro M. (2018). *Discourse Markers in TED Talks: How Ideas are Signaled to Listeners.* 2018. (pp. 55, 31)
8. Samayoa, P. (2017). *The Extent of Influence that Genre Conventions Have on TED Talks.* (pp. 46–59).
9. Brown, B. *The power of vulnerability.* *TED Talks.* URL: https://www.ted.com/talks/brene_brown_the_power_of_vulnerability 14.05.2020).
10. Gates, B. *The next outbreak? We're not ready.* *TED Talks.* URL: https://www.ted.com/talks/bill_gates_the_next_outbreak_we_re_not_ready/up-next 14.05.2020.
11. Sivers, Derek «*Weird, or just different?*» TED Talks.
12. «How Five Simple Words Can Get You What You Want». TED Talks

13. «The Power of Introverts» . TED Talks
14. Martin, Ryan «Why some anger can be good for you». TED Talks
15. Gilbert, Elizabeth «Where Does Creativity Come From?» TED Talks
16. Brown, B. The power of vulnerability., Gates B. The next outbreak? We're not ready.
17. Martin, Ryan «Why we get mad — and why it's healthy» TED Talks.
18. Adichie, Ch. N. «*We should all be feminists*».
19. Sandberg S. «*Why we have too few women leaders*».
20. Анна Мазур «*Пристрасть – це новий чорний*». TEDxLviv.
21. Юнона Лотоцька «*Успіх ніколи не приходить одразу! Від швидкого успіху в долину смерті.*» TEDxKyiv.