

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ імені ІГОРЯ
СІКОРСЬКОГО»**

Факультет лінгвістики

Кафедра теорії, практики та перекладу англійської мови

«На правах рукопису»

УДК 811.111`04

«До захисту допущено»

В.о.зав. кафедри

_____ Тараненко Л.І.

«__» _____ 2020р.

МАГІСТЕРСЬКА ДИСЕРТАЦІЯ

**на здобуття ступеня магістра зі спеціальності 035
«Філологія» на тему: «Мовні та позамовні засоби передачі
комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів
Ілона Маска»**

Виконала: студентка 6 курсу, групи ЛА-91мп

Варшицька Яна Юріївна

Науковий керівник: д. філол. н., доц. Глінка Н.В.

Науковий рецензент: к. філол. н., доц. Беззубова О.О.

Засвідчую, що у цій
магістерській дисертації немає
запозичень с праць інших авторів
без відповідних посилань
Студентка _____

ЗАВДАННЯ на магістерську дисертацію студенту

Варшицькій Яні Юрївнї

1. Тема дисертації «Мовні та позамовні засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів Ілона Маска», науковий керівник дисертації: Глінка Наталія Вікторівна, проф. каф. теорії, практики та перекладу англійської мови, д. філол. н., доц., затверджені наказом по університету від 16 вересня 2019 р., № 674.
2. Термін подання студентом дисертації: 27 листопада 2020 р.
3. Об'єкт дослідження: дослідження є науково-публіцистичні тексти.
4. Предмет дослідження: дослідження є мовні та позамовні засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів Ілона Маска.
5. Перелік завдань, які потрібно розробити:
 1. Охарактеризувати особливості науково-популярного стилю.
 2. Визначити відмінність науково-популярного стилю від наукового.
 3. Описати лексико-стилістичні особливості науково-популярного стилю.
 4. Дослідити особливості стратегій та тактик та їх характеристики.
 5. Проаналізувати комунікативні стратегії і тактики в призмі науковопопулярного стилю.
 6. Описати комунікативний паспорт Ілона Маска.
 7. Проаналізувати особливості передачі у перекладі науково-популярних текстів Ілона Маска його комунікативних стратегій і тактик.
6. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: 68 джерел, є фрагменти текстів Ілона Маска, отримані методом суцільної вибірки з сучасних англомовних науково-популярних текстів (інтерв'ю Джо Рогану, Чарлі Роуз, Джеймс Фелоус, платформа TED, інтерв'ю, опублікованих на сайті BBC та їх україномовні переклади).

7. Орієнтовний перелік публікацій: тези на двох всеукраїнських конференціях та стаття у фаховому науковому журналі.

8. Дата видачі завдання: 01 жовтня 2019 р.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1	<i>Обґрунтування теоретичних передумов дослідження</i>	<i>до 20.12.2019</i>	<i>Вик.</i>
2	<i>Формування програми й методики дослідження</i>	<i>до 20.05.2020</i>	<i>Вик.</i>
3	<i>Аналіз досліджуваного матеріалу та виклад і оформлення результатів дослідження</i>	<i>до 10.11.2020</i>	<i>Вик.</i>

Студентка _____ Я.Ю. Варшицька

Науковий керівник дисертації _____ Н.В.Глінка **РЕФЕРАТ**

Магістерська дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до них, загальних висновків та списку використаної літератури, який налічує 68 джерел. Загальний обсяг роботи – 147 сторінок.

Постмодерне суспільство ХХІ століття має важливі характеристики, що зумовлюють унікальність даного історичного періоду як у сфері сучасних технологій, так і у світовому соціокультурному просторі. Процеси глобалізації економіки, технологічні зміни, трансформація традиційної наукової парадигми зумовили актуальність вивчення закономірностей суспільної комунікації та її засобів, особливостей функціонування мови, застосування комунікативних стратегій тощо.

Актуальність роботи визначається тим, що реалізація мовних та позамовних засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у сучасному

науковопопулярному тексті та їх відтворення традиційно представляє труднощі при перекладі. Більш того, до теперішнього часу існує необхідність дослідити залежність характеру перекладацького процесу від комунікативної ситуації перекладу, враховуючи як лінгвістичні, так і екстралінгвістичні чинники, що впливають на процес і результат перекладу.

Мета дослідження – проаналізувати мовні та позамовні засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів Ілона Маска.

Завдання роботи:

1. Охарактеризувати особливості науково-популярного стилю.
2. Визначити відмінність науково-популярного стилю від наукового.
3. Описати лексико-стилістичні особливості науково-популярного стилю.
4. Дослідити особливості стратегій та тактик та їх характеристики.
5. Проаналізувати комунікативні стратегії і тактики в призмі науковопопулярного стилю.
6. Описати комунікативний паспорт Ілона Маска.
7. Проаналізувати особливості передачі у перекладі науково-популярних текстів Ілона Маска його комунікативних стратегій і тактик.

Об'єктом дослідження є науково-публіцистичні тексти.

Предметом дослідження є мовні та позамовні засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів Ілона Маска.

Наукова новизна дослідження полягає в поглибленому вивченні явища мовних та позамовних засобів передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах науково-популярних текстів.

Практична цінність отриманих результатів та висновків полягає у можливості їхнього використання в практиці навчання англійської мови та перекладу.

Матеріалом дослідження є фрагменти текстів Ілона Маска, отримані методом суцільної вибірки з сучасних англійських науково-популярних текстів

(інтерв'ю Джо Рогану, Чарлі Роуз, Джеймс Фелоус, платформа TED, інтерв'ю, опублікованих на сайті BBC та їх україномовні переклади).

Мета і завдання, визначені в роботі, реалізуються за допомогою таких **методів дослідження**, як: метод суцільної вибірки; описовий і порівняльний методи; методи аналізу й синтезу, індукції та дедукції; метод контекстуального аналізу; метод порівняльно-перекладацького аналізу.

Апробація результатів дослідження. Основні методологічні, теоретичні результати і концептуальні положення дослідження обговорювалися на: II Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Наука XXI століття: виклики, пріоритети, перспективи досліджень

Публікації. Основні положення і результати дисертаційного дослідження висвітлено в публікаціях, з яких 1 стаття у науковому фаховому виданні України.

Ключові слова: науково-популярний стиль, публіцистичний стиль, мовні засоби, комунікативні стратегії, позамовні стратегії, комунікативний паспорт.

ABSTRACT

The master's dissertation consists of an introduction, three chapters, conclusions to them, general conclusions and a list of references, which has 68 sources. Total volume of work – 147 pages.

Postmodern society of the XXI century has important characteristics that determine the uniqueness of this historical period both in the field of modern technology and in the world socio-cultural space. The processes of economic globalization, technological changes, the transformation of the traditional scientific paradigm have led to the relevance of studying the laws of social communication and its means, the peculiarities of the functioning of language, the use of communication strategies and more.

The relevance of the work is determined by the fact that the implementation of linguistic and non-linguistic means of transmission of communicative strategies and tactics in modern scientific and journalistic text and their reproduction traditionally presents difficulties in translation. Moreover, there is a need to investigate the dependence of the nature of the translation process on the communicative situation of translation, taking into account both linguistic and extralinguistic factors influencing the process and outcome of translation.

The purpose of the study is to analyze the linguistic and extralinguistic means of transmitting communicative strategies and tactics in the translation of Elon Musk's texts.

Tasks of work:

1. To describe the features of popular science style.
2. To determine the difference between popular science style and scientific style.
3. To describe the lexical and stylistic features of popular science style.
4. to investigate the features of strategies and tactics and their characteristics.
5. To analyze communication strategies and tactics in the prism of popular science style.
6. To describe the communication passport of Elon Musk.
7. To analyze the features of the transfer in the translation of popular science texts by Elon Musk, his communicative strategies and tactics.

The object of research are scientific and journalistic texts.

The subject of the research is linguistic and extralinguistic means of transmitting communicative strategies and tactics in translations of Elon Musk's texts.

The scientific novelty of the study lies in the deep study of the phenomenon of linguistic and extralinguistic means of transmission of communicative strategies and tactics in the translation of popular science texts.

The practical value of the obtained results and conclusions lies in the possibility of their use in the practice of teaching English and translation.

The material of the study is fragments of texts by Elon Musk, obtained by a continuous sample of modern English popular science texts (interviews with Joe Rogan, Charlie Rose, James Fellows, TED platform, interviews published on the BBC website and their Ukrainian translations).

The purpose and tasks defined in the work are implemented using such **research methods** as: the method of continuous sampling; descriptive and comparative methods; methods of analysis and synthesis, induction and deduction; method of contextual analysis; method of comparative translation analysis.

Approbation of research results. The main methodological, theoretical results and conceptual provisions of the study were discussed at: II All-Ukrainian student scientific-practical conference "Science of the XXI century: challenges, priorities, research prospects

Publications. The main provisions and results of the dissertation research are covered in publications:

Key words: popular science style, journalistic style, language means, communication strategies, extralinguistic strategies, communicative passport.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ СТИЛЬ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	10
1.1 Характеристика та особливості науково-популярного стилю	10
1.1.1 Відмінність науково-популярного стилю від наукового	15
1.2 Лексико-стилістичні особливості науково-популярного стилю	19
1.2.1 Мовні засоби науково-популярного стилю	22
Висновки до першого розділу	28

РОЗДІЛ II МОВНІ ТА ПОЗАМОВНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ	29
2.1 Особливості стратегій та тактик, їх характеристики	29
2.2.1 Мовна реалізація комунікативних стратегій та тактик	33
2.2.2 Позамовні стратегії і тактики	43
2.3 Реалізація комунікативних стратегій і тактик в науково-популярному стилі ..	50
2.4 Комунікативний паспорт Ілона Маска	55
Висновки до другого розділу	63
РОЗДІЛ III ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ У ПЕРЕКЛАДІ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ТЕКСТІВ ІЛОНА МАСКА ЙОГО КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК	65
Висновки до третього розділу	83
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86
ДОДАТКИ.....	92
ВСТУП	

Постмодерне суспільство XXI століття має важливі характеристики, що зумовлюють унікальність даного історичного періоду як у сфері сучасних технологій, так і у світовому соціокультурному просторі. Процеси глобалізації економіки, технологічні зміни, трансформація традиційної наукової парадигми зумовили актуальність вивчення закономірностей суспільної комунікації та її засобів, особливостей функціонування мови, застосування комунікативних стратегій тощо.

Комунікація має динамічний характер, оскільки суб'єкти процесу спілкування презентують у ньому певні цінності, особистісні характеристики, психологічні якості, мотиви, мету спілкування тощо. Зростаюча роль засобів масової інформації у формуванні картини світу індивіда і нації посилює роль

суспільної комунікації, ефективність якої залежить від адекватно вибору стратегій і тактик спілкування та обміну інформацією.

Науково-популярний дискурс привертає увагу лінгвістів і представників інших наук, оскільки в сучасному суспільстві підвищується роль науковопопулярної комунікації. Сучасні технології мовного впливу дозволяють впливати на свідомість і поведінку цільової аудиторії, створювати певний імідж. Кінцева мета будь-якого оратора, його комунікативний намір полягає в тому, щоб переконати адресата в своїй правоті, спонукати його до певних дій. Досягнення цієї мети здійснюється в значній мірі за рахунок використання експресивних засобів мови, що володіють найбільшою силою впливу на аудиторію.

Ступінь розробленості проблеми у науковій літературі. Питання стратегій і тактик комунікантів висвітлене у працях як вітчизняних, так і зарубіжних мовознавців (І. М. Борисова [6], Т. А. ван Дейк [18], С. Дерієн [59], О. В. Дмитрук [20], О. С. Іссерс [23] та ін.). Стратегії і тактики оцінних висловлень знайшли відображення у дослідженнях таких лінгвістів: Н. В. Василенко, М. Вулфсон, Н. В. Гончарова [15], Н. В. Коробова [29], П. В. Робінсон, І. Ю. Шкіцька [53], О. В. Яшенкова [55] та ін.

Актуальність роботи визначається тим, що реалізація мовних та позамовних засобів передачі комунікативних стратегій і тактик у сучасному науковопопулярному тексті та їх відтворення традиційно представляє труднощі при перекладі. Більш того, до теперішнього часу існує необхідність дослідити залежність характеру перекладацького процесу від комунікативної ситуації перекладу, враховуючи як лінгвістичні, так і екстралінгвістичні чинники, що впливають на процес і результат перекладу.

Мета дослідження – проаналізувати мовні та позамовні засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів Ілона Маска.

Завдання роботи:

1. Охарактеризувати особливості науково-популярного стилю.
2. Визначити відмінність науково-популярного стилю від наукового.

3. Описати лексико-стилістичні особливості науково-популярного стилю.
4. Дослідити особливості стратегій та тактик та їх характеристики.
5. Проаналізувати комунікативні стратегії і тактики в призмі науковопопулярного стилю.
6. Описати комунікативний паспорт Ілона Маска.
7. Проаналізувати особливості передачі у перекладі науково-популярних текстів Ілона Маска його комунікативних стратегій і тактик.

Об'єктом дослідження є науково-публіцистичні тексти.

Предметом дослідження є мовні та позамовні засоби передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах текстів Ілона Маска.

Мета і завдання, визначені в роботі, реалізуються за допомогою таких **методів дослідження**, як: метод суцільної вибірки; описовий і порівняльний методи; методи аналізу й синтезу, індукції та дедукції; метод контекстуального аналізу; метод порівняльно-перекладацького аналізу.

Матеріалом дослідження є корпус з фрагментів текстів Ілона Маска, отриманих методом суцільної вибірки з сучасних англомовних науковопопулярних текстів (інтерв'ю Джо Рогану, Чарлі Роуз, Джеймс Фелоус, платформа TED, інтерв'ю, опублікованих на сайті BBC та їх україномовні переклади).

Наукова новизна дослідження полягає в поглибленому вивченні явища мовних та позамовних засобів передачі комунікативних стратегій і тактик у перекладах у науково-популярних текстах.

Теоретичне значення дослідження зумовлене його внеском у дослідження науково-популярного стилю; встановлення потенціалу стратегій та тактик, комунікативну лінгвістику.

Практична цінність отриманих результатів та висновків полягає у можливості їхнього використання в практиці навчання англійської мови та перекладу.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ I НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИЙ СТИЛЬ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Характеристика та особливості науково-популярного стилю

У ХХІ столітті науково-популярний текст вийшов за рамки письмового різновиду; медійні засоби породили власні типи усного науково-популярного повідомлення. Набули частотності тексти, які супроводжують науково-популярні фільми, представлені в інтернеті та на телевізійних каналах. Науково-популярна проблематика широко висвітлюється в пресі, що певною мірою видозмінює мовні особливості науково-популярного тексту, підлаштовуючи його до засобів масової інформації.

На сьогоднішній день є велика кількість досліджень тексту і його аспектів. Особлива увага приділялася конкретним видам і стилям текстів. Виникнення і існування стилів пов'язано з умовами спілкування в різних сферах людського життя. В результаті вивчення змістовного і смислового аспектів текстів були виявлені риси, характерні різним видам текстів. Це призвело до того, що окремі види тексту, що володіють набором специфічних особливостей, виступають в якості самостійних об'єктів досліджень.

Для подальших досліджень важливою стає класифікація текстів. Підстави для класифікації текстів часто носять екстралінгвальний характер. Д. Є. Розенталь визначає функціональні стилі як «окремі різновиди мови», що характеризуються наявністю в кожному з них особливих лексико-фразеологічних, синтаксичних, засобів, що використовуються виключно або переважно в цьому різновиді мови» [40, с. 2].

В. В. Виноградов дає наступне визначення стилю: «Стиль – це суспільно усвідомлена, функціонально обумовлена, внутрішньо об'єднана сукупність прийомів вживання, відбору і поєднання засобів спілкування в сфері тієї чи іншої загальнонаціональної мови, співвідносна з іншими такими ж способами вираження, які служать для інших цілей, виконують інші функції в мовній суспільній практиці певного народу» [10, с. 48].

Т. Г. Винокур трактує функціональні стилі як похідні від сфери вживання мови з урахуванням екстралінгвістичних форм, від форми прояву мови, від виду мовлення, від способу спілкування [11]. І. Р. Гальперін визначає функціональні стилі як властивості писемної мови, тим самим, виключаючи розмовний стиль. Гальперін зазначає, що функціональний стиль мови – це система взаємопов'язаних мовних засобів, що служить певній меті в людському спілкуванні. Функціональний стиль варто розглядати як продукт конкретної задачі, поставленої автором послання [12].

І. В. Арнольд [2] і І. Р. Гальперін [13] вважають, що кожен функціональний стиль має одну або більше ключову особливість, яка і виступає характерною рисою. При цьому Гальперін більше уваги приділяє координації мовних засобів і

стилістичних прийомів, в той час як Арнольд пов'язує риси кожного стилю з особливостями його використання в сфері спілкування.

І. Р. Гальперін виділяє п'ять функціональних стилів: художній стиль, публіцистичний стиль, газетний стиль, стиль наукової прози, стиль офіційних документів [12]. І. В. Арнольд виділяє науковий, розмовний, діловий, поетичний, ораторський та публіцистичний стилі [2].

Британський лінгвіст Д. Крістал виділяє наступні функціональні стилі: регіональні, професійні, обмежені й індивідуальні стилі [58]. Р. А. Будагов виділяє два основні стилі: науковий і стиль художньої літератури [7].

Вивчивши і проаналізувавши різні класифікації функціональних стилів, розроблені лінгвістами, ми прийшли до висновку, що класифікація І. Р. Гальперіна найбільш точно розкриває це поняття і виділяє стилі з огляду на всі відмінні риси. Саме тому в нашій роботі ми віддаємо перевагу класифікації функціональних стилів, розроблених І. Р. Гальперіним [12].

Поряд з текстами наукової прози існує науково-популярний текст, що дозволяє в доступній формі донести інформацію про науково-технічні сторони життя до широкого кола читачів, які не є фахівцями в конкретній галузі наукових досліджень. Лінгвістичний статус науково-популярного тексту до сих пір не визначений. А. Н. Гвоздев пише: «Науково-популярна мова залучає широке коло читачів, незнайомих або малознайомих з науковими темами. Популярні книги, стилі, лекції не тільки прагнуть цілком доступно викладати матеріал, але і зробити виклад живим, захоплюючим. Внаслідок цього, з одного боку, не має широкого поширення термінологія, яка замінюється описами або пояснюється, замість абстрактних формул дається конкретний ілюстративний матеріал, з іншого, використовуються прийоми художньої мови, що надають викладу образність і емоційність» [14, с. 25].

Науково-популярний стиль розглядається як стиль, що «має свої особливості, своє «обличчя», що обслуговує сферу популяризації науки і виконує функції повідомлення і впливу відповідно до виділених академіком В. В. Виноградовим функцій мови в різних стилях» [1, с. 31].

В ході досліджень з даного питання Н. В. Позднякова також виділяє науковопопулярний стиль в самостійний стиль: «Широка мережа науково-популярних видань, важливість функцій, що реалізуються цими виданнями, унікальність стилю, особливий підбір лексичних та синтаксичних засобів - все це дає підстави розглядати та розглядати науково-популярний стиль не як різновид наукового стилю, але як сформована і добре функціонує в мовному незалежному стилі книжкової мови» [36, с. 9].

М. Н. Кожина виділяє п'ять функціональних стилів, кожен з яких поділяється на підстили: «Функціонально-стильове розшарування мови зручно представити у вигляді польового структурування, а саме так, що у кожного стилю є центр і периферія. Центр складають тексти, які найбільш чисто і повно есплікується специфікою даного функціонального стилю, а в області периферії знаходяться тексти, які менш чисто представляють його специфіку, тобто з видозмінами і нашаруваннями, в тому числі «запозиченими» від інших стилів, так як саме на периферії в прикордонній зоні спостерігається перетин функціональних стилів і найбільш можлива їх взаємодія» [28, с. 25]. Таким чином, М. Н. Кожина поділяє науковий стиль на підстили: науковий і науково-технічний, відзначаючи, що кожен з виділених підстилів може бути представлений в науково-популярному викладі [28].

М. С. Чаковська приходить до висновку, що «відмінності між різними типами наукової презентації можуть бути настільки значними, що стає можливим говорити про різні рівні єдиного функціонального стилю наукової мови» [51, с. 36].

О. Д. Мітрофанова зазначає, що метою науково-популярних текстів є не освоєння, а ознайомлення читачів-неспеціалістів з науковими відомостями в доступній формі, однак цього недостатньо для виділення науково-популярного стилю в самостійний функціональний стиль [33, с. 38].

Науково-популярний стиль зберігає ключові специфічні особливості, властиві науковому стилю: основні стилеутворюючі екстралінгвістичні фактори, зміст науково-популярних текстів, джерело знань. Н. М. Разінкіна в своєму

дослідженні пише про особливості науково-популярних текстів, таких як доступність, захопливість, образні засобів і емоційний виклад, врахування специфіки адресата, наявність оцінного аспекту у викладі і ін. Проте, згідно Н. М. Разінкіною, науково-популярні текст слід визначати як різновид наукового стилю [39].

Є. С. Троянська називає такі риси: «термінологічність, безособовість, частотність логічних сполучників, слів вказівного поля, деяких типів речень, конструкцій, що забезпечують оптимальність актуального членування, і т.д.» [50, с. 198]. Подібні якості відзначає і І. Р. Гальперін: «розвиненість системи сполучних елементів, використання термінів, переважно однозначне використання нетермінологічної лексики, широке використання речень-моделей, частотність безособових речень і пасивних конструкцій, наявність посилань, цитат, приміток» [12, с. 308].

До вище перерахованих характерних рис Д. Є. Розенталь додає використання абстрактної лексики і наявність власної фразеології, а також «використання більш коротких варіантних форм; вживання форми однини іменників в значенні множини; вживання абстрактних іменників у формі множини; різні типи складних речень, в яких часто зустрічаються складові підрядні сполучники» [40, с. 58-59].

У своєму дослідженні М. Н. Кожина вказує на наступні риси науковопопулярного тексту: «чіткий виклад наукових даних», «прагнення уникати широкого використання термінів»; «розкриття всіх можливих загальних положень на конкретних прикладах»; «прагнення до оригінальності, нешаблонний виклад»; «навмисне підкреслення ходу логічної думки спеціальними мовними засобами»; «використання різноманітних прийомів активізації уваги читача»; «незахаращеність» науковими фактами; необхідність давати «відпочинок» читачеві використанням різних паралелей і «вставок» наукового змісту»; «позачасове» значення форм дієслів (частотність теперішнього неозначеного часу) [28, с. 205].

На думку Ю. А. Алейникової, певною мірою всі зазначені риси «можуть бути властиві й науковому тексту, проте не носять в ньому такого загального і регулярного характеру як в науково-популярному» [1, с. 68].

Крім створення художньої і словесної образності, засоби виразності допомагають автору науково-популярного тексту надати інтелектуально-емоційний вплив. У науково-популярному тексті вплив на читача не є вихідною установкою, а продиктований комунікативним завданням науково-популярного тексту – повідомити інформацію про науково-технічну сторону життя в доступній формі.

До ознак, що характеризують як науковий, так і науково-популярний текст, є:

- термінологічність;
- основні стилеутворюючі екстралінгвістичні фактори;
- однозначне використання нетермінологічної лексики;
- використання пояснень: посилань, цитат, приміток; - основна комунікативна завдання.

Відмінність полягає лише в необхідності врахування специфіки адресата, наявності оціночного елемента, а також в тому, що науково-популярний текст виконує приватні комунікативні завдання (наприклад, вплив на читача).

Отже, науково-популярний текст є підстилем наукового стилю мовлення, містить наукові відомості для нефхівця в певній галузі знань і реалізує комунікативну настанову щодо задоволення його пізнавального інтересу.

1.1.1 Відмінність науково-популярного стилю від наукового

Головною метою науково-популярного стилю є «популяризація наукового знання для непрофесіоналів (науково-популярна література) або популярний виклад наукового знання з метою викликати бажану дію (реакцію) у читача (науково-популярна література)» [44, с. 11]. Тексти, які відносяться до науковопопулярного стилю, як правило, спрямовані на певний тип адресата

(читачанеспеціаліста), тим не менше, останнім часом науково-популярній літературі властиве розширення адресації.

Стиль сучасної англійської спеціальної, науково-технічної літератури базується на нормах англійської письмової мови з певними специфічними характеристиками, а саме, певними особливостями використовуваної лексики, граматичними конструкціями, способом подання матеріалу та стилістичними характеристиками. Однак науково-популярний стиль розрахований на широке коло читачів, тому він відрізняється від строго наукового простішим викладом наукових понять, спеціальних термінів [34]. Терміни, а разом з ними і відповідні їм поняття в одних випадках опускаються, в інших розкриваються описово і, нарешті, особливо важливі, але маловживані пояснюються безпосередньо по ходу міркування, пояснення.

У текстах науково-популярного стилю зазвичай уникають використання спеціальних умовних позначень, символів, формул, складних схем, таблиць, креслень. У той же час в них широко використовується загальнонаукова лексика. При популярному викладі науковий зміст певною мірою зникає: він спрощується, знижуються точність інформації, хоча деякі питання теорії, окремі наукові положення розкриваються докладно, ілюструються прикладами, автори привертають яскраві образи, порівняння. Однак головна перевага популярного викладу наукових істин в тому і полягає, що коло читачів, слухачів, глядачів, здатних користуватися цією науковою інформацією, стає значно ширшим.

Для мови науково-популярної літератури характерне вживання більш простих речень, рідше використовуються складні синтаксичні конструкції. Автор науково-популярного тексту приділяє пильну увагу читача, завдяки чому «створюється ефект присутності реального співрозмовника» [9, с. 46], імітується діалог між автором і читачем, з'являються риторичні питання, які зазвичай містять експресивно забарвлене заперечення. Також автори використовують пряме звернення до читача через імперативні конструкції. Науковий стиль і науковопопулярний підстиль, перебуваючи в близьких родо-видових відношеннях, мають у своїй основі як спільні риси (єдина цільова установка, загальна

комунікативна задача передача суми наукових знань), так і різні (приватні комунікативні завдання, різні сфери функціонування).

Науково-популярний стиль зберігає основні специфічні риси, характерні для наукового стилю: у науково-популярній літературі викладаються знання, отримані в галузі наукової діяльності; зміст науково-популярної літератури той же, що і у власне науковій літературі. Відмінність науково-популярного підстилю від власне наукового стилю в зазначених «додаткових», приватних завданнях комунікації: для науково-популярної літератури завданням є інформування неспеціаліста у доступній формі надійних наукових знань.

Науково-популярна мова має стилістично контаміновану природу. З одного боку, будучи різновидом наукового стилю, вона викладає наукову інформацію, тобто зміст науково-популярної літератури той же, що і власне наукової. З іншого боку, прагматика науково-популярного твору, «фактор адресата» визначає його специфіку, своєрідність його побудови як тексту «нежорсткого типу». У науковопопулярному творі експресивні синтаксичні засоби відіграють важливу роль у виконанні комунікативного завдання науково-популярного тексту, вони організовані в ньому на рівні всього тексту: виступають як засіб вираження і komponування подієвих, предметних і емоційно-оцінних компонентів тексту. Вони розташовуються в «вузлових» місцях науково-популярних творів: в заголовках, в абсолютному початку і кінці тексту, в місцях, де формулюється основна тема, ставиться проблема, вирішуються гіпотези і т. ін.

У науково-популярному підстилі проявляються стильові риси публіцистичного стилю. Головними рисами публіцистичного стилю, за спостереженнями Г.Я. Солганика та інших дослідників, є соціальна оцінність, поєднання експресії і стандарту, установка на новизну [46]. Серед мовних особливостей публіцистичного стилю зазвичай виділяють спонукальний характер мови, іменний характер мовлення, порівняно нескладні синтаксичні конструкції, велика кількість синтаксичних засобів мовної виразності; загальноповсюдну лексику; незвичайні слова і словосполучення; позитивної негативно оціночні слова; спеціальну лексику в переносному значенні; розмовну, побутову лексику і т. ін.

Отже, головною особливістю науково-популярного стилю є поєднання характеристик наукового (логічність викладу, об'єктивність) і публіцистичного (адресність, експресивність) стилів. У науково-популярних текстах викладається інформація, яку можна отримати в сфері наукової діяльності, відповідно їх зміст однаковий. Але, на відміну від наукового стилю, завдання науково-популярного полягає в тому, щоб донести максимально достовірну наукову інформацію в доступній полегшеній формі до читача-неспеціаліста.

1.2 Лексико-стилістичні особливості науково-популярного стилю

Основною функцією науково-популярного стилю є, як і в разі наукового стилю, передача логічної інформації та доказ її істинності, але відмітною особливістю даного типу текстів є також функція популяризації, тобто повідомлення наукової інформації неспеціалісту, який не володіє термінологією і не знайомий з системою основних понять. Передача наукових знань в доступному вигляді має на увазі використання особливих лексико-стилістичних засобів, які відсутні в власне-науковому стилі.

Популяризація полягає в поясненнях, методичних порадах, попередженнях. Науково-популярний текст не ставить за мету послідовно викладати наукові істини. Основна мета - ознайомити читача з науковими поняттями та явищами у зрозумілій для неспеціаліста формі. Отже, науково-популярний стиль відрізняється від наукового не тільки за системою доказів, відбором матеріалу, а й за мовним складом, стилем викладу.

Згідно М. Н. Кожіною, науково-популярний стиль характеризується наступними ознаками:

- 1) детальний виклад наукових даних, роз'яснення відомостей;
- 2) розкриття всіх можливих загальних положень на конкретних прикладах;
- 3) навмисне підкреслення ходу логічної думки спеціальними мовними засобами;

4) прагнення уникати широкого використання термінів, а при неможливному вживанні неодмінно роз'яснювати їх значення;

5) «не захарашення» науковими фактами, матеріалом дослідження; необхідність давати «відпочинок» читачеві використанням різних паралелей і «вставок» не власне наукового змісту;

6) використання різноманітних прийомів (в тому числі мовних) активізації уваги читача;

7) прагнення до оригінальності, нешаблонне вираження і ін. [28].

Крім того, серед характерних рис науково-популярного стилю викладу є:

- включення в розповідь ілюстрацій та прикладів для наочності;
- спрощення синтаксичних конструкцій, рідкісне використання складнопідрядних речень;
- термінологія замінюється поясненнями або розшифровкою значень в дужках;
- використання емоційно-оцінної лексики;
- активне використання засобів художньої виразності для додання тексту виразності та образності;
- допустимі засоби розмовного стилю;
- високий ступінь конкретизації тексту, деталі;
- нешаблонність викладу матеріалу, оригінальність, прагнення активізувати увагу читача;
- реферативність;
- використання засобів газетно-інформаційного, публіцистичного стилю;
- актуалізація уваги читача за допомогою різноманітних мовних прийомів

(тропи, питально-відповідні комплекси та ін.) [2]

На лексичному рівні можна виділити такі прийоми як:

- антитеза (використовується для уточнення матеріалу, сприяє більшій виразності тексту);
- повний / неповний лексичний повтор (експресивна функція);
- епітет (сприяє точності описів); - метафора.

На морфологічному рівні характерними засобами мови є:

- активне використання особових займенників (комунікативна функція, зближення з реципієнтом);
- форми теперішнього і тривалого часу (спрощення оповідання, більш жива мова).

На синтаксичному рівні мови спостерігаються такі явища:

- парцеляція;
- розповідь від першої особи; - питально-відповідні комплекси; - риторичні питання.

Лексику науково-популярних текстів умовно можна розділити на три пласти: загальнолітературну, загальнонаукову і спеціальну (термінологічну).

У порівнянні з власне науковим стилем, в науково-популярному тексті використовуються особливі прийоми подачі термінів. Зокрема, разом з типовими для наукового викладу дефініціями виду «родова ознака і видову відмінність», в текстах науково-популярного стилю зустрічається коротка розшифровка значення в дужках.

Стилістичні особливості науково-популярного стилю включають емоційний характер викладу наукової проблематики, аргументованість і точність, використання різних прийомів, що активізують увагу реципієнта, зокрема, інструментів оцінки, простих форм тощо.

Найхарактерніші риси науково-популярного тексту виявляються в синтаксичній структурі, оскільки вони важливі для комунікативного завдання.

Як правило, експресивні синтаксичні інструменти розміщуються в заголовках, на початку та в кінці тексту, в місцях формулювання основної теми, де ставиться проблема, вирішуються гіпотези тощо. При цьому вони служать як для

утворення комунікативно-дискурсивної рамки твору, так і емоційно-оціночної рамки, що мобілізує увагу і інтерес адресата, що виражає авторську оцінку і т.п. [28]

Таким чином, синтаксичні виразні засоби підпорядковуються одному прагматичному завданню пояснити науковою мовою складні наукові поняття, наочно їх продемонструвати.

Одним із поширених засобів образної виразності в науково-популярних текстах є метафори. Непередбачуваність і оригінальність цього тропу дозволяє вийти за межі звичних уявлень, асоціативне звернення до предмету сприяє кращому засвоєнню знань.

Провідною функцією метафори в науково-популярному тексті, є розкриття сутності наукового поняття, пізнавальна функція. Науковці зазначають, що метафора часто вводить науковий термін. Однак функції метафори в науковопопулярному викладі набагато різноманітніші: до метафори вдаються при введенні нового знання, а також для трактування старих, відомих наукових положень.

Крім того, метафори можуть виступати як конструктивний елемент, перегукуватися в різних місцях тексту, утворюючи цілісну систему. Цей прийом спрямований на пояснення складних процесів і розвиток наукової думки, він виконує так звану евристичну функцію.

Широке використання перифраз є прагненням автора науково-популярного тексту звернути увагу читача на риси явищ або предметів, що є важливими у пізнавальному сенсі. Також перифрази в тексті служать засобом усунення тавтології, невиправданих повторів, вони увиразнюють мовлення, створюють стилістичні ефекти, можуть ґрунтуватися на метафоричному чи метонімічному перенесенні, набувати емотивних і експресивних відтінків.

У науково-популярному тексті спостережено особливе інтонаційнопунктуаційне оформлення. Пунктуація допомагає передати циклічність мовлення, створити неочікувані паузи, що скеровують увагу читача на сприйняття

найбільш важливої інформації. Нагнітання однорідних виразних засобів, посилення чи применшення інтенсивності їхнього денотативного значення пов'язують зі стилістичною фігурою, що має назву градації.

Істотною відмінністю науково-популярного тексту є можливість використання в ньому гумору та іронії. Засобами іронії є невідповідність традиційних та ситуативних символів, звичного та епізодичного, прямого та опосередкованого значення мовних одиниць. Важливим засобом створення образності в науково-популярному тексті є епітет. Він дозволяє дати яскраву емоційну характеристику предмету чи явищу. Образність епітета великою мірою визначається його мовним оточенням. У науковому тексті епітет набуває нейтрального мовного забарвлення, входячи, як правило, у склад термінологічних словосполучень. Порівняння – один із розповсюджених прийомів у науковопопулярній літературі. При використанні аналогії та порівняння виникає можливість кращої популяризації складних явищ сучасної дійсності. За допомогою порівнянь можливе й роз'яснення наукової термінології. У науково-популярному тексті широко використовуються елементи розмовної мови. У текстах спостерігається характерна для розмовного мовлення тенденція до вільного потроєння мовних одиниць, вживаються okazionalni граматичні та лексичні конструкції. Автори науково-популярних текстів звертаються до фразеологізмів як до невичерпного джерела мовної експресії. Їх використання живить мовлення, надає йому розмовних якостей, робить авторську комунікацію природнішою.

Всі елементи композиційно-сислової структури тексту в науковопопулярному стилі підпорядковані рішення загального прагматичного завдання, такими елементами можуть бути заголовки, епіграф, який є свого роду інтродуктивним предтекстом.

Специфіка науково-популярного стилю і стилеутворюючі чинники обумовлені, перш за все, загальною спрямованістю на особливий тип адресата і необхідністю найбільш оптимального виконання основного завдання науковопопулярного тексту – популяризації наукового знання.

1.2.1 Мовні засоби науково-популярного стилю

Науково-популярний стиль знаходиться на периферії наукового стилю. Периферійне положення науково-популярного стилю обумовлено його комунікативною установкою і характером адресата.

Перед автором науково-популярного стилю стоїть двояка мета: не тільки викласти зрозуміло не для фахівця зміст наукового знання, а й зробити це зрозумілою мовою. Іншими словами, мова йде про так званій внутрішньо мовний «переклад» з одного стилю (власне наукового) на інший (науково-популярний) [29].

Такі особливості наукової мови, як абстрактність і узагальненість викладу досягаються винятком (або нейтралізацією) зі структури речення особистого суб'єкта дії. Здійснюється це широким використанням узагальнено-особових і безособових речень (інфінітивних) і пасивних зворотів з процесуальним значенням, в якому в центрі уваги опиняються не суб'єкти, а факти дії, пов'язані з ними; виклад в такому випадку набуває підкреслено об'єктивний характер.

To find the real aim of logistics, we must relate it to the wider objectives of the organization. (Неознчено-особове речення)

It takes many years to become a complete economist with a professional's command of the field. (Безособове речення)

Producers are concerned the US is flooding the market with subsidised fuel. (Пасивний стан)

Іншим засобом реалізації абстрактно-узагальненості викладу є широке вживання так званих номіналізованих структур, або іменних груп (наприклад: *strengthening of antimonopoly policy, providing the legal foundation and a social environment, mastering the tools of economic analysis, maintaining competition*), які є конденсатами відповідних дієслівних структур. Крім того, іменник або герундій, що знаходяться в центрі структури, не мають категорії часу, особи, числа, завдяки чому представляють дію більш узагальнено, без надмірної конкретизації.

Реалізації абстрактного узагальнення служить також й інший тип іменних груп (наприклад: *exert an influence upon, have an impact upon, make a choice, keep a record*), на яких семантика предикату виражена іменником, а дієслово виконує формальні функції вираження предикативного. Дані конструкції в порівнянні з відповідними дієслівними конструкціями не уявляють дію в його конкретній реалізації, а лише називають її.

Абстрагований характер викладу призводить до вживання неозначеного теперішнього часу (Present Simple), який зазвичай використовується при описі наукових фактів, явищ і законів.

Economics is a science of efficiency – efficiency in the use of scarce resources. In economics, the term efficiency refers to the use of resources so as to maximize the production of goods and services. More output from a given quantity of inputs designates an increase in efficiency.

Найважливішим засобом здійснення зв'язку між окремими реченнями є співвіднесеність порядку слів. Смисловий зв'язок між реченнями в науковопопулярних текстах полягає в тому, що в наступному реченні отримують інформативний розвиток певні компоненти змісту попереднього речення. Логіка смислового зв'язку порушується, якщо порядок слів у реченні не відповідає комунікативному завданню, що впливає з контексту. Щоб забезпечити недвозначність в передачі інформації, послідовність викладу, логічний розвиток змісту тексту необхідно дотримуватися вимогу структурної спільності фрагмента тексту. Вона повинна активно підтримуватися засобами вираження тематичної єдності: різного роду повторами так званих ключових слів.

У наступному фрагменті тексту, що описує такий економічний феномен, як безробіття, ключові слова *voluntary, involuntary unemployment* повторюються і заміщаються неодноразово. *According to the modern approach to unemployment which stresses the way people in the labor market are behaving, economists differentiate between voluntary and involuntary unemployment. The distinction between these types of unemployment is important because it may affect our value judgment about how much attention should be paid to the unemployment problem. When individuals are voluntarily*

unemployed, they reveal that they do better by being unemployed than by accepting the job. Involuntary unemployment means that people would like to work but can not find a job because there is excess labor supply. When unemployment is involuntary, people are suffering more and the case for helping them is stronger. In modern terminology, the frictional and structural types of unemployment are regarded as voluntary unemployment and the cyclical unemployment as involuntary one. Involuntary cyclical unemployment is much more than economic malady; it is a social catastrophe as well [56].

Логічність викладу досить дієво реалізується за допомогою спеціальних сполучних засобів. До них відносять сполучники, слова, близькі по значенню до сполучників, вступне слово і словосполучення і спеціальні конструкції зв'язку. Вони висловлюють певні логічні відносини між частинами інформації: відносини логічного обґрунтування, уточнення, пояснення, виділення окремого випадку, зіставлення, протиставлення, оцінку достовірності висловлювання і т. ін.

We study the demand and supply sides of markets separately, because each involves different groups of agents.

The notion of economic fluidity, however, goes beyond merely the generation and diffusion of ideas and technology within the existing economic structure.

The supply has decreased consequently the prices are higher. Resources are scarce relative to our desires, in other words, we can not produce everything we want in the quantities we want.

For instance, if an individual works in his own firm, then his labor is an input and it should be counted as part of the costs [56].

У прикладах *because* вказує на причину, *however* – на протиставлення, *consequently* – на слідство, *in other words* пояснює попередню інформацію, *for instance* вводить конкретний приклад.

Незважаючи на деперсоналізацію викладу в англомовному науково-популярному дискурсі цілком припустимі конструкції *I impose restrictions on..., In this essay I focus on how..., I needed to find the way to clarify...*

Простота і доречність в науково-популярному виданні певним чином пов'язана з використанням термінів. У складі термінологічної лексики можливо виокремити декілька шарів, що відрізняються за сферою вживання, змістом поняття, особливостями означеного об'єкта. Цей розподіл віддзеркалюється у розрізненні загальнонаукових термінів (*science, generation, technological, transportation*), що становлять основу науки в цілому, та спеціальних термінів (*emission, radio-frequency, sensitivity, psychiatrist*), закріплених за певними галузями знань. Термінологічна лексика дуже інформативна, тому її використання є необхідною умовою лаконічності і точності викладення якоїсь теми. Вимоги, що існують у сфері вживання термінів, залежать від освіти й вікових особливостей адресата. Тому введення термінів у текст повинно бути мотивованим, оскільки велика кількість термінів робить текст складним для розуміння. Метою сучасних досліджень у теоретичному плані стає визначення значимості певного тексту в культурі, його ролі в стратегіях розвитку людства, необхідності вибору цінностей для всебічного розповсюдження. Сучасний науково-популярний текст має уникати стереотипності, оскільки специфіка популярної манери оповіді визначає вираження індивідуально-авторського образу мислення. Метою автора є підбір слів і висловів, що можуть легко запам'ятатися, точно виражати поняття. В будь-якій мові існують слова, відображаючи унікальні для певної країни та культури концепції, так звані реалії, які не мають аналогів в інших країнах і культурах, але які ми завжди зустрічаємо в науково-популярній літературі. Така лексика є культурно специфічною і нерозривно пов'язаною з культурою країни та автором певного тексту.

Висновки до першого розділу

Науково-популярний стиль застосовується з метою доступного викладу інформації про наслідки дослідження для неспеціалістів і використовується в неспеціальних журналах та книгах, іноді навіть із використанням художнього та публіцистичного стилів.

Основні завдання та функції мови науково-популярного стилю полягають у тому, щоб не просто представити нову наукову інформацію, обґрунтувати її істинність - це функція власне наукового стилю); не лише ознайомити з основами науки у формі, яка сприяла б засвоєнню цих основ як методу подальшої пізнавальної діяльності в галузі - функція науково-освітнього стилю), але перш за все привернути увагу не- фахівців з актуальних проблем науки.

Науковий стиль і науково-популярний підстиль, перебуваючи в близьких родо-видових відношеннях, мають у своїй основі як спільні риси (єдина цільова установка, загальна комунікативна задача передача суми наукових знань), так і різні (приватні комунікативні завдання, різні сфери функціонування). Головною особливістю науково-популярного стилю є поєднання характеристик наукового (логічність викладу, об'єктивність) і публіцистичного (адресність, експресивність) стилів. У науково-популярних текстах викладається інформація, яку можна отримати в сфері наукової діяльності, відповідно їх зміст однаковий.

Лексику науково-популярних текстів умовно можна розділити на три пласти: загальнолітературну, загальнонаукову і спеціальну (термінологічну). Стилїстичні особливості науково-популярного стилю включають емоційний характер викладу наукової проблематики, аргументованість та точність, використання різних прийомів, що активізують увагу реципієнта, зокрема, інструментів оцінки, простих форм тощо. Найбільш характерні риси науково-популярного тексту проявляються в синтаксичній структурі, оскільки вони мають значення для виконання комунікативного завдання.

РОЗДІЛ II МОВНІ ТА ПОЗАМОВНІ КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ І ТАКТИКИ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

2.1 Особливості стратегій та тактик, їх характеристики

Сучасні дослідження показують, що «в медіатексті, як і в будь-якому іншому, відбивається не тільки результат, але і процес мовної діяльності суб'єкта по досягненню професійних цілей» [21, с. 22]. Відповідно перед лінгвістами постає завдання не просто вивчити змістовні і структурні особливості готового тексту, але і спробувати визначити мету і завдання його створення, відповідно до яких повідомлення будувалося, а також зрозуміти механізм мовного впливу на читача.

ЗМІ забезпечують процес масової комунікації та реалізують свій світоглядний ресурс, спрямований на «когнітивну обробку суспільства та особистості з метою формування особливої картини світу» [27, с. 12]. Дискурс засобів масової інформації чутливий до контексту реального соціального існування, позначеного соціальним фактом, а також до контексту сучасної ідеології. Він безпосередньо спрямований на суспільну свідомість та формування відповідної громадської думки.

Дискурс ЗМІ відрізняється своїм специфічним, масовим характером стосовно аудиторії і, відповідно, "середнім" (і в цьому сенсі спрощеним) його коду, що працює в режимі когнітивно-аксіологічних значень - концептуальних (ідентифікуючих), метафоричних, образно-символічне та цінне. Слово у засобах масової інформації орієнтоване на номінацію оцінки як боротьбу за основні цінності та метафору як "основну розумову операцію, як спосіб пізнання, структурування та пояснення світу" [31, с. 175], він відображає як особистісносемантичне, так і соціально-семантичне ставлення людини до дійсності.

Поняття "дискурс ЗМІ" позначає проблемне поле масової комунікації як процес обміну інформацією між усіма суб'єктами суспільства, спрямований на формування громадської думки про соціально значущий фрагмент соціального життя. Масова комунікація як вид мовленнєвої діяльності «є соціально обумовленим процесом, в якому ця функція актуалізується за допомогою різних засобів спілкування та каналів» [35, с. 141]. Як джерело соціально-масової комунікації виступає соціальний інститут або «колегіальний відправник» [37, с.

205], що виробляє в сукупності текстів певний тип свідомості та установку на той чи інший тип прагматики - цілі, вимоги в очікуванні.

Одержувачем повідомлення у ЗМІ є широка аудиторія - маса, у просторі ознак відносно неоднорідна, розсіяна, тому текст ЗМІ повинен бути зрозумілим для масового (середнього) споживача [43].

Мовленнєва діяльність в медіадискурсі завжди цілеспрямована і передбачає, в кінцевому підсумку, вплив на свідомість і вчинки цільової аудиторії за допомогою вербальних і невербальних засобів, що, в свою чергу, актуалізує «вивчення мовленнєвого впливу в ЗМІ і, зокрема, мовленнєвих механізмів впливу преси на той або інший соціум» [37, с. 205].

Під мовленнєвим впливом І. А. Стернін розуміє «вплив людини на іншу особу або групу осіб за допомогою мовних та супроводжуючих їх мовних невербальних засобів для досягнення мети, встановленої мовцем» [49, с. 51].

Актуальним для лінгвістів при аналізі медіадискурсу постає вивчення механізму мовленнєвого впливу: вербальних способів, засобів, прийомів, за допомогою яких здійснюється вплив на масову свідомість. Найбільш продуктивним способом такого аналізу бачиться опис і характеристика вербальної складової комунікативних стратегій для досягнення поставленої мети.

А. П. Сковородніков визначає це поняття наступним чином: «Мовленнєва (комунікативна) стратегія - це загальний план, або «вектор», мовленнєвої поведінки, який виражається у виборі системи продуманих поетапних мовленнєвих дій; лінія поведінки, прийнята на основі усвідомлення комунікативної ситуації загалом і спрямована на досягнення кінцевої комунікативної мети (цілей) у процесі спілкування [45, с. 6].

Мовна особистість реалізується у певному властивому їй стратегічному й тактичному комплексі, який передбачає наявність набору різнорівневих мовних засобів, необхідних для створення текстів. Підсумовуючи існуючі підходи до визначення комунікативних стратегій і тактик в цілому, і стратегії в науковопопулярному дискурсі зокрема, слід виділити наступні найбільш суттєві її дефініції. Стратегія розглядається як:

- 1) оптимальна реалізація намірів доповідача щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто управління та відбір ефективних комунікативних ходів та їх глибока зміна в конкретній ситуації;
- 2) особливий підхід до інтерпретації дискурсу і, ширше, підхід до комунікації, орієнтований на мовця, що керує використанням граматичного, лексичного, соціолінгвістичного та іншого знання при відтворенні та інтерпретації повідомлень у контексті;
- 3) “властивість когнітивних планів”, де під останнім розуміється спільна організація декількох послідовних дій, включаючи мету і цілі взаємодії;
- 4) “свого роду “наси́льство” над адресатом, спрямоване на зміну його моделі світу, на трансформацію його концептуальної свідомості”;
- 5) “ефективні шляхи досягнення комунікативних цілей”;
- 6) складова евристичної інтенції програм планування дискурсу, його проведення і керування ним з метою досягнення кооперативного результату, ефективності [47].

Стратегія означає оптимальну реалізацію намірів мовця, спрямовану на досягнення конкретної мети спілкування, узгодженої з особистими (статуснорольовими) та психологічними особливостями учасників комунікаційного процесу, завдяки комунікативному досвіду, що передбачає дотримання законів та норми у спілкуванні. Якщо стратегія є контролюючою комунікативну поведінку з пролонгованим характером, тактики являють собою систему дій з підготовки ефективної реалізації стратегії, що описують сукупність прийомів проведення бесіди і лінію поведінки на певному етапі. Тактика описує конкретні мовленнєві дії, що мають на меті досягнення впливу на певному (короткотривалому) етапі комунікації.

Як відомо, комунікативна стратегія відображає загальні прагмалінгвістичні принципи, що зумовлюють оптимальну реалізацією ілокутивних намірів, комунікативних інтенцій комуніканта щодо досягнення конкретної мети спілкування. Комунікативна тактика відповідає мовленнєвим прийомам, які визначають лінію поведінки комуніканта на певному етапі спілкування,

спрямованого на бажаний ефект, та виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення. Стратегія визначається як глобального рівня усвідомлення ситуації спілкування загалом, що реалізується за допомогою тактик, які є локальними риторичними прийомами й лініями мовленнєвої поведінки [48].

Вважається, що необхідність використання аргументів полягає в тому, що будь-яке твердження повинно базуватися на певних підставах, доказах [48, с. 106], інакше це сприймається як необґрунтоване твердження, якого недостатньо, щоб переконати співрозмовника підтримати позицію адресата. З огляду на прагматичну спрямованість аргументованого дискурсу, його ілокуційну функцію можна вважати переконливою. Переконливість позиції комуніканта досягається за рахунок його особливого психологічного стану, який характеризується впевненістю комунікатора, послідовністю аргументів, а також використанням опозиції та повторення як основних та універсальних методів аргументації.

Отже, в зв'язку з неоднозначністю поняття стратегія, складністю процес а комунікації, специфікою різних типів дискурсу і різноманіттям мовних засобів складання єдиної загальноприйнятої класифікації комунікативних стратегій являє собою складну задачу. Певну проблему представляє також осмислення відносин між поняттями стратегія і тактика, що тягне до використання додаткових термінів. З нашої точки зору, стратегія являє собою поняття високого рівня абстрактності, найбільш тісно пов'язане з метою дискурсу, тоді як тактика являє собою якесь проміжне поняття між стратегією і мовними засобами.

Формування та реалізація комунікативної стратегії включає наступні етапи:

- 1) визначення мети комунікації і вибір відповідної стратегії, планування мовленнєвого впливу;
- 2) поетапна реалізація стратегії і контроль над її здійсненням;
- 3) результат (перлокутивний ефект) реалізації стратегії.

Відповідно до названих етапів можемо виділити основні складові комунікативної стратегії:

1. Усвідомлення комунікативної ситуації.

2. Формулювання глобальної мети.
3. Вибір і планування етапів реалізації стратегії.
4. Вибір і організація мовленнєвих дій.
5. Керованість стратегії.
6. Спрямованість на перемогу.

У науці співвідношення понять «стратегія» і «тактика» трактується неоднозначно. Так, в роботі А. В. Ланських [31] всі визначення термінів «стратегія» і «тактика», витягнуті з досліджень останніх років, розділені на дві групи в залежності від співвідношення даних понять:

1. Стратегія розглядається як когнітивне утворення, тактика – мовне (Є. В.

Клюєв, В. С. Третьякова, М. Ю. Олешків, Н. І. Формановська).

2. Стратегія розглядається як генеральна інтенція, план, що співвідноситься з цілою комунікативною подією; тактика реалізує локальні інтенції в рамках певних етапів комунікативної події (М. Л. Макаров, Я. Т. Ритнікова, Т. В.

Матвеева).

На основі даного аналізу дослідник приходить до висновку, що в основі «неоднозначного прочитання термінів лежить суперечливе розуміння природи комунікативної тактики» [31, с. 32]. Одні дослідники відносять її до когнітивного рівня, інші до рівня мовної реалізації, тобто розглядають її як конкретне висловлювання. На наш погляд, справедливим є твердження про те, що комунікативна тактика і комунікативна стратегія системно пов'язані як частина і ціле [45], як завдання і мета комунікації: «Тактика співвідноситься з певним етапом в реалізації стратегії і спрямована на реалізацію окремого комунікативного завдання даного етапу» [45, с. 207]. Тактику необхідно розглядати як наступний нижчий рівень реалізації стратегії, що розгортається лінійно і реалізує останню: «будучи в якійсь мірі «частинами» стратегії і розвертаючись лінійно (у часі і просторі), тактики не передують стратегію, не становлять її, а реалізують» [22, с.

7].

У процесі дослідження комунікативних стратегій і тактик інтегруються лінгвостилістичний та прагматичний підходи, які слід використовувати для розгляду тих сфер спілкування, де адресат свідомо та цілеспрямовано планує свої комунікативні дії. Виявлення та опис комунікаційних стратегій та тактик у досліджуваному дискурсі дозволяє зрозуміти особливості мовленнєвого впливу адресата на адресата, простежити взаємозв'язок між інтенціональною складовою спілкування та вибором вербальних та невербальних засобів для його успішного здійснення.

2.2.1 Мовна реалізація комунікативних стратегій та тактик

Авторська модальність структурує текст, реалізує ставлення автора до інформації, вираженої в ньому, авторську інтенцію, його ціннісні орієнтації і переконання. Авторська присутність репрезентується різними мовними засобами, і проявляється не лише в наборі лінгвістичних одиниць, але в їх взаємодії і взаємозв'язку. У зв'язку з цим необхідно виділити єдині комунікативні стратегії автора, яким і підпорядковується організація всього комплексу мовних одиниць, що входять в систему, кожна з яких несе своє смислове навантаження, і вживання яких, відповідно, мотивовано.

Іншими словами, авторська модальність виражається через реалізацію комунікативних стратегій і тактик, а тому текстовий аналіз останніх здатний виявити характеристики авторської позиції, авторської модальності.

В останні роки спроби дослідити мовленнєву діяльність з позицій стратегічного підходу робилися в цілому ряді наукових робіт [30]. У більшості визначень мовна стратегія характеризується як «комплекс мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [23, с. 54]. Вчений детально аналізує поняття стратегій, під якими розуміє набір мовних прийомів, використовуваних мовцем і спрямованих на ефективне досягнення своєї мети.

Реалізація визначеної стратегії здійснюється, на переконання О.С. Іссерса, за допомогою конкретних комунікативних ходів, тобто тактик. Особистість в процесі взаємодії керується певними мотивами і потребами, в залежності від яких комунікативні стратегії бувають первинними і допоміжними. Особливої уваги потребують, на думку О.С.Іссерса, два комплекси передумов використання стратегій – комунікативні та когнітивні. Перші пов'язані з ситуаціями, коли ми стикаємося з навмисним чи мимовільним недотриманням комунікантами принципу кооперації в спілкуванні, другі вказують на імпліцитний персуазивний потенціал будь-якого акту комунікації, покликано впливати на структурування світу реципієнтом.

Розглянемо деякі найбільш поширені підходи до трактування стратегій і тактик, з якими можна погодитися лише частково. Іноді під стратегією розуміється ланцюжок рішень мовця, комунікативний вибір тих чи інших мовних дій та мовних засобів. Інша точка зору пов'язує стратегію з реалізацією комплексу цілей у структурі спілкування. На думку М. Л. Макарова, ці два підходи не суперечать один одному, а доповнюють один одного, вони разом набагато повніше розкривають природу природного мовного спілкування і його будову. Кожне висловлювання, як і їх послідовність, виконує безліч функцій і переслідує безліч цілей, в зв'язку з чим мовцем обираються мовні засоби, які оптимально відповідають наявним цілям [32, с. 193].

У широкому сенсі комунікативна стратегія визначається як якийсь тип поведінки одного з партнерів в конкретній ситуації діалогічного спілкування, який обумовлений і співвідноситься з планом досягнення комунікативних (або глобальних) цілей в рамках типового фреймового сценарію [26, с. 3]. Т.В. Романова вважає, що мовна стратегія мовця як складова плану реалізації іллокутивного потенціалу типового функціонально-семантичного поля розкриває через певні мовні форманти (показники) ієрархічне відношення між глобальними (основними) і тактичними (локальними) цілями. Як тип мовної поведінки стратегія може бути представлена у вигляді набору деяких конститuentів – дій, що співвідносяться з планом, цілями і умовами їх досягнення. Тому стратегію слід розглядати як деяку

проспекцію того, як різні цілі можуть і повинні бути досягнуті і який набір дій необхідний для цього [41, с. 104].

Часто стратегії відносять до глобального рівня усвідомлення ситуації спілкування загалом, називаючи тактику місцевими риторичними прийомами та лініями мовленнєвої поведінки [54 с. 28]. Вважається, що комунікаційна стратегія характеризується гнучкістю та динамікою. У процесі спілкування воно зазнає постійного коригування та зміни в контексті дискурсу.

Н.П. Формановська вважає, що стратегії пов'язані із загальною ідеєю кінцевої мети спілкування, тактика складається з конкретних мовних ходів, що відповідають загальній стратегії [Цит. для 53].

Володіння стратегіями і тактиками є частиною прагматичної компетенції мовця: чим компетентніше він володіє мовою та мовою, застосовує постулати та правила спілкування, тим різноманітнішими та гнучкішими є його стратегії та тактики і тим успішніше він досягає його цілі. Чим формальніше середовище спілкування та соціальні ролі доповідачів, тим жорсткіші сценарії, стереотипність їхніх рамок та жорсткіший контроль над стратегіями та тактиками.

Стратегічний план і тактичні кроки тісно пов'язані. Стратегічна мета може бути спрямована на отримання авторитету або бажання догодити; передати партнеру нові знання, змінити його світогляд; створити гарний настрій (або змінити на краще); залякувати партнера, позбавити його свободи та здатності чинити опір, вивести з психологічної рівноваги; переконати щось зробити, застереження від необдуманих вчинків; утримуватися від критики, підбурювати до чого-небудь, до практичного бажання підвищитися тощо [, с. 72].

Стратегічний план може бути реалізований за допомогою ряду тактичних кроків. Ланцюг тактичних ходів формує набрані тексти спілкування за сценарієм комунікативних епізодів. В.Б. Кашкін вважає, що комунікативна стратегія - це частина комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій для досягнення певної комунікативної мети використовується низка різних вербальних та невербальних засобів [27]. Стратегія - це загальна система поведінки, яка може включати відхилення від мети на окремих етапах. На думку В. Б. Кашкіна,

комунікативна тактика, на відміну від стратегії, як загальної комунікативної поведінки, може розглядатися як сукупність практичних ходів у реальному процесі мовної взаємодії. Комунікативна тактика - це менший масштаб розгляду комунікативного процесу в порівнянні з комунікативною стратегією. Він корелює не з комунікативною метою, а з набором окремих комунікативних намірів [27].

На думку Т.Є. Янко, комунікативна стратегія мовця полягає у виборі комунікативних намірів, розподілі квантів інформації за комунікативними складовими і виборі порядку проходження комунікативних складових в реченні.

Комунікативна стратегія включає в себе:

- 1) вибір глобального мовного наміру, наприклад наміри виступити з повідомленням або констатацією факту, задати питання, звернутися з проханням;
- 2) відбір тих компонентів семантики речення і екстралінгвістичної конситуації, які відповідають модифікуючим комунікативним значенням;
- 3) визначення того, який обсяг інформації припадає на одну тему, одну РЕМУ і т.д.;
- 4) співвіднесення квантів інформації про ситуацію з станами свідомості співрозмовників і фактором емпатії;
- 5) визначення порядку проходження комунікативних складових;
- 6) налаштування комунікативної структури речення на певний комунікативний режим, стиль і жанр [54, с. 38].

На структуру мовної стратегії впливають системи цінностей, переконань, соціальних норм і конвенцій, що складають у сукупності диспозицію особистості [57, с. 73]. Однією зі складових механізму мовних стратегій є цілепокладання, що включає вибір однієї з безлічі цілей, перетворення мотиву в мотив-мету, виділення проміжних цілей. До стадії формування також відноситься оцінка ситуації. Процес вербалізації відповідає стадії виконання. В ході інтеракції можуть проводитися перегляд плану, різного роду корекції. В результаті взаємодії партнерів їх мовні стратегії можуть змінюватися.

Згідно з І. В. Сорокіним, стратегії комунікантів складаються з послідовності конвенційних комунікативних кроків (мовних дій) і комунікативних ходів (реплік), утворених на базі певних тактичних мовних прийомів [48].

У нормативному спілкуванні існують жорсткі, м'які та гнучкі дискурсивні стратегії. Поняття жорсткої дискурсивної стратегії закладено в лінію мовної поведінки особистості, яка в будь-якому комунікативному середовищі навмисно порушує принципи, норми та домовленості спілкування з метою досягнення мети в найкоротші терміни. М'яка дискурсивна стратегія - це лінія мовної поведінки особистості, яка в будь-якому комунікативному середовищі для досягнення мети прагне дотримуватися принципів, норм і умов спілкування. При реалізації гнучкої дискурсивної стратегії, залежно від комунікативної ситуації, мовна особистість або свідомо порушує принципи, норми та домовленості спілкування, або прагне їх дотримуватися [63, с. 469].

Вислови, що розглядаються з точки зору мовної діяльності, та її приватні прояви - конкретні мовні дії - мають структуру, основними компонентами якої є оцінка мовленнєвої ситуації, формування завдання дії та вибір мовних засобів. В оцінці оратора спостерігається орієнтація на слухача. Залежно від очікуваної або здійсненої в процесі вираження реакції слухача перераховані компоненти структури мовленнєвої дії можуть бути модифіковані [4, с. 56].

На відміну від стратегій, тактик, узагальнення яких є принципами спілкування, встановленими культурою. Вони орієнтовані на багато параметрів одержувача та умови спілкування. Тактика співвідноситься з конкретними мовними діями чи рухами і визначається соціально-психологічними параметрами. Таким чином, стратегії відводиться комунікативна роль в епізоді спілкування, а проектуванню комунікативної ролі - тактична характеристика. Завдання ініціатора спілкування - вибрати хорошу тактику для стратегії.

Отже, комунікативна тактика входить до складу стратегії як приватна по відношенню до цілого, являє собою складну комунікативну одиницю і визначається Є. М. Верещагіним як «однорідна по інтенції і реалізації лінія поведінки комуніканта, що входить в його зусилля заради досягнення стратегічного

перлокутивного ефекту» [8, с. 525]. Основна функція тактики в умовах спілкування – забезпечення максимально адекватної реалізації стратегії. Інакше кажучи, з величезної кількості варіантів мовної реалізації мети, комунікант обирає такі засоби її досягнення, які будуть найбільш прийнятні і успішні в даній комунікативній ситуації з урахуванням всіх параметрів цієї ситуації і в кінцевому рахунку призведуть адресата до потрібної дії.

Тактика є індикатором комунікативної мети, тобто, спостерігаючи за нею, можна виявити реальні наміри мовця [16], оскільки це практичний інструмент мовця.

Наведемо базові стратегії і тактики, що використовуються в науковопопулярних медіатекстах.

1. Стратегія інформування та тактики її реалізації.

Однією з комунікативних стратегій автора науково-популярного медіатексту є стратегія інформування – недвозначного, об'єктивного і несуперечливого донесення до читача змісту тексту. Прагнучи до нейтральності, уникаючи суб'єктивності, автор переслідує певну мету – бути достовірним і привернути увагу читача саме до цієї інформації. Авторська оцінка практично відсутня або виражена побічно. У текстах інформаційного характеру автору необхідно не тільки повідомити щось нове, описати існуючий стан справ, а й залучити і переконати реципієнта, що повідомлення – не плід його фантазії, а може бути підкріплено відомостями з надійних джерел. Інформація повинна бути максимально прозорою для читача і не викликати сумнівів у своїй істинності. У зв'язку з цим, всі його заяви супроводжуються різного роду засобами, що підкріплюють факти – ці засоби і являють собою тактики. Це:

- цитатія авторитетних джерел; реалізується ця тактика за допомогою вступних конструкцій і предиката з відповідним суб'єктом (займенником або власним ім'ям);

- оперування статистичними даними. Цифри мають потужний сугестивний потенціал і дозволяють автору надавати будь-кому голослівні

твердження. Щоб повідомлення було сприйнято адресатом адекватно і з усією серйозністю, автор тексту наводить статистичні дані. Статистика може бути представлена у вигляді графіків, діаграм і таблиць, або ізольовано в вигляді цифрових даних з відсиланням до джерела. Статистичні дані – ефективний спосіб подачі інформації в доступному вигляді, що сприяє її засвоєнню.

Стратегія переконання і тактики її реалізації. Якщо в текстах переважно інформаційної спрямованості автор обмежується удаваною відмовою від висловлення своєї позиції, оскільки виконує завдання «залучити й утримати увагу релевантною інформацією», то в статтях аналітичного типу автор безпосередньо націлений на переконання, створення необхідного для автора психологічного настрою читача. Відповідно, при реалізації стратегії переконання сильно виражена, в тому числі, і лексико-синтаксично, авторська установка на експлікацію своєї думки, яка визначає і характер провідних мовних тактик.

Тактика звертання до логічних аргументів – одна з головних тактик, що застосовуються автором у науково-популярних тестах. Роблячи заяву, автор негайно пояснює, на чому ґрунтується таке твердження, наводячи аргументи на його підтримку.

Тактика використання логічно вивірених аргументів характерна як домінуюча саме для текстів, де переважає аналітичний початок, але не для текстів з інформативною домінантою.

Апеляція до думки експертів – друга за частотою тактика в реалізації стратегії переконання. В науково-популярній статті автор виступає не просто як інформатор, але як аналітик, що володіє діловою компетенцією і здатний оперувати знаннями предметних областей бізнесу / науки / фінансів. Проте, при вираженні певної ідеї, автор вважає виправданим для більшої переконливості звертатися до слів фахівців в даній області.

Подання статистики і різних графічних даних є однією з основних тактик, що застосовуються в науково-популярному тексті при актуалізації стратегії інформування. Кожна стаття рясніє графіками, таблицями, діаграмами з

відсиланням на джерело, які дозволяють автору наочно передати ідею і продемонструвати свою позицію.

Тактика апеляції до фактів і реалій – невід'ємна частина будь-якої науковопопулярної статті.

В якості ще однієї тактики, що реалізує стратегію переконання, виступає тактика звернення до прецедентних подій і явищ. Тут мова йде про історичний досвід, позитивні або негативні приклади з минулого, до яких автор неодноразово відсилає для переконання читача, аргументації і демонстрації того, що певні рішення, прийняті в свій час, не виправдали себе (або, навпаки, виявилися цілком розумними) і тому не повинні повторюватися, і відповідно їх необхідно засвоїти в якості хороших уроків.

Тактика пошуку винних в обставинах, що склалися – улюблений прийом, який застосовується авторами при вибудовуванні міркування на певну тему і при вираженні своєї позиції.

Отже, стратегії та тактики мовної поведінки є планом мовних дій, згідно з яким учасники спілкування реалізують свої комунікативні та практичні цілі і завдання.

За даними Манана, комунікативна стратегія включає такі структурні компоненти:

- вибір загального мовленнєвого наміру, такого як намір зробити заяву, поставити запитання, зробити запит, запропонувати пропозицію тощо;
- вибір семантичних компонентів висловлювання, а також екстралінгвістичної обстановки, що відповідає модифікуючим комунікативним значенням;
- визначення обсягу обліку інформації для однієї теми, однієї реми (пояснювальна / контекстна інформація) тощо;
- визначення послідовності компонентів спілкування (наприклад, якщо мовець глибоко вражений тим, що відбувається, він або вона може почати речення з реми, переносячи тим самим тему в кінцеве положення);

- коригування комунікативної структури речення, встановлюючи тим самим конкретний комунікативний режим (діалог, розповідь, вербалізація написаного тексту), стиль (епос, розмовний стиль) та жанр [65].

Хоча мовленнєва стратегія називається сукупністю мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загальної комунікативної задачі мовця, мовленнєву тактику слід розглядати як одну або декілька дій, що сприяють реалізації відповідної стратегії.

Кожна тактика покликана виражати конкретний комунікативний намір мовця. Кожна конкретна комунікативна тактика реалізується для модифікації параметрів взаємодії за призначенням доповідача, зміни оцінок та переформування всієї мовної ситуації. Комунікативна тактика – це сукупність мовленнєвих дій, що виконуються комунікаційними суб'єктами в різній послідовності для того, щоб реалізувати чи не реалізувати комунікативну стратегію, яка відповідає певним правилам або всупереч цьому. Хоча комунікативні стратегії по суті окреслюють загальну траєкторію динаміки діалогу, комунікативна тактика розкриває спосіб реалізації відповідної стратегії в кожному стані розвитку даної комунікативної ситуації.

Стратегії, розгорнуті в рамках спілкування, можуть бути (а) дискурсивними стратегіями, що окреслюють структуру та послідовність комунікативних взаємодій; (б) риторичні стратегії, реалізовані явно та неявно з метою впливу на реципієнта; або (с) компенсаційні стратегії, що використовуються для виправлення різних можливих мовних помилок та комунікативних невдач [64].

Дискурсивні стратегії регулюють організацію та хід міжкультурного спілкування. Це стратегії, які позначають початок, перебіг та завершення взаємодії, зумовлюють її розвиток, регулюють мовленнєві дії суб'єктів, виражаючи очікування мовця щодо поведінки одержувача, направляючи його до вже існуючих знань, сформованих на основі особливостей соціального та професійного походження для полегшення належного сприйняття наданої інформації. На рівні мовних уявлень дискурсивні стратегії актуалізуються через сигнали

структурування тексту. Найпоширенішими сигналами є сигнали, що вказують на початок і кінець тексту, зміну ролей, зворотній зв'язок та участь учасників [68].

У цьому дослідженні комунікативна стратегія розглядається як частина комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій змінні вербальні та невербальні засоби використовуються для досягнення конкретної комунікативної мети з урахуванням комунікативної установки та особистих особливостей суб'єктів спілкування. Ключовою функцією, яку виконує комунікативна тактика, є реалізація відповідної комунікативної стратегії, що означає, що всі вони співвідносяться з конкретними комунікативними намірами. Тактика, яка допомагає досягти подібних цілей, інтегрується в групи. Кожна стратегія включає ряд тактик (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 Перелік стратегій, що перешкоджають та сприяють співпраці у взаємодії

Стратегії	Тактики
Стратегії, що заважають співпраці	
Ухилення	Зміна теми / Уникнення відповіді
Відкрита негативна відповідь	Заперечення / обурення / відмова / посилення на неможливість виконати запит / невмотивована відмова
Зниження статусу одержувача	Звинувачення / Вирок / Докір / Насмішки / Зневага
Комунікативне протистояння	Незгода / Небажання підтримувати розмову
Стратегії, що сприяють взаємодії	

Солідарність	Прохання поділитися судженням / Демонстрація готовності до співпраці / Заспокоєння / Інтимна взаємодія / Прохання про емоційну підтримку
Масштабування статусу одержувача	Вираження інтересу до змісту бесіди / Похвала / Комплімент
Встановлення позитивної взаємодії режиму	Вираження позитивного емоційного стану / Позитивне твердження / Емоційна підтримка

Таким чином, можна визначити стратегію, яка складається з певного набору тактик, які, в свою чергу, складаються з комунікативних ходів, розглядаються як інструменти, що застосовуються для реалізації конкретної тактики мовлення. Огляд літератури, що дає уявлення про використання комунікативних стратегій і тактик, показав, що їх уніфікована класифікація залишається предметом суперечок, оскільки комунікативна поведінка людей зумовлена різними факторами.

2.2.2 Позамовні стратегії і тактики

На сьогоднішній день ще не створено загальноприйнятої типології комунікативних стратегій. Тому існує проблема вибору оптимальних критеріїв для стратифікації різноманітних комунікативних ситуацій [67]. Найбільш загальною є класифікація Т. ван Дейка та В. Кінча, які з огляду на розуміння дискурсу й характер процесів походження виокремили:

- Стратегії речень. Вони передбачають побудову речень на основі семантичної інтерпретації, тобто упізнавання синтаксичних структур та значень слів.

- Стратегії локальної когерентності (зв'язності). Дані стратегії направлені на встановлення зв'язків між фактами, викладеними у реченнях, на основі їх лінійного впорядкування, експліцитних засобів зв'язку і знань, які були одержані з попередніх речень та зберігаються у довготривалій пам'яті;
- Макростратегії. Вони дозволяють створити згадану вище послідовність макроречень таким чином, щоб адресат зміг здогадатися про загальну тематику повідомлення отримавши лише мінімум інформації з перших речень.
- Схематичні стратегії. Дані стратегії пов'язані з наявністю традиційних форм організації макроречень, які забезпечують узагальнений синтаксис значення та саму макроструктуру тексту повідомлення.
- Продукційні стратегії. Вони передбачають складання плану семантичної макроструктури повідомлення базуючись на елементах спільного знання комунікантів та комунікативного контексту і на відборі інформації, яка викладається у реченнях, на локальному рівні. Це в результаті може змінити макроструктуру та формулювання поверхневих структур із різними прагматичними, семантичними і контекстуальними даними.
- Стилістичні стратегії. Такий вид стратегії дає змогу добирати та пояснювати мовні засоби з огляду на контекстуальну інформацію (напр., типи комунікантів, формальність спілкування тощо). Це забезпечує стилістичну зв'язність мовлення, дотримання певного регістру.
- Риторичні стратегії. Вони збільшують ефективність вербальної комунікації і сприяють розумінню дискурсу, звертаючи увагу на важливі поняття, засоби глобального і локального зв'язку, прагматичні аспекти тощо.
- Невербальні стратегії. Їх необхідність полягає у опрацюванні невербальної інформації (напр., міміка, жести, постава).
- Конверсаційні (розмовні) стратегії. Вони реалізують комунікативні і соціальні функції дискурсивних одиниць, мовленнєвих актів або речень. Це означає, що вони забезпечують позмінне виконання вимог мовця залежно

передусім від соціальних характеристик комунікантів та від невербальної інформації спілкування та особливості ситуативного контексту [19].

Проведемо аналіз невербальних складників комунікації. Закономірним є звернення до вивчення невербального складника комунікації тому, що невербальні компоненти є базовою частиною нашого життя і майже неможливо не вживати їх у процесі спілкування [18, с. 59]. Невербальний знак розуміється як невід'ємний універсальний засіб для комунікації в той час, як «усі невербальні дії, якими б короткостроковими та малими вони не були, є частиною комунікативного ходу в певній ситуації спілкування» [18, с. 85].

Суттєвий інтерес до вивчення невербальних компонентів комунікації та специфіки їх функціонування в процесі комунікативної взаємодії пояснюється тим, що процес реалізації своїх комунікативних потреб мовцем – це розгортання великої сукупності семіотичних засобів, серед яких вербальне спілкування є лише верхівкою айсберга і має доповнюватися аналізом інших паравербальних форм спілкування, які також використовуються [17, с. 21].

У сучасному мовознавстві існує думка про те, що невербальні засоби комунікації є у пріоритеті над вербальними. Це полягає у тому, що під час комунікативної взаємодії реципієнт схильний довіряти більше невербально репрезентованій інформації, ніж повідомленням словесним. Невербальні засоби дають адресату можливість судити про правдивість адресанта та щирість його повідомлення, що виражене вербально [16]. Прояви мови тіла обумовлюються імпульсами підсвідомості і відсутність можливості їх підробити дає можливість довіряти цій мові значно більше, ніж звичному для людини, вербальному каналу спілкування. В цьому й полягає особливість мови тіла.

Роль невербального компонента у спілкуванні оцінюється так високо, що О. О. Селіванова зробила висновок, що в чистому вигляді вербальна комунікація неможлива [42, с. 91]. У мовознавчій літературі також існує твердження про те, що невербальні компоненти не є інтегрованими у вербальну структуру, а навпаки, вербальний компонент входить органічно у невербальну сферу комунікації як дещо первинне [38, с. 20]. Отже, можна констатувати, що невербальні компоненти

комунікації отримали статус лінгвістично значущого феномену тому, що їх залучення до ряду пріоритетних напрямків лінгвістичних досліджень забезпечує більш свідоме і повне розуміння моделей комунікативної взаємодії.

Проаналізована концепція представлена в лінгвістичних дослідженнях такими визначеннями:

- невербальні засоби, що супроводжують мовне спілкування та беруть участь у передачі інформації;
- комплекс компонентів немовного характеру, які мовець утворює в результаті фізичної (а саме голосової та жестово-рухової) діяльності в момент комунікації та використовує разом із вербальними засобами за допомогою набуття ними комунікативної значущості під час спілкування;
- елементи комунікативного коду, які мають немовне (але знакове) походження і разом із засобами мовного коду слугують для створення, передачі та сприйняття повідомлень [53].

Специфікою невербальних компонентів комунікації є те, що вони раніше формуються, ніж вербальна частина висловлення. Вона накладається на виражену раніше невербальну частину [43].

На позначення елементів, які мають немовне (але знакове) походження і використовуються комунікантами під час спілкування, використовується термін «невербальні компоненти комунікації». Цей термін розглядається як комунікативно значимі елементи немовного характеру, що створюються мовцем у процесі спілкування і одночасно із вербальними компонентами використовуються для створення, передачі та сприйняття повідомлень, а також маніфестації реального емоційного стану мовця.

НВК (невербальний компонент комунікації) існує для полегшення процесу сприйняття вербально вираженої інформації та забезпечує партнера зі спілкування знаннями про:

- 1) особистість мовця (емоційний стан у цій ситуації, темперамент, особистісні якості, самооцінку, комунікативну компетенцію, належність до певної групи або субкультури, соціальний статус);
- 2) стосунки комунікантів (емоційну й соціальну близькість чи віддаленість, динаміку та характер стосунків);
- 3) ставлення інтерактантів до конкретної ситуації (спокій, комфортність, зацікавленість чи, навпаки, бажання закінчити розмову) [43].

Основними ознаками НВК є:

- 1) ситуативність. НВК завжди обумовлені певними обставинами, за яких відбувається процес спілкування. НВК вказують на емоційний стан адресанта в певний момент мовлення і в певній ситуації та, відповідно, декодуються адресатом у межах конкретного контексту спілкування;
- 2) неструктурованість. На відміну від мовлення, яке ділиться на речення та слова, НВК являється недискретними елементами, їх неможливо поділити на окремі складники. Це прояв темпераменту людини, її самооцінки та емоційного стану;
- 3) багатозначність. В залежності від конкретної комунікативної ситуації, один НВК може мати кілька значень;
- 4) поліфункціональність. В залежності від мети спілкування, невербальні компоненти комунікації здатні виконувати різні функції в процесі комунікативної взаємодії [43].

Не існує єдиної думки стосовно сутності та кількості функцій НВК у сучасній мовознавчій науці. І. Н. Горелов вважає, що невербальним компонентам комунікації властива здатність виконувати будь-яку функцію мови: емотивну (грюкнути дверима); комунікативну (кивнути головою у відповідь на запитання); контактовстановлювальну (поскрипування стільцем, щоб розбудити партнера з комунікації); апелятивну (взяти за руку) волюнтативну (погляд, який виражає наказ); та репрезентативну (блиск в очах, що маніфестує ставлення до предмету мовлення) [16, с. 26–27].

Усі функції, які НВК виконують під час комунікативної взаємодії, діляться на три групи. До першої групи, що пов'язана з ситуацією спілкування, відноситься функція вираження міжособистісного ставлення комунікантів один до одного, функція самопрезентації співрозмовників та функція експлікації емоційного стану мовців. До складу другої групи відносяться функція доповнення чи заперечення вербально вираженої інформації, функція підтримки зворотнього зв'язку з партнером із комунікації, функція регуляції обміну репліками та функція сигналізації про уважне розуміння співрозмовником повідомлень мовця. Головною рисою третьої групи функцій є здатність НВК до заміщення інформації, яка виражена вербально. Дану групу утворюють функція сигналізації про стан нервової системи мовця та функція використання невербальних знаків у якості інших знакових систем [24].

В. О. Лабунська виділяє п'ятнадцять функцій невербальної поведінки особистості в процесі спілкування. Вона стверджує, що НВК:

- 1) утворюють образ партнера з комунікації;
- 2) виконують функцію прояву ставлення партнерів один до одного, що спочатку проявляється в позах, погляді, жестах, а вже потім у словах;
- 3) являються засобом регуляції просторово-часових параметрів в спілкуванні;
- 4) підтримують потрібний рівень психологічної близькості між учасниками спілкування;
- 5) являються засобом маскування «Я-особистості»;
- 6) сприяють ідентифікації партнерів спілкування;
- 7) виконують функцію соціальної стратифікації;
- 8) являються показником статусно-рольових відносин;
- 9) показують якість і зміну стосунків співрозмовників та регулюють ці взаємовідносини;
- 10) являються індикаторами дійсних психічних станів особистості;

- 11) виконують функцію економії мовленнєвого повідомлення;
- 12) виступають як уточнення, зміна розуміння вербального повідомлення, посилюють емоційне насичення висловлення;
- 13) контролюють афект, його нейтралізацію або створення соціально значущого афектного ставлення;
- 14) виконують функцію полегшення, розрядки, контролюють процес збудження;
- 15) являються одним із показників загальної психомоторної активності мовця (темп, інтенсивність, амплітуда, гармонійність рухів) [30, с. 33].

Ученими виокремлюються чотири основні функції, які невербальні компоненти виконують стосовно вербальних:

- 1) заміщення вербального повідомлення;
- 2) заперечення вербального повідомлення;
- 3) доповнення вербального повідомлення (у тому числі його посилення та дублювання);
- 4) регулювання перебігу розмови [30].

Не існує єдиної думки щодо типології невербальних засобів комунікації у мовознавчій науковій парадигмі. Більшість наведених класифікацій утворюються з огляду на сенсорні системи утворення та сприйняття НВК.

Всі невербальні компоненти комунікації І. Н. Горєлов поділяє на три групи:

- 1) фонаційні;
- 2) пантомімічні або міміко-жестові;
- 3) змішані (тобто ті, які мають ознаки і першої і другої груп) [16, с. 74–75].

І. І. Серякова представляє невербальну систему семіотичним полем, що складається з однієї ядерної зони (погляд), п'яти повноцінних зон (жест, поза, голос, відстань, усмішка), десяти інтегративних приадерних зон та однієї периферійної зони (артефакти) [43, с. 86].

Л. В. Солощук виокремлює кінесичні, проксемічні комунікативні компоненти базуючись на основні початкових систем утворення та сприйняття немовних компонентів функціонально-динамічного характеру (акустичної та зорової). Ситуативні компоненти статичного характеру (одяг, аксесуари, зачіски), які можуть потенційно впливати на процес спілкування та регулювати його, науковець визначає як надвербальні компоненти [47, с. 15].

Невербальні компоненти комунікації відіграють пряму роль у гармонізації стосунків між учасниками спілкування і досягненні ними примирення тому, що вміння читати мову тіла є важливою умовою взаєморозуміння [47]. Розуміння НВК, що йдуть разом з вербально вираженим повідомленням, зводить до мінімуму можливість помилкового декодування висловлення. Відсутність невербального оформлення повідомлення може спричинити відповідний брак сфери спілкування.

2.3 Комунікативні стратегії і тактики в науково-популярному стилі

Завдяки розвитку Інтернет-технологій отримання знань стало більш доступним, популярні наукові статті стали широко поширеним явищем. У зв'язку з чим ряд останніх досліджень в області комунікативної лінгвістики зосереджені на особистості автора. Комунікативна поведінка автора, що включає стратегічний інструментарій, стає об'єктом пильної уваги лінгвістів.

Як зауважує В.І. Карасик, потрібно врахувати, що, якщо «учасниками наукового дискурсу є дослідники як представники наукової громадськості, характерною особливістю цього дискурсу є принципова рівність усіх учасників наукового спілкування» [25, с. 37].

На думку Є. Б. Нагієвої, специфіку науково-популярного стилю «багато в чому визначає переклад спеціальної наукової інформації на мову неспеціального знання» [34, с. 13]. Відповідно, основним завданням мовця є досягнення розуміння інформації адресатом.

В цілому умови і параметри цього типу комунікації достатньо вивчені з позиції теорії дискурсу, теорії комунікації, комунікативно-дискурсивної лінгвістики, прагмалінгвістики, психолінгвістики, соціолінгвістики (Н.Д. Арутюнова, Т. М. Астафурова, І. М. Горелов, В. І. Карасик, М. Л. Макаров, А. В. Оляніч, С. А. Сухих, Є. І. Шейгал і ін.). Будучи широко поширеним типом комунікативної взаємодії у багатьох країнах, науково-популярний стиль, крім універсальних рис, безсумнівно, включає в себе і культурно-обумовлені характеристики.

Лінгвокультурологічний вектор опису взаємодії мови і культури в процесі комунікації призводить до того, що дослідники говорять про визнання за мовою статусу лінгвокультурного коду [37].

Д. В. Іванова зазначає, що «лінгвокультурний код дозволяє мовцю адекватно позиціонувати себе в процесі комунікації, оскільки він відображає соціальні відносини, духовні цінності, стереотипи лінгвокультурної спільноти, а також зумовлює сприйняття мовця партнерами по комунікації» [22, с. 71]. Цей факт обумовлений комунікативною компетенцією людини, яка «включає механізми, прийоми і стратегії, необхідні для забезпечення ефективного процесу спілкування» [22, с. 54].

Лінгвокультурологічна маркованість найбільш явно проявляється при дослідженні стратегічного рівня в структурі комунікації. Беручи до уваги думку більшості дослідників про те, що на мовної стратегії мовця відбивається диспозиція його поглядів, цінностей, переконань, засвоєних соціальних норм (І. А. Стернін, С. А. Сухих), в роботі будемо розглядати «мовні стратегії як специфічні способи мовної поведінки», які здійснюються під контролем «глобального наміру» [49, с.103].

У структурі комунікації стратегії є комплексом мовних дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети [49]. В рамках нашої роботи важливою є думка про те, що «моделі комунікативної поведінки і її інтерпретація залежать від сформованих у носіїв культури уявлень про принципи організації мовної взаємодії» [8]. Відповідно, можна вважати, що члени тієї чи іншої лінгвокультурної спільноти

в типовій мовній ситуації реалізують певні стратегічні лінії комунікативної поведінки, обумовлені домінантними рисами, орієнтаціями, цінностями, виробленими в тій чи іншій лінгвокультурі.

Оскільки в центрі нашого дослідження знаходиться науково-популярний стиль, звернемося до ряду типологій комунікативних стратегій, розроблених дослідниками мовної діяльності комуніканта.

У нашій роботі нас цікавить не стільки змістовно-тематичний компонент повідомлення, скільки прагматична сторона тексту, а саме комунікативні стратегії, що відповідають за реалізацію мети повідомлення: інформувати і переконати читача в правильності своїх думок або відкриттів за допомогою вибору комунікативних дій, способів подачі матеріалу, стилю спілкування, вибудовування певних відносин з адресатом і т.д.

Аналіз мовного матеріалу показує, що відмінною рисою стратегії інформування є використання тактики введення нової інформації на початку виступу. Наступний приклад це наочно ілюструє:

I have the answer to a question that we've all asked. The question is, Why is it that the letter X represents the unknown? [56].

З перших слів адресант прямо говорить, що у нього є відповідь на це питання. Така заява практично не допускає сумнівів і звучить дуже переконливо. Так, на аналізі письмового дискурсу Р. Каплан встановив, що «для носіїв англійської мови характерна прямолінійна, логічна, послідовна модель розгортання дискурсу у вигляді прямої лінії, коли основна ідея комунікації представляється на самому початку і послідовно розкривається за допомогою вербального вираження всіх компонентів висловлювання» [24].

Аналіз практичного матеріалу свідчить також про те, що для досягнення мети інформувати і переконати аудиторію комунікант активно вдається до стратегії встановлення контакту. Виступ Елізабет Гілберт (англ. Elizabeth Gilbert) – американської письменниці, автора бестселера «Eat, Pray, Love», починається з власного представлення: *I am a writer. Writing books is my profession, but of course it's more than that. It is also my great lifelong love and admiration [56].* Перш, ніж

визначити мету виступу, автору важливо зблизитися з аудиторією. Для цього адресант апелює до свого особистого досвіду, а також використовує емоційнооціночні засоби з метою захопити увагу і інтерес адресата.

Англомовні лінгвокультури, такі як британська і американська, відносяться до «коротких» у порівнянні зі східними культурами, але не настільки «короткими» в порівнянні з україномовною. Далі комунікант, який здійснює виступ, реалізує стратегію закріплення контакту. Він використовує ряд наступних тактик:

1) тактика використання особистого досвіду: *And people would say, "Are you not afraid that you will never succeed? ... - The answer is a short answer to all these questions: "Yes". Yes, I am afraid of all these things; Or biographical facts: How, for example, my dad was a chemical engineer, and I never mention in his 40 years of chemical engineering that someone asked him if he was afraid to be a chemical engineer, you know ?;*

2) вживання особового займенника 1 особи (в однині або множині): *We writers, we kind of do have that reputation... ;*

3) використання питальних речень, імітації діалогу: *What is your motive for action? What exactly drives you in your life today? Not 10 years ago. Do you use the same template? Because I believe that the invisible force of the internal drive that is activated is the most important. I'm here because I believe that emotions are a life force.*

Цей прийом вмотивований прагненням мовця утримати увагу і направити думку слухачів таким чином, щоб спільно прийти до необхідного висновку.

4) тактика скорочення міжособистісної дистанції: *And the question I want to ask everyone here today is, are you all cool with this idea? Is it convenient for you?*

5) емоційно-оцінна тактика: *I have to tell you that I am both excited and excited. My excitement: I get a chance to get something back. My task: the shortest seminar I usually do is 50 hours. (Laughter) I'm not exaggerating. I do weekends - I do more, obviously I also train people - but I'm excited, because how did you learn the language?*

У наведеному вступі мовець об'єднує декілька тактик: посилається на особистий досвід, переходить до суті виступу з постановки питання, а також

позначає своє хвилювання, використовуючи емоційно-оцінну лексику. Прагнення мовця викликати у слухачів емоції виділяють як окрему емоційно-оцінну стратегію.

Аналіз практичного матеріалу показує, що емоційно-оцінна тактика виступає засобом актуалізації глобальної стратегії переконання. Подібну характеристику комунікативної поведінки можна тлумачити як «стереотипне уявлення про спільну взаємодію, акцентуючи увагу на «публічності, а не на офіційності» [60].

Стратегічність спілкування як ціннісна домінанта, властива англomовному спілкуванню, дозволяє вирішувати завдання, які залежать від різних умов спілкування, для успішного перебігу мовної взаємодії. Англomовна культурна модель науково-популярного дискурсу, пряmolінійна, логічна, експліцитна, найбільш точно відповідає самому поняттю «стратегії» як оптимального способу досягнення поставленої мети.

2.4 Комунікативний паспорт Ілона Маска

Комунікативний паспорт – це сукупність тих мовних особливостей особистості, які роблять її унікальною.

Під мовною особистістю Ю. Н. Караулов розуміє «сукупність людських здібностей та характеристик, що визначають створення та сприйняття мовних творів (текстів), що відрізняються: а) ступенем структурної та мовної складності, б) глибиною та точністю відображення дійсності, в) конкретною метою орієнтація» [26, с. 3].

Структуру комунікативного паспорта мовної особистості автор представляє такою, що складається з трьох рівнів:

- 1) вербально-семантичного (нормальне володіння природною мовою);
- 2) когнітивного (поняття, ідеї, концепти, що складаються у кожній мовній індивідуальності в більш-менш впорядковану, більш-менш систематизовану «картину світу», що відображає ієрархію цінностей);

3) прагматичного (цілі, мотиви, інтереси, установки і інтенціональності) [26, с. 56].

Цілісний комунікативний паспорт мовної особистості може дати лише детальний опис її мови та мовної поведінки протягом значного періоду часу. Це практично неможливо, тому дослідження з вивчення проблеми мовної особистості та створення її мовного портрета спрямовані на такі аспекти мовної поведінки, які мають суттєві (типові) риси, які можуть стати параметрами для створення типології мовних особистостей .

Комунікативний паспорт передбачає певний зріз у розвитку комунікативного потенціалу людини, а, з іншого боку, його можна уявити як сукупність характеристик, складових мовного іміджу особистості, це те, як традиційно сприймає і оцінює людину громадськість, тобто якийсь стереотипний образ [26, с. 169].

Далі в роботі проаналізуємо комунікативний паспорт Ілона Маска.

Для аналізу комунікативного паспорту ми проаналізували статті з науковопопулярного дискурсу. Тексти були відібрані за допомогою пошуку в Google як «статті, що найбільше читаються і що стосуються двигунів Tesla». Інтерв'ю на платформі TED Ілона Маска під назвою «Розум, що стоїть за Tesla, SpaceX, SolarCity...» («Elon Musk: The mind behind Tesla, SpaceX, SolarCity...»)(TED, 2013) [61] зібрало 32151010 переглядів в Інтернеті. Інтерв'юер Кріс Андерсон є досвідченим колишнім журналістом і був призначений куратором TED у 2002 році і з того часу значно розробив платформу (Richard Saul Wurman, 2016). Конференція "Технологія, розваги та дизайн" (TED) проводиться в Каліфорнії і є некомерційною організацією, яка займається "поширенням ідей, як правило, у формі коротких потужних переговорів" (Річард Саул Вурман, 2016). Відео представлене у лютому 2013 року в Каліфорнії для живої аудиторії тривалістю 21 хвилини 4 секунди і класифікується за ключовими словами: *Energy, Entrepreneur, Exploration, Innovation, Solar energy, Space, Technology, and Transportation*.

Чотири слова «Маск», «Ілон», «його» та «він» в науково-популярному відео ресурсі є найчастішими. Ілон Маск займає центральне місце в тексті про Теслу.

Червоною ниткою в текстах був акцент на особистості Маска.

Ідеології Маска публічно видно через його грандіозні бізнес-заходи та супровідну публічну діяльність у ЗМІ. Тому ми можемо декодувати або інтерпретувати текст: *Mr. Musk has just 20 months to ramp up production amid continuing quarterly losses and hefty cash outflows, as being related to the public's familiarity with Musk's personal narrative.*

У цьому тексті закодовані чіткі елементи історії, ідеології та влади, з яких і можна створити комунікативний портрет.

00:11 Chris Anderson Elon, what kind of crazy dream would persuade you to think of trying to take on the auto industry and build an all-electric car?

00:20 Elon Musk: Well, it goes back to the days when I was in university. I thought about what problems could affect the future of the world or humanity? I think it is extremely important that we have sustainable transport and sustainable energy production. This general problem of sustainable energy is the biggest problem we have to solve in this century, regardless of environmental problems. In fact, even if CO2 production would be good for the environment, given that we run out of hydrocarbons, we need to find some sustainable means of working. Маск повністю дотримується ідеї, що стійка енергетика є найбільшою проблемою, яку ми, люди, повинні вирішити в цьому столітті. Потім Маск підкріплює свою позицію словом "експерта" щодо CO2 та вуглеводнів, додатково підтверджуючи свій авторитет.

00:51 CA: Most of America's electricity comes from burning fossil fuels. How can an electric car that connects to this electricity help?

01:01 EM: Right. There are two elements to this answer. One is that even if you take the same source of fuel and generate power at a power plant and use it to charge electric cars, you will still be in better shape. So, if you take, say, natural gas, which is the most common hydrocarbon fuel, if you burn it in a modern General Electric gas turbine, you get about 60 percent efficiency. If you put the same fuel in a car with an internal combustion engine, you get about 20 percent efficiency. And the reason is that in a stationary power plant you can afford something that weighs much more, more voluminously, and you can take the waste heat and start a steam turbine and generate a

secondary source of energy. So, in fact, even after you take into account the losses in the transmission and everything, even using the same fuel, you will at least double charge an electric car and then burn it at the power plant.

Маск відповідає на питання дуже впевнено. Він не каже “*I think*” чи “*Hmm, there might be*”. Він впевнено заглиблюється у відповідь із двох частин, чому саме електромобілі. Він використовує наукові терміни, дикцію високого рівня, щоб висловити твердження, які обговорюються. Заключне речення навіть стосується безпосередньо аудиторії / глядача “*even after you’ve taken...*” цим самим ефективно позиціонує позитивно модальне висловлювання безпосередньо до глядача, тим самим збільшуючи авторитет та ефекти побудови довіри. 01:48CA: *That scale delivers efficiency.*

01:50EM: *So. And then another point is that we must have sustainable means to produce electricity, to produce electricity. So, given that we have to address the issue of sustainable electricity production, it makes sense for us to have electric cars as a mode of transport.*

Його віра у власні знання переконує слухачів в його знаннях та авторитеті.

02:06CA: *So we have here a few videos from the Tesla collection, which, if we could reproduce this first video - So what's innovative in this process in this car?*

02:18EM: *Of course. So, to accelerate the emergence of electric transport, and I must say that I think, in fact, all modes of transport will be fully electric, with the ironic exception of missiles. Newton's third law simply cannot be circumvented. The question is how to accelerate the emergence of electric transport? And to do that for cars, you have to come up with a really energy-efficient car, so that means making it incredibly light, and so what you see here is the only all-aluminum body and chassis car made in Northern Europe. America. In fact, we have used many missile design techniques to make the machine light, despite having a very large battery pack. And then it also has the lowest drag coefficient among any car of its size. So the resulting power consumption is very low and it has the most perfect battery, and that's what gives it a range that is competitive, so you can actually have a range of about 250 miles.*

Після запитання про інновації Маск знову відповідає, демонструючи повну впевненість щодо своїх заяв. Знову ж таки, позитивна модальність та вибір дикції створюють авторитетний голос. Крім того, твердження Маск про пробіг 250 миль є спірним, але він подає інформацію так, що його твердження не піддається сумнівам. Важливо зазначити, що ведучий не ставить під сумнів та не сприймає жодної позиції Маск; він діє більше як студент, який задає питання, щоб навчитися у того, хто володіє знаннями, на які повинен відповісти.

03:12CA: I mean, these batteries are incredibly heavy, but you think the math can still work smart - by combining a lightweight body and a heavy battery, you can still get impressive performance.

03:23EM: Just so. The rest of the car should be very light to compensate for the mass of the pack, and then you should have a low coefficient of resistance so that you have a good run on the highway. In fact, Model S customers seem to be competing with each other, trying to get the maximum possible range. I think someone recently got 420 miles from a single charge.

Починаючи речення “in fact” Маск демонструє найвищий рівень прихильності до тієї чи іншої інформації, оскільки позиціонує себе як впевненого комунікатора, який висловлює важливу та правдиву інформацію. Коли Маск робить заяви, він ніби просить довіри слухачів, щоб вони могли сприймати те, що він говорить, як правду.

03:41CA: Bruno Bowden, who did it here, broke the world record. EM: Congratulations.

03:47 CA: That was good news. The bad news was that he had to travel at 18 miles per hour at a constant speed, and he was detained by cops. (Laughter)

03:55 EM: I mean, you can, of course, drive - if you drive 65 miles an hour, under normal conditions 250 miles - that's a reasonable amount.

Коли Маск стверджує “you can certainly drive” він ручається за технічні можливості автомобіля. Він впевнено заявляє, що репіцієнт може бути впевненим, що Ілон говорить лише про факти, в яких можна не сумніватися.

04:06 CA: *Let's show this second video, which shows how Tesla acts on ice. Not at all digging into The New York Times, it is, by the way. What is most surprising about the driving experience?*

04:16 EM: *Creating an electric car, the sensitivity of the car is truly incredible. So we really wanted people to feel like they almost had to think about merging with a car, so you just feel like you and the car are one, and when you turn and accelerate, it just happens like a car. has ESP. You can do this with an electric car because of its sensitivity. You can't do that with a gasoline car. I think it's a really deep difference, and people only feel it when they have a test drive.*

Тут Маск відповідає позитивною модальністю на власні запитання щодо можливостей електромобіля. Спростування можливості ICE тут настільки різке, що репіцієнт змушений не погоджуватися безпосередньо з Маском або прислухатися до авторитету Маска.

04:44 CA: *I mean, it's a nice but expensive car. Is there a roadmap where this becomes a mass market vehicle?*

04:53 EM: *So. Tesla's goal has always been to conduct a kind of three-stage process, where the first version was an expensive car with a low volume, the second version - with a medium price and a medium volume, and then version three would be a low price, a large volume. So, we are in the second stage. So we had a \$ 100,000 sports car like a Roadster. Then we have the Model S, which starts at about \$ 50,000. And our third-generation car, which we hope should be out in about three or four years, will be a \$ 30,000 car. But when you have a truly new technology, you usually need about three basic versions to make it a compelling mass market product. And that's why I think we're moving in that direction, and I'm sure we'll get there.*

05:34 CA: *I mean, now that if you have a little commute to work, you can drive, you can come back, you can charge it at home. There is currently no huge nationwide network of high-speed charging stations. Do you really see it, or just a few key routes?*

05:49 EM: *In fact, there are many more charging stations than people imagine, and at Tesla we have developed something called Supercharging technology, and we suggest that if you buy the Model S for free, forever. And that's why many people may not*

be aware of it. In fact, we have covered California and Nevada, and we have covered the east coast from Boston to the District of Columbia. By the end of this year, you will be able to travel from Los Angeles to New York just by using the Supercharger network, which charges five times more than any other. And the main thing is the ratio of the drive to the stop, to the time of the stop about six or seven. So if you drive for three hours, you want to stop for 20 or 30 minutes, because usually people will stop there. So if you start the trip at 9 am, you want to stop for lunch, have a snack, go to the toilet, have coffee and keep going.

Маск робить такі заяви, через низьку ймовірність того, що глядач перевірить правдивість сказаного. Він також заявляє правду про те, що люди хочуть їхати на великих відстанях і про те, що є "ключовим" у таких подорожах на великі відстані. Ця позитивна модальність може навіть мати ефект створення реальності, яку він представляє.

06:43 CA: So, your offer to consumers - for full payment it can take an hour. So it's common - don't expect to leave in 10 minutes. Wait an hour, but the good news is that you are helping to save the planet, and by the way, electricity is free. You pay nothing.

06:56 EM: In fact, we expect people to stop for about 20-30 minutes, not an hour. In fact, it is better to drive about 160, 170 miles, and then stop for half an hour, and then keep moving. This is the natural rhythm of the trip. CA: Good. So this is just one string for your energy bow. You worked on this solar company SolarCity. What's so unusual about that?

Is it better to drive 160, 170 miles and then stop? Маск просто представляє це як істину. "That's the natural cadence of a trip". Він займає позицію сильного авторитету, в чиїх словах не можна сумніватися.

07:26 EM: Well, as I mentioned earlier, we need to have sustainable electricity production as well as consumption, so I'm pretty sure that the main means of electricity generation will be solar energy. I mean, it's actually an indirect synthesis, that's what it is. We have this giant fusion generator in the sky called the sun, and we just need to use a little of that energy for the purposes of human civilization. Most people know, but do not realize, that they know that the world is almost entirely powered by solar energy. If it

weren't for the sun, we would be a frozen ice ball at three degrees Kelvin, and the sun feeds the entire precipitation system. The whole ecosystem is powered by solar energy.

Маск говорить про масштабні, фундаментальні наукові ідеї, які завжди використовують позитивні модальності. Хоча більшість з цих ідей, як правило, сприймають як правду, він все ще демонструє знання та формує авторитет та довіру, демонструючи їх впевнено за допомогою позитивної модальності.

10:31 CA: But you yourself get long-term commercial benefits from this government. You seem to be building a new type of distributed utility

10:38 EM: Just so. This is equivalent to a giant distributed utility. I think that's good, because utilities were such a monopoly, and people had no choice. So efficiently, this is the first case of competition for this monopoly, because utilities were the only ones who owned these power lines, but now it's on your roof. So I think it actually greatly expands the opportunities for homeowners and businesses.

Маск висловлює багато позитивних тверджень щодо історії комунальних послуг та конкуренції, і все це можна обговорювати, але тим не менше це подається як простий факт.

14:10 CA: Not least because you could still copy, right? You have not patented this material. I'm really interested.

14:16 EM: No, we do not patent. CA: You did not patent because you believe that patenting is more dangerous than not patenting.

14:21 EM: As our main competitors are national governments, the enforceability of patents is questionable. (Laughter) (Applause)

Він коментує це як істину, демонструючи позитивну модальність, але реципієнти просто повинні сприймати його жартівливе твердження як авторитетне твердження про істину.

14:28 CA: It's really, very interesting. But a great innovation is still ahead, and you are working on it now. Tell us about it.

14:37 EM: (7) That's right, that's why it's a big innovation

14:38 CA: Actually, let's show this video and you can talk to us about what's going on here.

14:43 EM: Absolutely. So the thing about rockets is that they're all spent. All missiles flying today are completely depleted. The space shuttle was a reusable rocket attempt, but even the space shuttle's main tank was dropped each time, and the reusable parts took nine months to rebuild the aircraft for a group of 10,000 people. So the space shuttle ended up costing a billion dollars per flight.

Позитивна модальність висвітлена у цьому абзаці щодо тем, які звичайним людям важко перевірити чи підробити. Скільки людей знадобилося для реконструкції, які частини викинули, і скільки коштував космічний корабель – факти, відомі лише тим, хто працює над проектами. Тому Маск легко займає позицію авторитету і будує цей авторитет зі знаннями.

16:00 CA: You used to ask me how popular cruise travel would be if you had to burn your ships later. EM: Some cruises are probably very problematic.

16:12 CA: Definitely more expensive. So, this is a potentially absolutely destructive technology, and I guess it opens the way to your dream, which at some point may actually take humanity to Mars on a scale. You would like to see a colony on Mars. 16:28 EM: Yes, exactly. SpaceX, or some combination of companies and governments, must make progress toward building multiplanetary life, building a base on another planet, Mars — which is the only realistic option — and then building that base while we are a true multiplanetary species.

Маск тут знову використовує позитивну модальність, щоб описати щось як імператив, “...companies and governments, needs to make progress...” замість того, щоб заявляти про це як про свою думку чи бажання.

Категорія модальності відіграє значну роль у формуванні комунікативного паспорту. Позитивна модальність у висловлюваннях Ілона Маска не лише об’єктивно відображати певні факти, а й надає їм суб’єктивну оцінку. Прагматичні властивості категорії модальності виявляються в конкретній мовленнєвій ситуації.

Фонові знання «актуалізують у свідомості читача існуючі стереотипи, ідеологічні, соціальні і культурні цінності і норми, вказують на схожість обставин, які мали місце в історії суспільства. Вони сприяють перенесенню існуючих у

свідомості читацької аудиторії асоціативних зв'язків на нове повідомлення і тим самим формують у читачів потрібну автору тексту оцінку об'єкта»[2].

Одним із способів привернути увагу одержувача до пропонованої інформації є виділення її окремих частин або фрагментів. Для впливу на свідомість останнього широко використовується акцент, який знаходить своє вираження в підкреслених конструкціях. Слід зазначити, що акцент - це багатогранне явище, завантажене конкретними методами впливу на реципієнта. Отже, завдання перекладача - зберегти напрямок і тон, виражені засобами вихідної мови, коли вони передаються цільовою мовою.

Висновки до другого розділу

У цьому дослідженні комунікативна стратегія розглядається як частина комунікативної поведінки або комунікативної взаємодії, в якій змінні вербальні та невербальні засоби використовуються для досягнення конкретної комунікативної мети з урахуванням комунікативної установки та особистих особливостей суб'єктів спілкування. Ключовою функцією, яку виконує комунікативна тактика, є реалізація відповідної комунікативної стратегії, що означає, що всі вони співвідносяться з конкретними комунікативними намірами. Тактика, яка допомагає досягти подібних цілей, інтегрується в групи.

Невербальні компоненти комунікації набули статусу лінгвістично значущого феномену, оскільки їх залучення до кола пріоритетних напрямків мовознавчих досліджень забезпечує більш усвідомлене та глибоке розуміння закономірностей комунікативної взаємодії.

Стратегічність спілкування як ціннісна домінанта, властива англomовному спілкуванню, дозволяє вирішувати завдання, які залежать від різних умов спілкування, для успішного перебігу мовної взаємодії.

У процесі дослідження комунікативного паспорту мовної особистості вчені нерідко намагаються врахувати в процесі диференціації мовних особистостей не тільки власне мовні особливості, але і специфіку прояву соціально-психологічних параметрів, що надзвичайно ускладнює аналіз. У зв'язку з цим ряд вчених пропонує говорити не просто про мовну особистість а про її комунікативний паспорт або ж мовний портрет, тобто суто про мовну складову, що виявляється в процесі комунікації.

РОЗДІЛ III ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ У ПЕРЕКЛАДІ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ТЕКСТІВ ІЛОНА МАСКА ЙОГО КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК

Оскільки функція впливу грає ключову роль в описі певної сфери діяльності, автор будь-якого тексту науково-популярного дискурсу, інформуючи аудиторію про об'єктивну дійсність, намагається вплинути на її думку, застосовуючи особливі комунікативні стратегії, риторичні прийоми і мовні засоби.

Стратегічний задум визначає вибір засобів і прийомів його реалізації, отже, мовна стратегія і тактика пов'язані як рід і вид. У свою чергу, тактика реалізується в приватних тактичних ходах. Комунікативний тактичний хід - це конкретний спосіб досягнення комунікативного ефекту, заданого в тактичній установці.

Для реалізації комунікативних стратегій, ми виділяємо наступні способи мовного впливу: переконання, спонукання і навіювання, які в рамках нашої роботи ми будемо розглядати як тактики. Під переконанням ми маємо на увазі вплив на свідомість особистості через звернення до її власного критичного судження. Основу переконання становить логічне впорядкування фактів і висновків, логічний доказ, можливо, укупі з емоційним впливом, покликани забезпечити свідоме прийняття реципієнтом системи оцінок і суджень в злагоді з іншою думками. Навіювання - вплив на підсвідомість, емоції і почуття людини, який побічно

забезпечує вплив на його розум, волю, поведінку і здійснюється за рахунок ослаблення контрольно-регулятивної функції свідомості, зниження свідомості і критичності при сприйнятті та реалізації змісту завдяки відсутності цілеспрямованого активного розуміння, розгорнутого логічного аналізу і оцінки з боку реципієнта. Ще до одного способу мовного впливу відноситься спонукання (волевиявлення) - зовнішнє стимулювання реципієнта прямим впливом на його волю (заклик, наказ, примус і переконання).

З переконанням співвідносяться переважно, такі типи мовного впливу і відповідні їм прагматичні види висловлювань, як доказ, аргументація (в тому числі і маніпулятивна), інформування, розповідь; з навіюванням - конвенційносоціальний вплив, оцінки, емоційний вплив, діалог, художнє зображення і психічне програмування; з спонуканням - наказ, заклики, примус і переконання.

Для того щоб переконати свою аудиторію, автор вдається до таких прийомів, як ідентифікація і самопрезентація. Виділемо наступні види ідентифікації:

1. Ідентифікація з масовою аудиторією.

Ілон Маск ототожнює свою думку з думкою масового слухача, переконуючи адресата прийняти авторську точку зору. Для подібних цілей часто використовується так званий інклюзивний займенник we. «We» і відповідний присвійний займенник «our» може стати розширеним позначенням відправника мови, за допомогою якого він об'єднує себе в адресантній функції з іншими особами. Створюється ефект колективного відправника повідомлення. "We" включає і автора, і адресата тексту. Автор прагне показати адресату, що «я - один з вас», це створює єднання між учасниками спілкування, а також сприяє більш легкому сприйняттю інформації і переконання адресата в авторській точці зору.

Використання особового займенника другої особи "you" сприяє інтимізації викладу, створення атмосфери особистого спілкування автора з адресатом. Займенник "you" є синонімом займенника "we" в значенні генералізації і використовується для того, щоб вказати на схожість їхніх позицій, щоб у слухачі виникло уявлення, що виражені автором думки - його власні.

2. Ідентифікація з загальноприйнятою думкою. До випадків ідентифікації з загальноприйнятою думкою відноситься використання інклюзивних неозначених, узагальнюючих і заперечних займенників, які включають в своє значення автора і адресата, а також безособових, пасивних і інфінітивних конструкцій. Цей вид ідентифікації дозволяє залучити і переконати адресата шляхом ототожнення з загальною думкою. Автор подає свою думку як таку думки, що поділяють всі члени суспільства або окрема група суспільства, що також сприяє переконання слухача. Автор вуалює свою позицію під неозначеним займенником "one", узагальнюючим займенником "everyone", заперечним займенником "no one", безособовими реченнями (It is ..), пасивними і інфінітивними конструкціями, підкреслюючи об'єктивність вираженої ним думки.

3. Ідентифікація з авторитетом.

При ідентифікації з авторитетами використовуються як власні імена, числівники як статистичні дані, так і цитати й алюзії на думку авторитетних людей.

Ще одним риторичним прийомом переконання є самопрезентація. Самопрезентація - це риторичний прийом, який використовується автором з метою впливу на адресата шляхом створення свого позитивного образу, представлення себе в привабливому і вигідному світлі, посилення на свій досвід, репутацію або професіоналізм. При самопрезентації автор впливає за допомогою:

1. уявлення авторської точки зору:

- згода з думкою більшості;
- незгода з думкою більшості;

2. опису особистого досвіду;

3. самохарактеризації (посилання на репутацію автора, його особисті якості і професіоналізм).

Для подання авторської точки зору Ілон Маск використовує прислівник "too" в поєднанні з абстрактними іменниками, слова категорії стану, модальні слова, вступні слова і конструкції. Для опису свого особистого досвіду Ілон Маск часто наводить приклади зі свого життя для більшої переконливості.

Перейдемо до наступного способу мовного впливу - навіювання. Виділяються два різновиди навіювання - несвідоме і свідоме. Особливістю науково-популярного дискурсу, як відомо, є соціальна оцінність. Тому, навіювання в науково-популярному дискурсі може вважатися свідомо спрямованим, якщо контекст включає соціально забарвлену оцінку, що означає свідомість авторської установки на навіювання. Оцінність проявляється у відборі і класифікації фактів і явищ дійсності, в їх описі під певним кутом зору, в співвідношенні негативних і позитивних деталей, в специфічних лінгвістичних засобах. Саме таку перетворену інформацію і сприймає читач. Оцінність нерозривно пов'язана із засобами номінації (парафрази, евфемізми, «ярлики»), так як номінація дуже рідко буває нейтральною. Вибір точного слова, здатного підтвердити або спростувати певну ідею, здатного самому стати ідеєю, - найважливіше завдання автора.

Комунікативна стратегія переконання може бути реалізована за допомогою тактик:

- інформування;
- розмежування;
- посилення на авторитет;
- актуалізацію фонових знань;
- оцінювання;
- грі на підвищення / пониження; - прогнозування.

Слід зазначити, що допоміжні стратегії відіграють не менш важливу роль для досягнення ефективності діалогу, однак їх вибір і реалізація повністю залежать від прагматичних чинників (інтенцій адресанта, комунікативної ситуації, відносин між комунікантами).

Для стратегії переконання науково-популярного дискурсу характерна етикетизація - використання певних вербальних і візуально-риторичних засобів, які служать для того, щоб зробити інформацію легкою для розуміння, надати адресату свободу при формуванні власної думки, висловити повагу.

Розглянувши домінуючі властивості мовлення Ілона Маска в мові оригіналу та мові перекладу, слід перейти до розгляду того, як зберігся комунікативний паспорт на рівні перекладних відповідностей стилістичними особливостями, а також на рівні лексичних, лексико-граматичних і граматичних трансформацій.

Ілон Маск робить акцент на майбутньому, зображає його захоплюючим, величним, цікавим, кращим, ніж минуле тільки за умови розширення присутності в космосі. Окрім того, він стає відповідальним за таку диференціацію, використовуючи стартові фрази на зразок: *I think, I feel fairly confident*, у такий спосіб висказуючи свою точку зору:

I think that, in principle, the future is much more interesting and interesting if we are a space civilization and a multiplanetary species than if we were not. the future will be great. And this is the essence of cosmic civilization. It is about believing in the future and thinking that the future will be better than the past. And I can't think of anything more exciting than going out there and being among the stars.

Я думаю, що в принципі майбутнє набагато захоплююче та цікавіше, якщо ми - космічна цивілізація та багатопланетний вид, ніж якщо б ми їми не були. Майбутнє буде великим. І ось у чому полягає сутність космічної цивілізації. Йдеться про віру в майбутнє та думки, що майбутнє буде кращим за минуле. І я не можу придумати нічого більш захоплюючого, ніж вийти там і опинитися серед зірок.

І. Маск може втілювати у життя свої власні дитячі мрії, які знаходяться на межі з реальністю та фантастикою. Він задає вектор епохи, що проявляється на рівні мови бізнесмена, коли він стирає межі між поняттями «минуле» / «теперішнє» / «майбутнє», «реальне» / «нереальне». Те, що у недалекому минулому розцінювалося науковою фантастикою, І. Маск реально намагається втілити у найближчі п'ять років. Про це він говорить у промові перед випускниками технологічного інституту Каліфорнії:

In fact, I think it goes beyond that, there's many things we take for granted today that weren't even imagined in times past, so it goes beyond that [CIT, 00:01:48]; (3) I feel fairly confident that we can complete the ship and be ready for a launch in about five

years. Five years seems like a long time to me. The Earth-Mars synchronization happens roughly every two years. So every two years, there's an opportunity to fly to Mars.

Насправді, я думаю, це виходить за межі того, що, сьогодні є багато речей, які ми навіть не уявляли в минулі часи, тому це й виходить за межі. [СІТ, 00:01:48]; (3) Я досить впевнений, що ми можемо добудувати корабель і бути готовими до запуску приблизно за п'ять років. П'ять років мені здаються довгими. Синхронізація Земля-Марс відбувається приблизно кожні два роки. Тож раз на два роки є можливість летіти на Марс.

В даний момент пошук відновлюваної енергії є суттєвим викликом, тож І. Маск показує, що готовий реалізовувати саме ці проекти найближчим часом. Привертає увагу амбітність і рішучість І. Маска так, як він обирає серйозні сфери, кидаючи виклик могутнім бізнес структурам, корпораціям, які мають мільярдні прибутки від монополії на енергоносії, або ж польоти в космос (NASA). І. Маск сильний і безстрашний, мислить масштабно (the future of humanity). Він пояснює необхідність діяти, доводячи, що бездіяльність коштуватиме дорого, як у прикладі:

What other problems can affect the future of mankind? Not from the point of view of "what is the best way to make money", this is normal, but in fact it was "what, in my opinion, will have the greatest impact on the future of mankind." The biggest earthly problem is stable energy. Sustainable energy production and consumption. If we do not solve this in this century, we will get into deep problems.

Які інші проблеми можуть вплинути на майбутнє людства? Не з точки зору, «який найкращий спосіб заробляти гроші», що є також нормальним, але насправді це було «що, на мою думку, найбільше вплине на майбутнє людства». Найбільшою земною проблемою є стабільна енергетика. Виробництво та споживання енергії у сталий спосіб. Якщо ми цього не вирішимо у цьому столітті, ми отримаємо серйозні проблеми.

Дискурс-категорія «час», яка ідентифікує адресата дає можливість встановити, що І. Маск не мрійник, який просто одержимий фантастичними ідеями, а людина майбутнього, бізнесмен, який реально змінює світ, втілюючи проект за проектом у життя. Орієнтація на майбутнє відслідковується у його мовленні на

лексико-семантичному (future) та граматичному (we are going, 1st Conditional) рівнях.

В інтерв'ю на шоу TED 2017 І. Маск активно використовує теперішній час і впевнено описує майбутні події:

I think it's important to have a future that inspires and attracts. I just think there must be reasons why you get up in the morning and want to live. What do you like in the future? if the future doesn't include being there among the stars and the existence of a multiplanetary species, I think it's incredibly depressing if it's not the future we have to have.

Я вважаю, що важливо мати майбутнє, яке надихає та приваблює. Я просто вважаю, що повинні бути причини того, чому ти встаєш вранці і хочеш жити. Що ти любиш з того, що стосується майбутнього? Якщо майбутнє не включає перебування там серед зірок і існування багатопланетного виду, я вважаю, що воно неймовірно гнітюче, якщо це не те майбутнє, яке ми плануємо мати.

І. Маск реалізовує себе в географічному просторі на глобальному рівні, переймається долею всього світу (every part in the world, throughout the world, wherever). Про це свідчить дискурс-категорія бізнесмена «простір». Він не обмежується ані кордонами США, де він зараз живе, ані Канадою, де він отримав освіту, чи ПАР, де він народився та виріс. В своєму інтерв'ю для некомерційної медійної організації The Texas Tribune у 2015 році І. Маск зауважив, що штучний інтелект (AI) є великою загрозою для всієї цивілізації:

I think it's particularly important when there's the potential for mass destruction. I think AI is something that is risky at the civilization level, not merely at the individual risk level, and that's why it really demands a lot of safety research;

Я вважаю, що особливо важливо, коли є потенціал масового знищення. Я вважаю, що ШІ є ризикованим на цивілізаційному рівні, а не лише на рівні індивідуальному, і тому він насправді вимагає багато досліджень з приводу безпеки;

So right now, one of the most soul-destroying things is traffic. It affects people in every part of the world;

Тож зараз дорожній рух є тим, що найбільш руйнує душу. Він впливає на людей у будь-якій частині світу;

It's exciting and inspiring to think about new forms of transportation or new technologies that make people's life better. Wherever they happen, I think it's great. As soon as it happens somewhere and people see it really works out I think it'll quickly spread throughout the world.

Думати про нові види транспорту чи нові технології, які покращують життя людей є захоплюючим та надихаючим. Де б вони не відбувалися, я думаю, це чудово. Як тільки це десь відбувається, і люди бачать, що це справді працює, я думаю, це швидко пошириться по всьому світу.

Бізнесмет включає до свого простору все людство, при цьому використовує займенник we:

In order for us to be a spacefaring civilization and out there among the stars, we need dramatic improvements in rocket technology.

Для того, щоб ми були космічною цивілізацією і знаходились там серед зірок, нам потрібні значні вдосконалення ракетних технологій.

Тексти розмов І. Маска показують, що функціонально-семантична категорія модальності (модальний простір) у мовленні бізнесмена повністю відповідає об'єктивній реальності. Тобто, він передає своє повідомлення як реальний і достовірний факт. На лексичному рівні це проявляється вживанням слів-маркерів на означення впевненості, наприклад: obviously, certainly, actually; та інтесифікаторів (extremely, really), які надають достовірності повідомленню.

Obviously, I do rockets, so I like things that fly;

Очевидно, я роблю ракети, тож мені подобаються речі, які літають; Yeah, I think certainly safety's really important.

Так, я вважаю, що безпека дійсно важлива.

But now we got a pretty good sense of what it takes to create a huge carbon fiber tank that can hold cryogenic liquid. That's actually extremely important for making a light spaceship.

Але тепер ми досить добре розуміємо, що потрібно для створення величезного резервуару з вуглецевого волокна, який вміщує криогенну рідину. Це насправді надзвичайно важливо для створення легкого космічного корабля.

And what I really want to try to achieve here is to make Mars seem possible, make it seem as though it's something that we can do in our lifetimes and that you can go, and is there really a way that anyone can go if they wanted to. I think that's really the important thing.

І чого я справді хочу спробувати досягти тут, так це зробити Марс доступним, зробити так, ніби це те, що ми можемо зробити у своєму житті і куди можна відправитись, і створити насправді будь-який спосіб для будь-кого, коли він захоче полетіти. Я думаю, що це насправді головне.

В інтерв'ю Ілон Маск часто вдається до вживання такої властивості мови як виразність. Він використовує такі виразні засоби, в яких лаконічність, чітке формулювання проблем і їх рішень, поєднуються з просторічними, жаргонними і іноді грубими формами вираження думок. Таке використання виразних засобів, дозволяє розбудити не тільки логічну, а й естетичну, емоційну область нашої свідомості, адже виразна мова набагато сильніше діє на наші почуття і емоції.

Так, при аналізі [60, 61, 62] були виділені такі особливості як збереження використання словосполучень і виразів з експресивно-оцінним значенням, що носять в основному позитивний характер. Збереження лексики, що містить позитивну оцінку, допомогло створити позитивний імідж завдяки прийому підбору еквівалентів при перекладі:

Contrast that to Tesla, where Tesla files a lot of patents because the competitors are commercial companies and there's enforceability.

The value of the loan was really to accelerate the progress at Tesla, not to keep Tesla alive.

Порівняйте це з Tesla, де Tesla подає багато патентів, оскільки конкуренти є комерційними компаніями, і існує примусове виконання.

Цінність позики справді полягала в прискоренні прогресу компанії Tesla, а не в тому, щоб підтримувати Tesla на плаву.

The overarching goal of Tesla is to get the industry to move towards electrification – competition or not – and whether we do that with our own cars, with cars that we help other people make, as we're doing with Daimler, we're producing battery packs and chargers for the Mercedes A-class, for the electric Smart car or with Toyota, we're producing the entire electric power train for the electric Rav-4, we're just trying to move the industry towards electrification faster than it might otherwise go and we're certainly quite pleased whenever there's any announcement about another manufacturer producing electric cars.

Основною метою Tesla є змусити галузь рухатися до електрифікації – конкуренція чи ні – і чи будемо ми це робити на власних автомобілях, на машинах, які ми допомагаємо іншим людям робити, як ми робимо з Daimler, ми виробляємо акумуляторні батареї та зарядні пристрої для Mercedes A-класу, для електричного автомобіля Smart або з Toyota, ми виробляємо всю електроенергію для електричного Rav-4, ми просто намагаємось рухати галузь до електрифікації швидше, ніж це відбувається і ми, звичайно, цілком задоволені, коли отримуємо повідомлення про іншого виробника, що виробляє електромобілі.

Часто в своїх виступах Ілон Маск використовував позитивні вирази, спрямовані на оптимізм врегулювання проблем в різних сферах діяльності, які успішно були представлені в україномовній версії інтерв'ю, завдяки прийому підбору еквівалентів при перекладі:

You know, life should not only be a solution to problems. If everything in life is about solving problems, then why bother getting up in the morning? There must be things that inspire you to be proud of being a member of humanity. The Apollo program is certainly an example of this. Only a handful of people went to the moon, and yet we all actually went to the moon.

Знаєте, життя повинно бути не лише вирішенням проблем. Якщо все, що стосується всього життя, це вирішення проблем, то навіть турбуватися про те,

щоб вставати вранці? Повинні бути речі, які надихають вас пишатися тим, що ви є членом людства. Програма Apollo, безумовно, є прикладом цього. Лише купка людей пішла на Місяць, і все ж, насправді, ми всі пішли на Місяць.

It wasn't what I thought - I wasn't sure it could be solved for a while, but then, relatively recently - in the last 12 months or so - I came to the conclusion that it could be solved and SpaceX would try to do it. . Now we may fail. I'm not saying we're confident of success here, but we'll try to do it, and we have a design that on paper, doing calculations, does the simulation, it works. Now we need to make sure that these simulations and reality are consistent, because, as a rule, when this does not happen, reality wins.

Це було не те, що я думав – я певний час не був впевнений, що це можна буде вирішити, але потім, порівняно недавно – за останні 12 місяців чи близько того – я дійшов висновку, що це можна вирішити, і SpaceX спробує це зробити. Тепер ми можемо зазнати невдачі. Я не кажу, що ми впевнені в успіху тут, але ми спробуємо це зробити, і ми маємо дизайн, який на папері, виконуючи обчислення, робить моделювання, і це працює. Тепер ми маємо переконатись, що ці моделювання та реальність узгоджуються, оскільки, як правило, коли цього не відбувається, реальність виграє.

А також за рахунок дослівного перекладу збереглися вирази, що відображають занепокоєння по відношенню до інших держав і оптимістичний підхід у врегулюванні питань:

I think that in the future there may be some concerns with Russia that many of their experienced rocket engineers have retired, because it is much more attractive, financially, to move to Russia's oil and gas industry than to the rocket industry. So this experience is moving away, and I think it could reduce the reliability of Russian missiles in the future. I hope not.

I certainly believe that the future is pure electric cars, not hybrids. I think hybrids are an interim step. They're sort of like an amphibian. You know, when life was going from the oceans to land, probably a lot of amphibians, but that's not the end solution.

Я думаю, що в майбутньому з Росією можуть виникнути певні занепокоєння через те, що багато їх досвідчених ракетних інженерів вийшли на пенсію, тому що в фінансовому плані набагато більш привабливим є перехід до нафтогазової промисловості Росії, ніж до ракетної промисловості. Таким чином, я думаю, що це може призвести до зниження надійності російських ракет у майбутньому. Сподіваюся, що ні.

Я впевнений, що майбутнє – це чисто електромобілі, а не гібриди. Я думаю, що гібриди – це проміжний крок. Вони наче земноводні. Ви знаєте, коли життя вийшло з океанів на сушу, ймовірно, з'явилося багато земноводних, але це не кінцеве рішення.

Таким чином, можна зробити висновок, що вирази, як з негативним, так і з позитивним експресивно-оцінним характером, було успішно перекладено.

Однак слід звернути увагу, що за статистикою виразів з позитивною семантикою в інтерв'ю ми знайшли 12 одиниць, а вираження з негативним значенням 10 одиниць. Можемо зробити висновок, що збереження в перекладі позитивних виразів відображає діловий настрій характеру відносин. Це створює позитивний імідж. Крім того, збережений переклад мовних виразів, пов'язаних із професійною діяльністю Маска, завдяки вірному підбору еквівалентів:

- as a result of some success in the Internet arena, when people came to the conclusion that success is not one of the possible results, even when success was not one of the possible results, I am not saying that we are confident of success here;

– в результаті певного успіху в Інтернет-просторі, коли люди дійшли висновку, що успіх не є одним із можливих результатів, навіть коли успіх не був одним із можливих результатів, я не кажу, що ми впевнені в успіху тут.

В ході аналізу перекладу промов Ілона Маска, була виявлена і така лексикограматична трансформація як антонімічний переклад, при якій замінена стверджувальна форма в оригіналі на заперечувальну форму в перекладі.

You certainly know it. Ви не можете не знати цього.

У попередньому прикладі стверджувальна форма несе позитивний зміст. Позитивний сенс при перекладі зберігся, не дивлячись на застосування прийому антонімічного перекладу.

Важливим засобом вираження логічних зв'язків між композиційними частинами і окремими висловлюваннями є спеціальні засоби зв'язку, що вказують на послідовність розвитку думки. Так, в україномовній версії інтерв'ю збережене широке використання вступних конструкції, спрямованих на структурування мови: «*перш за все*», «*в цілому*», «*в принципі*», «*разом з тим*», «*більш того*», «*у всякому разі*», «*допустимо*», «*до речі*», «*по-перше*». – «*but generally*», «*but basically*», «*indeed*», «*for example*», «*first*». Вступні конструкції, що допомагають висловити власну думку: «*я думаю*», «*я вважаю*», «*на мій погляд*», «*я переконаний*». – «*I think*», «*I count*», «*in my opinion*», «*I believe*».

I think there are definitely some good ones out there, but generally we find that if you want something cheap, fast and that's probably going to work, then you should use a regular commercial supplier.

For example, with SpaceX we have to make these giant rockets, it takes 10 years to bring SpaceX to this point, where it may be comparable to what we sold to Paypal eBay in three and a half years.

At first it will seem that it does not work, and then it will seem that it is.

Because I believe in building things on the basis of rational logic, and so you start with where do you decide that something is important?

Я думаю, що там точно є кілька хороших, але загалом ми вважаємо, що якщо ви хочете щось дешево, швидко, і це, мабуть, буде працювати, тоді вам слід використовувати звичайного комерційного постачальника.

Наприклад, з SpaceX ми маємо виготовити ці гігантські ракети, потрібно 10 років, щоб довести SpaceX до цього моменту, що є важливим, порівнянно з тим, що ми продали Paypal eBay протягом трьох з половиною років.

Спочатку здаватиметься, що це не працює, а потім здаватиметься, що так.

Оскільки я вірю в те, щоб будувати речі на основі раціональної логіки, і тому ви починаєте з того, типу, як ви вирішуєте, що щось є важливим?

Вступні конструкції, що виражають почуття впевненості в чому-небудь: «мені здається», «звичайно», «зрозуміло», «напевно». – «*It seems to me*», «*of course*», «*I'm sure*», «*probably*».

Of course, it would be very convenient if there was another planet similar to the Earth, but this is unlikely and, as it turns out, not.

I mentioned that we could afford a quarter of a percent of our GDP to make life multiplanetary, it's worth it if you have a rocket that can be reusable.

I'm sure there are parts of NASA that are just as demanding, perhaps more demanding than SpaceX, but SpaceX is an extremely demanding organization, and we expect people to work overtime and do their job very well.

Звичайно, було б дуже зручно, якби поруч була інша планета, подібна до Землі, але це малоймовірно і, як виявляється, не так.

Я згадав, що ми могли б дозволити собі чверть відсотка нашого ВВП, щоб зробити життя багатопланетним, це наче як у вас є ракета, яка може бути багаторазового використання.

Я впевнений, що є частини НАСА, які настільки ж вимогливі, можливо, вибагливіші, ніж SpaceX, але SpaceX є надзвичайно вимогливою організацією, і ми очікуємо, що люди працюватимуть надмірно і будуть дуже добре виконувати свою роботу.

Завдяки збереженню перекладу вступних конструкцій, зберігся і акцент на особливих моментах, які сприяють сприйняттю інформації. Також збереження даних конструкцій допомагає передати особисту оцінку Ілона Маска з якогонебудь питання і відобразити своє ставлення. Однак слід звернути увагу, що при перекладі вступних конструкцій, які допомагають висловити власну думку ряд синонімічних вступних конструкції як: «я вважаю», «я думаю», «я переконаний», «на мій погляд», в англійській мові часто представлені тільки як: «*I believe*». Тим самим, в даному випадку застосований прийом розширення вихідних значень. Також, структура мови перекладу дозволила передати і використання переважно прямого порядку слів у реченні, завдяки такій граматичній трансформації як синтаксичне уподібнення:

In fact, I think, it is consciousness which makes this the next step.

Насправді, я думаю, саме розуміння робить це наступним кроком.

Крім того зустрічалися і випадки граматичної заміни: при перекладі минулий час в мові оригіналу був змінений на теперішній:

So, for example, at Tesla, we've never spent any money on advertising. Так, наприклад, у Tesla ми ніколи не витрачаємо грошей на рекламу.

Також були розглянуті випадки членування речення (коли одне речення англійською мовою було розділене на два) на мові перекладу:

We already have most of the large support systems for the cargo version of Dragon which we require to carry biological cargo to the station and back.

У нас уже є більшість великих систем підтримки вантажної версії Dragon. Вона нам потрібна для перевезення біологічного вантажу до станції та назад.

Стилістичні системи англійської та української мов різні. Це тягне за собою необхідність застосування стилістичних трансформацій. Стилістичний компонент у мовленні Ілона Маска представлений яскраво, за допомогою різних засобів. У цьому випадку перед перекладачем стоїть таке не просте завдання як зберегти емоційний вплив оригіналу на реципієнта, використавши при цьому вірні мовні засоби.

When people came over here from England in the beginning I don't think they bought return tickets. Коли спочатку люди приїжджали сюди з Англії, вони ж не купували квитки назад.

Ілон Маск часто надає додатковий емоційний ефект своїй промові, використовуючи просторіччя. При аналізі перекладу його промови на українську мову було виявлено, що подібний емоційний ефект, в більшості випадків, в перекладі не передається.

Для досягнення своїх комунікативних цілей, в україномовній версії інтерв'ю Ілон Маск застосував різні комунікативні стратегії. Основною стратегією була стратегія самопрезентації та побудови іміджу компанії (автор стратегії дослідник

О.С. Іссерс), яка нараховується в 29 випадках. В україномовній версії інтерв'ю основна стратегія самопрезентації і побудови іміджу компанії була збережена.

In the second half of this year, Tesla will produce more electric cars than in its entire existence. I feel very confident predicting that within 20 years most of the new cars released will be fully electric, and it could be closer to 10 years than 20.

Compare this to Tesla, where Tesla files many patents because the competitors are commercial companies and are law enforcement.

У другій половині цього року Tesla випустить більше електричних автомобілів, ніж за весь час свого існування. Я відчуваю себе дуже впевнено, прогножуючи, що протягом 20 років більшість нових випущених автомобілів будуть повністю електричними, і це може бути ближче до 10 років, ніж 20.

Порівняйте це з Tesla, де Tesla подає багато патентів, оскільки конкуренти є комерційними компаніями, і існує примусове виконання.

2. Застереження (5 випадків):

So it's fair that people would have a misunderstanding about this because the announcement of the loan that Tesla got – and also, Nissan and Ford got loans that were much larger than what Tesla got – at the same time, but these loans were announced right around the time that there were bailouts taking place and there was a stimulus and so people naturally confused the two which is unfortunate but they're really quite different.

Тож справедливо, що у людей виникне непорозуміння з цього приводу, оскільки оголошення про позику, яку отримала Tesla – а також, Nissan і Ford отримали позики, які були значно більшими, ніж Tesla, – одночасно, але ці позики були оголошені у той час, коли надавалися займи, і був стимул, і тому люди природно переплутали ці дві речі, що дуже шкода, але вони насправді зовсім різні.

3. Позиціонування компанії (10 випадків):

We want to be like the shipping company that brought people from Europe to America. Or like the Union Pacific railroad or something like that.

Ми хочемо бути схожими на судноплавну компанію, яка привезла людей з Європи до Америки. Або як залізниця Union Pacific або щось подібне.

4. Позиціонування електроавтомобілів як автомобілів майбутнього (6 випадків):

In my case, the three areas that I'm focused on are space exploration, solar energy and electric cars.

У моєму випадку три сфери, на яких я зосереджений, – це дослідження космосу, сонячна енергія та електромобілі.

5. Тактика просування власного іміджу як керівника компанії(2 випадки):

I think things are going pretty well. We are going to be in production with our sedan next month. So we will start our first deliveries to customers next month. With the following technologies, there seems to be such an influx and excitement. At first it will seem that it does not work, and then it will seem that it is. So it's like a sinusoidal wave tilted up. As long as there are companies moving technology forward, as Tesla does, this sine wave will continue to lean upward. I think that over the next few years we will actually see a huge increase in the number of electric cars. "In the second half of this year, Tesla will produce more electric cars than in its entire existence. I am confident in predicting that within 20 years, most new cars will be fully electric, and it could be closer to 10 years than 20."

Я думаю, що справи йдуть досить добре. Ми збираємось зайнятися виробництвом нашого седану наступного місяця. Тож ми почнемо свої перші поставки клієнтам наступного місяця. З наступними технологіями, здається, існує такий приплив і хвилювання з цього приводу. Спочатку здаватиметься, що це не працює, а потім здаватиметься, що так. Отже, це ніби синусоїдальна хвиля, що рухається вгору. Поки існують компанії, які рухають технологію вперед, як це робить Tesla, ця синусоїда буде продовжувати ркхатися вгору. Думаю, у найближчі кілька років ми фактично побачимо величезне збільшення кількості електромобілів. "У другій половині цього року Tesla випустить більше електричних автомобілів, ніж за весь час свого існування. Я впевнений, прогноую, що протягом 20 років більшість нових автомобілів будуть повністю електричними це може бути ближче до 10 років, ніж 20".

6. Позиціонування «захист навколишнього середовища» (1 випадок):

Now you say, well, let's make it reusable, which means you need to strengthen the stages, you have to add a lot of weight, a lot of thermal protection, you have to do a lot of things that add weight to this vehicle, and still have a useful payload to orbit.

Тепер ви кажете: добре, давайте зробимо його багаторазовим, а це означає, що вам потрібно посилити етапи, ви повинні додати велику вагу, багато теплового захисту, ви повинні зробити багато речей, які додадуть ваги цьому транспортному засобу, і все ще має корисне навантаження на орбіту.

Крім того, Ілон Маск дотримувався аргументаційних і композиційних стратегій, які в англійській версії нараховуються в 15 випадках. Але в українській версії аргументаційна і композиційні стратегії збереглися частково (11 випадків).

1. Переконавання (5 випадків):

But, you know, worth reemphasizing. I think the first is, you need to work, if you, depending on how well you want to do, particularly if you want to start a company, you need to work super hard.

Але, знаєте, варто це підкреслити. Я думаю, що перше, вам потрібно працювати, якщо ви залежете від того, наскільки добре ви хочете зробити, особливо якщо ви хочете створити компанію, вам потрібно працювати надмірно.

2. Позиціонування тактики «Увага на адресата» (6 випадків):

And I mean, if you do the simple math, you say like somebody else is working 50 hours a week and you're working 100, you'll get twice as done, as much done, in the course of the year as the other company.

І я маю на увазі, якщо ви просто порахуєте, ви говорите, як хтось інший працює 50 годин на тиждень, а ви працюєте 100, ви отримаєте вдвічі більше, стільки ж зробите протягом року, ніж інші компанії.

3. Деталізація (4 випадки):

Total cost per launch is about \$6.5 million, all in.

Загальна вартість запуску складає близько 6,5 мільйонів доларів у цілому.

Таким чином, мова Ілона Маска в інтерв'ю будується за допомогою стратегій створення не тільки свого іміджу, а образу компанії та її внеску в майбутнє. Мова Ілона Маска логічна, доброзичлива, структурована, має причинно-наслідковий зв'язок і спрямована на формування свого іміджу. Комунікативні стратегії та тактики Ілона Маска передані в тексті перекладу частково.

Висновки до третього розділу

Мова Ілона Маска логічна, структурована, не багатослівна і має причиннонаслідковий зв'язок. Крім того, вона являє собою сукупність особливостей, які спрямовані на створення комфортної психологічної обстановки спілкування.

Розглянувши особливості передачі у перекладі науково-популярних текстів Ілона Маска його комунікативних стратегій і тактик, можна зробити висновок, що майже всі особливості мови Ілона Маска були передані на мову перекладу. І як наслідок, комунікативні особливості особистості були успішно збережені і представлені для україномовного реципієнта.

Головною метою перекладу є досягнення еквівалентності та адекватності в процесі передачі інформації з однієї мови на іншу. При виконанні перекладацького аналізу були розглянуті перекладні відповідності стилістичними особливостями, перекладацькі трансформації на лексичному, граматичному, лексикограматичному рівнях. При аналізі були виявлені такі прийоми перекладу як: прийом підбору еквівалента, дослівний переклад, членування речення, граматичні заміни, синтаксичне уподібнення, антонімічний переклад, прийом розширення (генералізації) вихідних значень.

Крім того, в ході дослідження були розглянуті комунікативні стратегії Ілона Маска, як в англomовному тексті інтерв'ю, так і в тексті перекладу.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити наступні висновки:

1. В теоретичній частині роботи були охарактеризовані особливості науковопопулярного стилю. Встановлено, що науково-популярний текст є підстилем наукового стилю мовлення, містить наукові відомості для нефахівця в певній галузі знань і реалізує комунікативну настанову щодо задоволення його пізнавального інтересу.

2. У роботі було визначено відмінність науково-популярного стилю від наукового. Головною особливістю науково-популярного стилю є поєднання характеристик наукового (логічність викладу, об'єктивність) і публіцистичного (адресність, експресивність) стилів. У науково-популярних текстах викладається інформація, яку можна отримати в сфері наукової діяльності, відповідно їх зміст однаковий. Але, на відміну від наукового стилю, завдання науково-популярного полягає в тому, щоб донести максимально достовірну наукову інформацію в доступній полегшеній формі до читача-неспеціаліста.

3. Лексико-стилістичні особливості науково-популярного стилю були ретельно описані. Простота і доречність в науково-популярному виданні певним чином пов'язана з використанням термінів. У складі термінологічної лексики можливо виокремити декілька шарів, що відрізняються за сферою вживання, змістом поняття, особливостями означеного об'єкта. Сучасний науковопопулярний

текст має уникати стереотипності, оскільки специфіка популярної манери оповіді визначає вираження індивідуально-авторського образу мислення.

4. У роботі було визначено стратегію, яка складається з певного набору тактик, які, в свою чергу, складаються з комунікативних ходів, розглядаються як інструменти, що застосовуються для реалізації конкретної тактики мовлення. Огляд літератури, що дає уявлення про використання комунікативних стратегій і тактик, показав, що їх уніфікована класифікація залишається предметом суперечок, оскільки комунікативна поведінка людей зумовлена різними факторами.

5. Аналіз комунікативних стратегій і тактик в призмі науково-популярного стилю довів, що емоційно-оцінна тактика виступає засобом актуалізації глобальної стратегії переконання. Подібну характеристику комунікативної поведінки можна тлумачити як «стереотипне уявлення про спільну взаємодію, акцентуючи увагу на «публічності, а не на офіційності». Стратегічність спілкування як ціннісна домінанта, властива англomовному спілкуванню, дозволяє вирішувати завдання, які залежать від різних умов спілкування, для успішного перебігу мовної взаємодії.

6. Комунікативний паспорт Ілона Маска був ретельно описаний у роботі. Встановлено, що категорія модальності відіграє значну роль у формуванні комунікативного паспорту. Позитивна модальність у висловлюваннях Ілона Маска не лише об'єктивно відображає певні факти, а й надає їм суб'єктивну оцінку. Прагматичні властивості категорії модальності виявляються в конкретній мовленнєвій ситуації.

7. Аналіз особливостей передачі у перекладі науково-популярних текстів Ілона Маска його комунікативних стратегій і тактик показав, що в інтерв'ю Ілон Маск часто вдається до вживання такої властивості мови, як виразність. Він використовує такі виразні засоби, в яких лаконічність, чітке формулювання проблем і їх рішень, поєднуються з просторічними, жаргонними і іноді грубими формами вираження думок. Таке використання виразних засобів, дозволяє розбудити не тільки логічну, а й естетичну, емоційну область нашої свідомості, адже виразна мова набагато сильніше діє на наші почуття і емоції.

Так, при аналізі були виділені такі особливості як збереження використання словосполучень і виразів з експресивно-оцінним значенням, що носять в основному позитивний характер. Збереження лексики, що містить позитивну оцінку, допомогло створити позитивний імідж завдяки прийому підбору еквівалентів при перекладі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алейникова Ю. А. Цитирование в научно-популярном тексте [Текст] : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тула, 2006.157 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов.4-е изд., испр. и доп.М.: Флинта: Наука, 2002.384 с.
3. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики. К.: Академія, 2009. 376 с.
4. Белова А. Д. Коммуникативні стратегії і тактики: проблеми систематики. Мовні і концептуальні картини світу.2004.Вип. 10.С. 11–16.
5. Бобошко Т. М. Реактивная оценочная реплика как выражение перлокутивного эффекта. Языковая системология: сборник статей. Материалы Международной научной конференции (21 февраля 2013 г.).М., 2013.С. 274–280.
6. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. Русская разговорная речь как явление городской культуры.Екатеринбург: АРГО, 1996.С. 21–48.
7. Будагов Р. А. Литературные языки и языковые стили. М.: Высшая школа,1967. 376 с.
8. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвострановедческая теория слова. М.: Русский язык, 1980. 320 с.
9. Вернигора Н. М. Жанри наукової періодики (Методичні рекомендації щодо формування структури і рубрикації текстів). Інтегровані комунікації : наук.

журн. / Ін-т журналістики Київ. ун-ту ім. Бориса Грінченка. Київ, 2016. С. 46–52.

10. Виноградов В. В. Проблемы русской стилистики. М. : Высшая школа, 1981. 320 с.

11. Винокур Т. Г. Разговорная речь и стиль. Теория и практика лингвистического описания иноязычной разговорной речи. Горький : Изд-во ГПУ, 1972. 363 с.

12. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка. М. : Высшая школа, 1981. 316с.

13. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 138 с.

14. Гвоздев А. Н. Очерки по стилистике русского языка. М. : Просвещение, 1965. 408 с.

15. Гончарова Н. В. Аксіологічна структура англомовного діалогічного дискурсу (на матеріалі художньої прози): Дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Н. В. Гончарова. К., 2002. 182 с.

16. Горелов И. Н. Невербальные и вербальные компоненты коммуникации: к типологии взаимодействия. Человеческий фактор в правоохранительных системах: материалы межд. научн.-практ. конф. «Языки мозга и тела человека: проблемы и практика использования в деятельности органов внутренних дел». Орел, 29 мая–2 июня 1995 г.

17. Дацюк С. А. Коммуникативные стратегии [Электронный ресурс] / С. А. Дацюк. Режим доступа: http://xyz.org.ua/discussion/communicative_strategy.html.

18. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск: БГК им.

И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

19. Дейк Т. А. ван Стратегии понимания связного текста. Перев. с англ. В. Б. Смиренского. Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. М., 1988. С. 153- 211.

20. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 рр.): автореф. дис.канд. філол. наук: 10.02.04 / Нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ. 2006. 19 с.
21. Дускаева Л. Р. Лингвопраксиологическая доминанта в развитии современной российской медиалингвистики [Электронный ресурс] 2014 (а). С. 17-23. URL: <http://journ.bsu.edu.ru/files/medialingva2014.pdf>
22. Иванова Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре предвыборных теледебатов. автореф. дис. ... канд. филол. Наук. Волгоград, 2003. 21 с.
23. Иссерс О. С. Речевое воздействие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. 240 с.
24. Каплан Р. Cultural thought patterns in inter-cultural education. Language learning. 1966. Vol. 16, pp. 1-20.
25. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Изд-во Перемена, 2002. 477 с.
26. Караулов Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения. Язык и личность. М.: Наука, 1989. С. 3-8.
27. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
28. Кожина М. Н. Стилистика русского языка: учебник / М. Н. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. 4-е изд., стереотип. М.: ФЛИНТА: наука, 2008. 464 с.
29. Коробова Н. В. Мелиоративные коммуникативные стратегии современной английской речи: автореф. дисс. на соиск. уч. степени канд. филол. наук: спец. 10. 02. 04 "Германские языки". Нижний Новгород, 2007. 16 с.
30. Лабунская В. А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход). Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. гос. ун-та, 1986. 136 с.
31. Ланских А. В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: дис. канд. филол. наук. Екатеринбург, 2008. 183 с.

32. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.280 с.
33. Митрофанова О. Д. Научный стиль речи: проблемы обучения. М. : Русский язык, 1976.200 с.
34. Нагиева Е. Б. Речевая организация текста публичной лекции (на материале телевизионного цикла Academia): Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. СПб, 2017. 27 с.
35. Передон Н. О. Тактики імпліцитної актуалізації згоди у структурі кооперативної стратегії комуніканта-об'єкта примирення. Актуальні питання іноземної філології: наук. журн. 2017. № 7. С. 137–143.
36. Позднякова Н. В. Метафора в научно-популярном стилі : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Позднякова Нина Васильевна. Белгород, 1995.209 с.
37. Присяжнюк Т. А. Характеристика речевого воздействия в языке информационных газетных сообщений. Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2009. №2(4). С. 205-207.
38. Приходько Г. І. Способи вираження оцінки в сучасній англійській мові. Запоріжжя: ЗДУ, 2001.362 с.
39. Разинкина М. Н. Функциональная стилистика. М. : Высшая школа, 1989. 168 с.
40. Розенталь Д. Э. Справочник по русскому языку. Практическая стилистика. М. : Оникс 21 век, 2001.381 с.
41. Романова Т. В. Модальность. Оценка. Эмоциональность. Нижний Новгород: Изд-во НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2008. 310 с.
42. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
43. Серякова И. И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках : монография. К. : Изд. центр КНЛУ, 2012. 280 с.
44. Симоненко Т. В. Основы наукового мовлення : навчально-методичний посібник. Черкаси: ЧНУ ім. Богдана Хмельницького, 2005. 80 с.

45. Сквородников А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии. Риторика↔Лингвистика.

Вып. 5: сб. статей. Смоленск: СГПУ, 2004. С. 5-11.

46. Солганик Г. Я. Язык современной публицистики : сборник статей. М.: Флинта: Наука, 2005. 232 с.

47. Солощук Л. В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англomовному дискурсі : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04 / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 2009. 469 с.

48. Сорокин Ю. А. Человек говорящий в его модусах и отношениях. Массовая культура на рубеже XX-XXI веков : Человек и его дискурс. М. : Азбуковник, 2003.

49. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Изд-во «КО», 2001. 228 с.

50. Троянская Е. С. Особенности жанров научной литературы и отбор текстов на различных этапах обучения научных работников иностранному языку. Функциональные стили. Лингвометодические аспекты. М. : Наука, 1985. С. 189–201.

51. Чаковская М. С. Взаимодействие стилей научной и художественной литературы. М. : Высшая школа, 1990. 159 с.

52. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.

53. Языкова Н. В., Попова М. И. Особенности английской терминосистемы управления качеством. Язык, культура и научно-технические инновации в странах изучаемых языков: материалы междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых. Иркутск: Изд-во ИРНТУ, 2016. С. 532–537.

54. Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. М.: Языки славян. культуры, 2001. 382 с.

55. Яшенкова О. В. Оцінні номінації в англійському діалогічному мовленні:

автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" / О. В. Яшенкова.К., 1995.23 с.

56. BBC. com [Електронний ресурс] / режим доступу: URL: <http://www.bbc.com>

57. Brown P. Politeness / P. Brown, S. Levinson. Cambridge: Cambridge University Press, 1987.244 p.

58. Crystal D. An Encyclopedic Dictionary of Language and Languages [Text] / David Crystal. Penguin, 1994.428 p.

59. Darian S. Impact: Writing for Business, Technology and Science / S. Darian, O. Ilchenko.К.: Akadempriodyka, 2012.232 p.

60. Elon Musk: The Future We're Building and Boring at TED (Transcript). URL: <https://singjupost.com/elonmusk-the-future-were-building-and-boring-atted-transcript/2/>

61. Elon Musk: The mind behind Tesla, SpaceX, SolarCity

<https://www.manufacturing.net/home/video/13212124/elon-musk-the-mindbehind-tesla-spacex-solarcity>

62. Elon Musk : Elon Musk Interview Predictions For 20 Years https://www.youtube.com/watch?v=Ef-7bVy1HxI&ab_channel=SpaceNewsPod

63. Gruber H. Evaluation Devices in Newspaper Reports / H. Gruber. Journal of Pragmatics. 1993. Issue 19. P. 469–486.

64. Guffey, M. E., & Loewy, D. (2012). Essentials of business communication. Mason: Cengage.

65. Mannan Z. (2013). Business communication: Strategies for success in business and professions. Dhaka, Bangladesh: Saint Martin Publisher

66. Peredon N. O. The Persuasive Power of Stylistic Devices in the Speech of Mediators // Science and Education. A New Dimension: Philology. 2017. V. 38. Issue 138. P. 50–52.

67. Wilson L. J. (2001). Extending strategic planning to communication tactics. In R. L. Heath (Ed.), Handbook of public relations (pp. 215-222). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

68. Yew D. (2014). Communication strategies for the global workplace. Singapore: Pearson Education South Asia Pte Limited.

ДОДАТКИ

Текст оригіналу	Переклад	Перекладацька трансформація	Структура	Прагматичне спрямування
I think fundamentally the future is vastly more exciting and interesting if we're a space-faring civilization and a multi-planet species than if we're not.	Я думаю, що в принципі майбутнє набагато захоплююче та цікавіше, якщо ми - космічна цивілізація та багатопланетний вид, ніж якщо б ми ними не були.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

The future's going to be great.	Майбутнє буде визначним.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
And that's what being a space-faring civilization is all about.	І ось у чому полягає сутність космічної цивілізації.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
It's about believing in the future and thinking that the future will be better than the past.	Йдеться про віру в майбутнє та думки, що майбутнє буде кращим за минуле.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
And I can't think of anything more exciting than going out there and being among the stars.	І я не можу придумати нічого більш захоплюючого, ніж вийти там і опинитися серед зірок.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання

I feel fairly confident that we can complete the ship and be ready for a launch in about five years.	Я досить впевнений, що ми можемо добудувати корабель і бути готовими до запуску приблизно за п'ять років.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
Five years seems like a long time to me.	П'ять років мені здалися довгими.	Заміна	Одне речення, просте	Переконання

The area under the curve of resources over that period of time should enable this timeframe to be met, but if not this timeframe I think pretty soon thereafter.	Синхронізація ЗемляМарс відбувається приблизно кожні два роки. Тож раз на два роки є можливість летіти на Марс.	Перестановка	Складне речення	Навіювання
What are some of the other problems that are likely to most affect the future of humanity?	Які інші проблеми можуть вплинути на майбутнє людства?	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
Not from the perspective, 'what's the best way to make money,' which is okay, but, it was really 'what do I think is going to most affect the	Не з точки зору, «який найкращий спосіб заробляти гроші», що є також нормальним, але насправді це було «що, на мою думку, найбільше вплине на майбутнє людства».	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

future of humanity.'				
The biggest terrestrial problem is sustainable energy.	Найбільшою земною проблемою є стабільна енергетика.	Синтаксичне уподібнення	Одне речення, просте	Навіювання

Production and consumption of energy in a sustainable manner.	Виробництво та споживання енергії у сталий спосіб.	Дослівний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
If we don't solve that in this century, we're in deep trouble.	Якщо ми цього не вирішимо у цьому столітті, ми отримаємо серйозні проблеми.	Заміна	Складне речення	Переконання
I think it's important to have a future that is inspiring and appealing.	Я вважаю, що важливо мати майбутнє, яке буде надихати та приваблювати.	Заміна	Складне речення	Навіювання
I just think there have to be reasons that you get up in the morning and you want to live.	Я просто вважаю, що повинні бути причини того, чому ти встаєш вранці і хочеш жити.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання

<p>If the future does not include being out there among the stars and being a multiplanet species.</p>	<p>Якщо майбутнє не включає перебування там серед зірок і існування багатопланетного виду.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Навіювання</p>
<p>I find that it's incredibly depressing if that's not the future that we're going to have.</p>	<p>Я вважаю, що воно неймовірно гнітюче, якщо це не те майбутнє, яке ми плануємо мати.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>I think it's particularly important when there's the potential for mass destruction.</p>	<p>Я вважаю, що особливо важливо, коли є потенціал масового знищення.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>I think AI is something that is risky at the civilization level, not merely at the individual risk level, and that's why it really demands a lot of safety research</p>	<p>Я вважаю, що ШІ є ризикованим на цивілізаційному рівні, а не лише на рівні індивідуальному, і тому він насправді вимагає багато досліджень з приводу безпеки.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

So right now, one of the most souldestroying things is traffic.	Тож зараз дорожній рух є тим, що найбільш руйнує душу.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання
It affects people in every part of the world.	Він впливає на людей у будь-якій частині світу.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Переконання
It's exciting and inspiring to think about new forms of transportation or new technologies that make people's life better.	Думати про нові види транспорту чи нові технології, які покращують життя людей є захоплюючим та надихаючим.	Перестановка	Складне речення	Навіювання
Wherever they happen, I think it's great. As soon as it happens somewhere and people see it really works out I think it'll quickly spread throughout the world.	Де б вони не відбувалися, я думаю, це чудово. Як тільки це десь відбувається, і люди бачать, що це справді працює, я думаю, це швидко пошириться по всьому світу	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
In order for us to be a spacefaring civilization and out there among the stars.	Для того, щоб ми були космічною цивілізацією і знаходились там серед зірок.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа

We need dramatic improvements in rocket technology.	Нам потрібні значні вдосконалення ракетних технологій.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
Obviously, I do rockets, so I like things that fly	Очевидно, я роблю ракети, тож мені подобаються речі, які літають.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
Yeah, I think certainly safety's really important.	Так, я вважаю, що безпека дійсно важлива.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
But now we got a pretty good sense of what it takes to create a huge carbon fiber tank that can hold cryogenic liquid.	Але тепер ми досить добре розуміємо, що потрібно для створення величезного резервуару з вуглецевого волокна, який вміщує криогенну рідину.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
That's actually extremely important for making a light spaceship.	Це насправді надзвичайно важливо для створення легкого космічного корабля.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
And what I really want to try to achieve here is to make Mars seem possible, make it seem as though it's something that we	І чого я справді хочу спробувати досягти тут, так це зробити Марс доступним, зробити так, ніби це те, що ми можемо зробити у своєму	Описовий переклад	Складне речення	Навіювання

can do in our lifetimes and that you can go, and is there really a way that anyone can go if they wanted to.	житті і куди можна відправитись, і створити насправді будь-який спосіб для будь-кого, коли він захоче полетіти.			
I think that's really the important thing.	Я думаю, що це насправді головне.	Синтаксичне уподібнення	Складне речення	Навіювання
Contrast that to Tesla, where Tesla files a lot of patents because the competitors are commercial companies and there's enforceability.	Порівняйте це з Tesla, де Tesla подає багато патентів, оскільки конкуренти є комерційними компаніями, і існує примусове виконання.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
The value of the loan was really to accelerate the progress at Tesla, not to keep Tesla alive.	Цінність позики справді полягала в прискоренні прогресу компанії Tesla, а не в тому, щоб підтримувати Tesla на плаву.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
The overarching goal of Tesla is to get the industry to move towards electrification – competition or not – and whether we do that with our own cars, with cars that we help other people make, as we're doing with	Основною метою Tesla є змусити галузь рухатися до електрифікації – конкуренція чи ні – і чи будемо ми це робити на власних автомобілях, на машинах, які ми допомагаємо іншим людям робити, як ми робимо з Daimler, ми	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

<p>Daimler, we're producing battery packs and chargers for the Mercedes A-class, for the electric Smart car or with Toyota, we're producing the entire electric power train for the electric Rav-4, we're just trying to move the industry towards electrification faster than it might otherwise go and we're certainly quite pleased whenever there's any announcement about another manufacturer producing electric cars.</p>	<p>виробляємо акумуляторні батареї та зарядні пристрої для Mercedes A-класу, для електричного автомобіля Smart або Toyota, ми виробляємо всю електроенергію для електричного Rav-4, ми просто намагаємось рухати галузь до електрифікації швидше, ніж це відбувається і ми, звичайно, цілком задоволені, коли отримуємо повідомлення про іншого виробника, що виробляє електромобілі.</p>			
<p>You know, life has to be about more than solving problems.</p>	<p>Знаєте, життя повинно бути не лише вирішенням проблем.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>There have to be things that inspire you to be proud to be a member of humanity.</p>	<p>Повинні бути речі, які надихають вас пишатися тим, що ви є членом людства.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>The Apollo program is certainly an example of that.</p>	<p>Програма Apollo, безумовно, є прикладом цього.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

Only a handful of people went to the Moon, and yet, actually, we all went to the Moon.	Лише купка людей потрапила на Місяць, і все ж, насправді, ми всі пішли на Місяць.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
It wasn't something that I thought – I wasn't sure it could be solved for a while, but then, just relatively recently – in the last 12 months or so – I've come to the conclusion that it can be solved, and SpaceX is going to try to do it.	Це було не те, що я думав – я певний час не був впевнений, що це можна буде вирішити, але потім, порівняно недавно – за останні 12 місяців чи близько того – я дійшов висновку, що це можна вирішити, і SpaceX спробує це зробити.	Описовий переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
Now, we could fail.	Тепер ми можемо зазнати невдачі.	Антономічний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
I'm not saying we're certain of success here, but we're going to try to do it, and we have a design that, on paper, doing the calculations, do the simulations, it does work.	Я не кажу, що ми впевнені в успіху тут, але ми спробуємо це зробити, і ми маємо дизайн, який на папері, виконуючи обчислення, робить моделювання, і це працює.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
Now, we have to make sure those simulations and reality agree, because generally when they don't, reality wins.	Тепер ми маємо переконатись, що ці моделювання та реальність узгоджуються, оскільки, як правило, коли цього не відбувається, реальність виграє.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання

<p>I think there may be some concerns going future long term with Russia in that a lot of their expert rocket engineers have retired, because it is much more compelling, financially, going into the oil and gas industry in Russia than it is to go into the rocket industry.</p>	<p>Я думаю, що в майбутньому з Росією можуть виникнути певні занепокоєння через те, що багато їх досвідчених ракетних інженерів вийшли на пенсію, тому що в фінансовому плані набагато більш привабливим є перехід до нафтогазової промисловості Росії, ніж до ракетної промисловості.</p>	<p>Дослівний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>So that expertise is tailing off and I think that may lead to decreased reliability for Russian rockets in the future. Hopefully it doesn't.</p>	<p>Таким чином, я думаю, що це може призвести до зниження надійності російських ракет у майбутньому. Сподіваюся, що ні.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>I certainly believe that the future is pure electric cars, not hybrids.</p>	<p>Я впевнений, що майбутнє – це чисто електромобілі, а не гібриди.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>I think hybrids are an interim step.</p>	<p>Я думаю, що гібриди – це проміжний крок.</p>	<p>Синтаксичне уподібнення</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>They're sort of like an amphibian.</p>	<p>Вони наче земноводні.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>

<p>You know, when life was going from the oceans to land, probably a lot of amphibians, but that's not the end solution.</p>	<p>Ви знаєте, коли життя вийшло з океанів на сушу, ймовірно, з'явилося багато земноводних, але це не кінцеве рішення.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>as a result of some success in the Internet arena, when people concluded that success was not one of the possible outcomes, even when success was not one of the possible outcomes, I'm not saying we're certain of success here</p>	<p>в результаті певного успіху в Інтернетпросторі, коли люди дійшли висновку, що успіх не є одним із можливих результатів, Навіювання іть коли успіх не був одним із можливих результатів, я не кажу, що ми впевнені в успіху тут.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>You certainly know it.</p>	<p>Ви не можете не знати цього.</p>	<p>Антонімічний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>I think there are definitely some good ones out there, but generally we find that if you want something cheap, fast and that's probably going to work, then you should use a regular commercial supplier.</p>	<p>Я думаю, що там точно є кілька хороших, але загалом ми вважаємо, що якщо ви хочете щось дешеве, швидке, і це, мабуть, буде працювати, тоді вам слід використовувати звичайного комерційного постачальника.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>For example, with SpaceX we've got to make these giant rockets, it's taken</p>	<p>Наприклад, з SpaceX ми маємо виготовити ці гігантські ракети, потрібно 10 років, щоб</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>10 years to get SpaceX to this point where it's of a value perhaps comparable to what we sold Paypal to eBay for after three and a half years.</p>	<p>довести SpaceX до цього моменту, що є важливим, порівнянно з тим, що ми продали Paypal eBay протягом трьох з половиною років.</p>			
<p>At first it'll seem it's not working and then it will seem like it is.</p>	<p>Спочатку здаватиметься, що це не працює, а потім здаватиметься, що так.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>Because I believe in building things up from a rational framework of logic and so you start with, sort of, how do you decide that anything is important?</p>	<p>Оскільки я вірю в те, щоб будувати речі на основі раціональної логіки, і тому ви починаєте з того, типу, як ви вирішуєте, що щось є важливим?</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>It would be very convenient, of course, if there was another planet just like Earth nearby, but that's unlikely and as it turns out, not the case.</p>	<p>Звичайно, було б дуже зручно, якби поруч була інша планета, подібна до Землі, але це малоймовірно і, як виявляється, не так.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>I mentioned that we could probably afford a quarter of a percent of our GDP for making</p>	<p>Я згадав, що ми могли б дозволити собі чверть відсотка нашого ВВП, щоб зробити життя</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

life multi-planetary, that's the cost if you have a fully reusable rocket.	багатопланетним, це наче як у вас є ракета, яка може бути багаторазового використання.			
I'm sure that there's parts of NASA which are just as demanding, maybe more demanding than SpaceX, but SpaceX is an extremely demanding organization.	Я впевнений, що є частини НАСА, які настільки ж вимогливі, можливо, вибагливіші, ніж SpaceX, але SpaceX є надзвичайно вимогливою організацією.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
And we expect people to work super hard and be very good at their job.	Ми очікуємо, що люди працюватимуть надмірно і будуть дуже добре виконувати свою роботу.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
In fact, I think, it is consciousness which makes this the next step.	Насправді, я думаю, саме розуміння робить це наступним кроком.	Синтаксичне уподібнення	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
So, for example, at Tesla, we've never spent any money on advertising.	Так, наприклад, у Tesla ми ніколи не витрачаємо грошей на рекламу.	Заміна	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа

We already have most of the large support systems for the cargo version of Dragon which we require to carry	У нас уже є більшість великих систем підтримки вантажної версії Dragon.	Членування	Складне речення	Створення позитивного іміджа
---	---	------------	-----------------	------------------------------

biological cargo to the station and back.	Вона нам потрібна для перевезення біологічного вантажу до станції та назад			
When people came over here from England in the beginning I don't think they bought return tickets.	Коли спочатку люди приїжджали сюди з Англії, вони ж не купували квитки назад.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
Tesla, in the second half of this year, will produce more electric cars than it has produced in its entire lifetime to date.	У другій половині цього року Tesla випустить більше електричних автомобілів, ніж за весь час свого існування.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
I feel very confident predicting that, within 20 years, the majority of new cars produced will be fully electric, and it may be closer to 10 years than 20.	Я відчуваю себе дуже впевнено, прогножуючи, що протягом 20 років більшість нових випущених автомобілів будуть повністю електричними, і це може бути ближче до 10 років, ніж 20.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

<p>Contrast that to Tesla, where Tesla files a lot of patents because the competitors are commercial companies and there's enforceability.</p>	<p>Порівняйте це з Tesla, де Tesla подає багато патентів, оскільки конкуренти є комерційними компаніями, і існує примусове виконання.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
--	---	-------------------------------	------------------------	--------------------

<p>So it's fair that people would have a misunderstanding about this because the announcement of the loan that Tesla got – and also, Nissan and Ford got loans that were much larger than what Tesla got – at the same time, but these loans were announced right around the time that there were bailouts taking place and there was a stimulus and so people naturally confused the two which is unfortunate but they're really quite different.</p>	<p>Тож справедливо, що у людей виникне непорозуміння з цього приводу, оскільки оголошення про позику, яку отримала Tesla – а також, Nissan і Ford отримали позики, які були значно більшими, ніж Tesla, – одночасно, але ці позики були оголошені у той час, коли надавалися займи, і був стимул, і тому люди природно переплутали ці дві речі, що дуже шкода, але вони насправді зовсім різні.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
--	---	-------------------------------	------------------------	-------------------

We want to be like the shipping company that brought people from Europe to America. Or like the Union Pacific railroad or something like that.	Ми хочемо бути схожими на судноплавну компанію, яка привезла людей з Європи до Америки. Або як залізниця Union Pacific або щось подібне.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
--	--	------------------------	-----------------	------------------------------

In my case, the three areas that I'm focused on are space exploration, solar energy and electric cars.	У моєму випадку три сфери, на яких я зосереджений, – це дослідження космосу, сонячна енергія та електромобілі.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
I think things are going reasonably well.	Я думаю, що справи йдуть досить добре.	Синтаксичне уподібнення	Складне речення	Навіювання
We're going to be in production with our sedan next month.	Ми збираємось зайнятися виробництвом нашого седану наступного місяця.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
So we'll start our first customer deliveries next month.	Тож ми почнемо свої перші поставки клієнтам наступного місяця.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
With next technologies there does seem to be this ebb and flow of excitement about it.	З наступними технологіями, здається, існує такий приплив і хвилювання з цього приводу.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання

At first it'll seem it's not working and then it will seem like it is. So it's sort of like an upwards sloping sine wave.	Спочатку здаватиметься, що це не працює, а потім здаватиметься, що так. Отже, це ніби синусоїдальна хвиля, що рухається вгору.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
So long as there are companies that are driving the technology forward, as Tesla is, that sine wave	Поки існують компанії, які рухають технологію вперед, як це робить Tesla, ця синусоїда буде продовжувати рухатися вгору.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання

will continue to be upward sloping.				
I think, in the next several years, we're actually going to see a huge increase in the number of electric cars.	Думаю, у найближчі кілька років ми фактично побачимо величезне збільшення кількості електромобілів.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
Tesla, in the second half of this year, will produce more electric cars than it has produced in its entire lifetime to date.	У другій половині цього року Tesla випустить більше електричних автомобілів, ніж за весь час свого існування.	Перестановка	Складне речення	Переконання

<p>I feel very confident predicting that, within 20 years, the majority of new cars produced will be fully electric, and it may be closer to 10 years than 20."</p>	<p>Я впевнений, прогноую, що протягом 20 років більшість нових автомобілів будуть повністю електричними це може бути ближче до 10 років, ніж 20".</p>	<p>Заміна</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>It is recognized that radiation protection is only one component that must be addressed to protect the overall health and safety of the worker.</p>	<p>Визнано, що радіаційний захист – це лише одна складова комплексу заходів, спрямованих на захист здоров'я і безпеки працівників у цілому.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>

<p>The radiation protection programme should be established and managed together with other health and safety disciplines, such as industrial hygiene, industrialsafety and fire safety.</p>	<p>Програму радіаційного захисту слід вводити і реалізовувати поруч з іншими напрямками охорони безпеки і здоров'я, такими як виробнича гігієна, виробнича безпека і пожежна безпека</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
--	--	-------------------------------	------------------------	--------------------

<p>In the course of decommissioning, consideration should be given to the radiation protection of both workers engaged in the decommissioning operations and the public who may be exposed to radiation from discharges to the environment, from the release of solid materials, and as a result of any subsequent occupancy of the decommissioned site.</p>	<p>У ході виведення з експлуатації слід передбачити радіаційний захист і працівників, залучених до цього процесу, і населення, яке може потрапити під опромінення від викидів у Навіюванняколишнє середовище, від вивільнення твердих радіоактивних матеріалів, а також у результаті подальшого використання виведеного з експлуатації майданчика</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>The results and findings of workplace monitoring should be recorded and made available to line management and employees (through their</p>	<p>Результати й дані моніторингу робочого місця мають бути зареєстровані та доведені до відома лінійного керівництва і працівників (якщо доречно, то через їх представників).</p>	<p>Заміна</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>

<p>representatives if appropriate).</p>				
---	--	--	--	--

<p>This information should be used in support of pre- and post-job evaluations, job planning, contamination control and management of radiological control operations.</p>	<p>Цю інформацію слід використовувати при проведенні оцінювання до та після роботи, під час планування роботи, при контролі забруднення та управлінні діями з радіологічного контролю</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>As appropriate, key personnel from the operational phase of the facility should be retained to help in performing the decommissioning operations.</p>	<p>Ці фахівці мають необхідні базові знання установки, включаючи її проект та зроблені модифікації, знають історію експлуатації і всі інциденти, які могли мати місце протягом часу її існування, та мають відношення до виведення з експлуатації</p>	<p>Заміна</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

<p>Workplace monitoring can be further subdivided into monitoring for external radiation, air contamination and surface contamination.</p>	<p>Моніторинг робочих місць далі може поділятися на моніторинг зовнішнього опромінення, забруднення повітря і забруднення поверхонь.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Переконання</p>
--	--	-------------------------------	-----------------------------	--------------------

Individual monitoring can be further subdivided into monitoring for external exposure, internal exposure and skin contamination.	Індивідуальний моніторинг може далі поділятися на моніторинг зовнішнього опромінення, внутрішнього опромінення і забруднення шкіри.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
Options predicted to give doses below the dose constraint should be considered further; those predicted to give doses above the dose constraint would normally be rejected.	Прогнозовані варіанти, при яких отримувані дози нижчі граничних, мають розглядатися далі; ті варіанти, при яких прогноуються дози, що перевищують гранично допустимі, зазвичай відхиляються	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання
From para. 2.5(b)(i) of the BSS, it is clear that the mining and milling of radioactive ores should be treated as practices.	З пункту 2.5 (b)(i) ОСБ зрозуміло, що видобування та переробку радіоактивних руд слід розглядати як практичну діяльність.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання

--	--	--	--	--

<p>All exposures in these situations, including those from radon, should be subject to the requirements for practices, irrespective of whether the concentrations of radon in air are above the action level specified in the BSS.</p>	<p>У цих ситуаціях всі види опромінення, включаючи опромінення від радону, слід підпорядковувати вимогам щодо практичної діяльності, незалежно від того, чи перевищує концентрація радону в повітрі рівень, зазначений в ОСБ</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>An action level is «The level of dose rate or activity concentration above which remedial actions or protective actions should be carried out in chronic exposure or emergency exposure situations».</p>	<p>Рівень дій – це «рівень потужності дози, або питомої активності, при перевищенні якого в умовах хронічного опромінення, або аварійного опромінення повинні застосовуватися відновлювальні заходи, або проводитися захисні дії».</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>

<p>Action levels often serve to protect members of the public, but they also have relevance in the context of occupational exposure in chronic exposure situations, particularly that involving exposure to radon in workplaces.</p>	<p>Рівні дій часто використовують для захисту осіб зі складу населення, але вони також мають значення в контексті професійного опромінення в ситуаціях хронічного опромінення, особливо це стосується опромінення від радону на робочих місцях</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>Now you say, okay, let's make it reusable, which means you've got to strengthen stages, you've got to add a lot of weight, a lot of thermal protection, you've got to do a lot of things that add weight to that vehicle, and still have a useful payload to orbit.</p>	<p>Тепер ви кажете: добре, давайте зробимо його багаторазовим, а це означає, що вам потрібно посилити етапи, ви повинні додати велику вагу, багато теплового захисту, ви повинні зробити багато речей, які додадуть ваги цьому транспортному засобу, і все ще має корисне навіюванняантаження на орбіту.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>But, you know, worth reemphasizing.</p>	<p>Але, знаєте, варто це підкреслити.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Переконання</p>

I think the first is, you need to work, if you, depending on how well you want to do, particularly if you	Я думаю, що перше, вам потрібно працювати, якщо ви залежете від того, наскільки добре ви хочете зробити,	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання
want to start a company, you need to work super hard.	особливо якщо ви хочете створити компанію, вам потрібно працювати надмірно.			
And I mean, if you do the simple math, you say like somebody else is working 50 hours a week and you're working 100, you'll get twice as done, as much done, in the course of the year as the other company.	І я маю на увазі, якщо ви просто порахуєте, ви говорите, як хтось інший працює 50 годин на тиждень, а ви працюєте 100, ви отримаєте вдвічі більше, стільки ж зробите протягом року, ніж інші компанії.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання
Total cost per launch is about \$6.5 million, all in.	Загальна вартість запуску складає близько 6,5 мільйонів доларів у цілому.	Заміна	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
When something is important enough, you do it even if the odds are not in your favor.	Якщо щось дійсно важливо, то ти робиш це Навіюванняїть якщо шанси не на твою користь.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

Some people do not like change, but you need to embrace change if the alternative is disaster.	Деякі люди не люблять змін, але зміни необхідно прийняти, якщо альтернатива це катастрофа.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання
--	--	------------------------	-----------------	------------

If you're trying to create a company, it's like baking a cake. You have to have all the ingredients in the right proportion.	Якщо ви намагаєтеся створити компанію, то це як спекти пиріг. У вас повинні бути всі інгредієнти в правильній пропорції.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
I would like to die on Mars. Just not on impact.	Я б хотів померти на Марсі. Тільки не від зіткнення	Синтаксичне уподібнення	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
We're running the most dangerous experiment in history right now, which is to see how much carbon dioxide the atmosphere ... can handle before there is an environmental catastrophe.	Прямо зараз ми проводимо найнебезпечніший експеримент в історії, суть його в тому, щоб дізнатися, скільки вуглекислого газу зможе витримати атмосфера, перш ніж відбудеться екологічна катастрофа.	Перестановка	Складне речення	Створення позитивного іміджа

Great companies are built on great products.	Великі компанії будуються на відмінній продукції.	Заміна	Одне речення, просте	Навіювання
People should pursue what they're passionate about.	Люди повинні невідступно слідувати за своїм пристрасним захопленням.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Переконання

That will make them happier than pretty much anything else.	Це робить їх надзвичайно щасливими.	Заміна	Одне речення, просте	Навіювання
I really do encourage other manufacturers to bring electric cars to market.	Я дійсно підштовхую інших виробників виводити електромобілі на ринок.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
It's a good thing, and they need to bring it to market and keep iterating and improving and make better and better electric cars.	Від цього виграють всі, і вони повинні виробляти, примножувати і робити електричні машини все краще і краще.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання

That's what going to result in humanity achieving a sustainable transport future.	Саме це призведе людство до поновлюваного транспорту майбутнього.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
---	---	------------------------	----------------------	------------

I wish it was growing faster than it is.	Я б хотів, щоб все це розвивалося ще швидше.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
I think it's very important to have a feedback loop, where you're constantly thinking about what you've done and how you could be doing it better.	Я думаю, що дуже важливо мати петлю зворотного зв'язку, яка дозволяє постійно думати про те, що вже зроблено, і як це можна було б зробити краще.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
I say something, and then it usually happens. Maybe not on schedule, but it usually happens.	Я щось кажу, і потім це зазвичай відбувається. Може бути не за розкладом, але зазвичай відбувається.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

I think there are more politicians in favor of electric cars than against.	Я думаю, що політики підтримують електричні автомобілі більше, ніж тих, хто проти.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
--	--	------------------------	-----------------	------------------------------

There are still some that are against, and I think the reasoning for that varies depending on the person, but in some cases, they just do not believe in climate change - they think oil will last forever.	Противники, звичайно, існують, і, я думаю, що причини залежать від конкретної людини, але в деяких випадках вони просто не вірять у зміну клімату, вони думають, що нафта буде вічною.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
---	--	------------------------	-----------------	------------------------------

If you think back to the beginning of cell phones, laptops or really any new technology, it's always expensive.	Якщо ви згадаєте зародження мобільних телефонів, лептопів або будьякий інший технології, то це завжди дорого.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
---	---	------------------------	-----------------	-------------

I do not create companies for the sake of creating companies, but to get things done.	Я створюю компанії не заради компаній, а для того, щоб зробити те, що задумано.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
---	---	------------------------	-----------------	------------------------------

Tesla is here to stay and keep fighting for the electric car revolution.	Тесла прийшла всерйоз і надовго для того щоб продовжити боротьбу за революцію електромобіля.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
The factory is the machine that builds the machine.	Завод це машина, яка виробляє машини.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання

I'm a Silicon Valley guy.	Я людина Силіконової долини.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
I just think people from Silicon Valley can do anything.	Я думаю, що люди із Силіконової долини можуть все.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
The rumors of the demise of the U.S. manufacturing industry are greatly exaggerated.	Чутки про смерть американської промисловості сильно перебільшені.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання
In order to have your voice be heard in Washington, you have to make some little contribution.	Для того, щоб ваш голос був почутий у Вашингтоні, ви повинні зробити невеликий внесок.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання

Patience is a virtue, and I'm learning patience. It's a tough lesson.	Терпіння - це чеснота, і я вчуся терпінню. Це непростий урок.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
When I was in college, I wanted to be involved in things that would change the world.	Коли я вчився в коледжі, я хотів бути причетним до подій, які змінять світ.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

I do not spend my time pontificating about high-concept things; I spend my time solving engineering and manufacturing problems.	Я не витрачаю час на проповіді про високі ідеї; я витрачаю свій час на рішення інженерних і виробничих проблем.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
There's a strong downside to this, yeah, so I just believe this is a free country you know you should be allowed to do what you want so long as it does not endanger others	Є величезний мінус в цьому, я просто вірю, що у нас вільна країна і кожному повинно бути дозволено робити, що він хоче, до тих пір, поки це не шкодить іншим.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання
We should protect the weak, protect the sick, but let's open up the economy	Ми повинні захищати слабких, захищати хворих, але давайте відкриємо економіку.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа

If somebody does not want to stay home, they should not be compelled to stay home.	Якщо хтось не хоче залишатися вдома, їх не потрібно примушувати залишатися вдома.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання
I think it has been politicized	Я думаю, вона (ситуація з вірусом) є політизованою.	Заміна	Складне речення	Переконання
We're rapidly moving towards opening up the country.	Ми рухаємося в бік того, щоб відкрити країну.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

It's gonna happen extremely fast in a few weeks	Це все швидко відбудеться протягом декількох тижнів.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Переконання
It's helpful to study physics, because the math that's in the business stuff is so easy compared to physics.	Фізика дуже допомагає, тому що математика, на яку спираються бізнесмени, дуже примітивна в порівнянні з математичним апаратом фізики.	Заміна	Складне речення	Навіювання

I remember I was in an advanced securities analysis class and they were teaching people what matrix math is. I was like wow, ok.	Пам'ятаю, як на курсі з аналізу ринку цінних паперів викладач пояснював, що таке матриці. Я був у шоці.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
If you can do physics math then business math is super easy.	Якщо ви знаєте математику досить, щоб займатися фізикою, то економічні завдання будете вирішувати без зусиль.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Переконання

Probably a lot of people in the sciences sell themselves short on this front.	Багато вчених недооцінюють себе в цій області.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Переконання
Because they're actually way better than they think they are at this stuff.	Насправді вони знають набагато більше, ніж думають.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Навіювання

<p>Just generally taking a physics framework to think about any problem—it's a generalized problem-solving method that can be applied to the economic world as well as the physical world.</p>	<p>Можна просто взяти і докласти фізичний метод мислення до практично будь-якої проблеми. Це універсальні прийоми і вони працюють в світі економіки так само як і в світі фізики.</p>	<p>Членування речення</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>Yeah, I think of the future as branching probability streams.</p>	<p>Так, я уявляю майбутнє як розгалужені потоки ймовірностей.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>Definitely not. I encourage everyone to do it. The difficulty is that physics is usually so badly taught in high school and even in junior high...</p>	<p>Безумовно ні. Я всім можу це рекомендувати, адже проблема Навіюванняпаки в тому, що фізику дуже погано викладають в школах.</p>	<p>Об'єднання речень</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

--	--	--	--	--

<p>There's too much of the teaching of the tools and not enough of the "why the hell are we learning this in the first place?"</p>	<p>Дуже багато часу приділяється вивченню інструментарію, але не дається відповіді на питання: «Якого біса нас взагалі змушують це вчити?»</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>In SpaceX, we're obviously trying to advance the state of rocket technology with the ultimate goal of establishing a self-sustaining civilization on Mars.</p>	<p>У SpaceX ми зайняті розвитком технологій ракетобудування. Наша кінцева мета - створити самодостатнє поселення на Марсі.</p>	<p>Об'єднання речень</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>In order to do that, we've got to hire people who are going to be really good at coming up with innovative solutions for all the elements of a rocket.</p>	<p>Для цього нам потрібні люди, які здатні знаходити новаторські рішення для всіх частин ракети.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>We'll look for evidence of exceptional ability, [for example].</p>	<p>Ми перш за все шукаємо свідоцтва виняткових здібностей кандидата.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
---	--	---------------------	-----------------------------	-------------------------------------

<p>The grades are one assessment, but it's certainly possible for someone to game the system in college and pick the right classes and get a 4.0 and neglect everything else.</p>	<p>Звичайно, ми дивимося і на оцінки, але завжди є можливість обдурити університетську систему, вибрати відповідні курси і легко отримати вищий бал.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>So grades are one element that could suggest exceptional ability, but often more important is what someone has done in international competitions.</p>	<p>Так що для нас чітко важливіша за перемогу на міжнародних конкурсах олімпіадах.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>If someone won a national science fair or created some amazing bit of electronics or software as a teenager, something like that shows initiative, innovation and exceptional technical capability. That's what I'm looking for on the engineering side.</p>	<p>Якщо хтось переміг на науковому ярмарку національного масштабу, зібрав видатний прилад або написав видатний софт ще в підлітковому віці - це говорить про видатні здібності, новаторський менталітет і ініціативі це для нас найголовніше.</p>	<p>Об'єднання речень</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
---	---	--------------------------	------------------------	-------------------

<p>[Think about] what is the thing that you want to do that you'll find fulfilling and is really useful to others, and then guide your life in that direction.</p>	<p>Задумайтесь над тим, що ви дуже хотіли б робити, і що при цьому приносило б користь людям, а потім зосереджуйте ваші зусилля в цю сторону.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>In physics itself, there are only a relatively small number of people needed to advance the state of the art, particularly if it's contingent on completion of some large technical project, like the LHC.</p>	<p>У самій фізиці лише невелике число людей рухають науку вперед, особливо якщо успіх залежить від масштабних технічних проєктів на кшталт Великого адронного колайдера.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

<p>But even if someone has no intention of ultimately being a physicist, I still believe that the training of physics is excellent.</p>	<p>Навіювання і тільки якщо ви не хочете після Навіювання працювати фізиком, така освіта дуже корисна.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
---	--	-------------------------------	------------------------	--------------------

<p>So as they're going through their academic career I would recommend studying physics as a good base and then a broad range of engineering courses and then some degree of specialization in an engineering field where it fulfills someone's interest, and then arts and sciences courses, particularly history.</p>	<p>Так що я рекомендую вивчати фізику в якості фундаменту, потім пройти побільше різноманітних прикладних інженерних курсів. Щоб визначитися з найбільш цікавим для вас напрямком, і не нехтувати мистецтвами і гуманітарними науками, особливо історією. І ще буде непогано вивчити кілька економічних предметів, хоча б щоб орієнтуватися в термінології.</p>	<p>Членування</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
---	---	-------------------	------------------------	-------------------------------------

<p>And a few business courses are helpful. So you at least know the terminology.</p>	<p>В принципі, вистачить одного бухобліку, хоча особисто я його терпіти не можу.</p>	<p>Об'єднання речень</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
--	--	--------------------------	------------------------	-------------------------------------

<p>You can probably do it with one accounting course, [although] I hate accounting. It's worth it to have some business courses but you don't need too many.</p>	<p>Економічні дисципліни потрібні, але не в великих кількостях. І я не рекомендую MBA. ступінь MBA не потрібний, це погана ідея.</p>	<p>Заміна</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>They don't teach people to think in MBA schools.</p>	<p>На курсах MBA вчать зовсім іншому. Там не вчать людей думати.</p>	<p>Членування</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>And the top MBA schools are the worst. Because they actually teach people that you must be special, and it causes people to close down their feedback loop and not rigorously examine when they are wrong.</p>	<p>Причому чим більш престижний курси, тим гірше, тому що там привчають людей до думки, що вони особливі, після чого ті стають нездатні сприймати зворотний зв'язок і неупереджено аналізувати власні помилки.</p>	<p>Об'єднання речень</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

I hire people in spite of an MBA, not because of one.	Я наймаю швидше всупереч наявності ступеня, а не завдяки йому.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Переконання
If you look at the senior managers of my companies, you'll see very few MBAs there.	Серед вищого керівництва моїх компаній дуже мало людей з MBA.	Заміна	Одне речення, просте	Навіювання
I do engineering.	Я інженер.	Заміна	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
I do aerospace engineering and automotive engineering and most of my time is spent doing that.	Інженер-ракетник і автомобільний інженер. Велику частину часу я займаюся саме цим.	Членування	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа

<p>Most of my week [60%] is spent in engineering meetings with my teams.</p>	<p>В основному, відсотків шістдесят свого часу я працюю з технічними командами.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>I have meetings with all the technical teams at Tesla and Space X every week.</p>	<p>У мене кожного тижня по кілька нарад з інженерами Tesla і SpaceX.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>The last few months I have had to spend proportionally more time on some business activities, reengineering the service and sales process at Tesla.</p>	<p>Правда, за останні кілька місяців я витратив дуже багато часу на бізнес-завдання, пов'язані з реорганізацією обслуговування і продажів в Tesla.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>Not my top favorite thing to do, but it needed to be done.</p>	<p>Це не найприємніше з занять, але це було необхідно.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

<p>We're trying to do more of that over time because otherwise it shouldn't all just flow through me.</p>	<p>Згодом все більше і більше, все йде не тільки через мене.</p>	<p>Антонімічний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>It's quite helpful to have the synthesis of rocket technology and automotive technology and I see things that people who are just in one of those industries don't see.</p>	<p>Працювати на стику аерокосмічної та автомобільної галузей дуже корисно. Я бачу речі, яких не бачать ті, хто працює тільки в одній з них.</p>	<p>Членування</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>Cars are really primitive, from a structural standpoint compared to rockets, because in order for a rocket to get to orbit you have to be incredibly mass efficient, so the first stage of our rocket is 95% propellant by mass fraction.</p>	<p>Автомобіль - досить примітивний пристрій в порівнянні з ракетою, адже, щоб вийти на орбіту, вона повинна бути виключно ефективною за масою. Перший ступінь ракети на 95% складається з палива.</p>	<p>Членування</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

<p>That means only 5% of the first stage is engines, electronics, wiring, airframe, and everything else. Which is really a ludicrously low number.</p>	<p>На двигуни, електроніку, проводку, каркас і так далі залишається тільки 5%. Це дуже, дуже мало.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Навіювання</p>
<p>So I'm used to extreme mass optimization in the rocket arena, and then you look at most cars: Cars have all sorts of mass in places that don't do any good and often not enough in places that are important, and almost all cars are made of not very advanced steel.</p>	<p>Працюючи з ракетами, звикаєш оптимізувати все до грама. А тепер подивіться на машини - у них повно зайвої ваги там де не потрібно і Навіюванняпаки, недостатньо міцності в інших місцях, та й зроблені вони з не найкращої сталі.</p>	<p>Членування</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>The Model S is the only all-aluminum car made in North America.</p>	<p>Tesla Model S - єдина машина в Північній Америці, яка зроблена цілком з алюмінію.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>Since it has a very heavy battery pack, we have to offset that mass with a much lighter restof-car.</p>	<p>Так як у неї дуже важка батарея, нам доводиться сильно полегшувати все інше.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

So in order for the Model S to get the range it has, we had to conserve nonpack mass and that meant going to an all-aluminum body and chassis.	Щоб домогтися такого великого запасу ходу, як у Model S, нам довелося перейти до повністю алюмінієвої рами і кузова.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
There's a lot more we can do on the Model S in terms of mass optimization but it was necessary to still be at a mass at the end of the day that's the same as a gasoline sedan even though you have this heavy battery pack.	Там ще багато чого можна оптимізувати, але ми в першу чергу хотіли домогтися, щоб маса машини була порівнянна з масою звичайного бензинового седана, незважаючи на важку батарею.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
It depends on where in space [you're talking about].	Це залежить від того, що розуміти під космічною подорожжю.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Навіювання

<p>If [it's] where the atmosphere is thin, that's actually relatively easy, because you just punt up and pull down and that's a 5-minute ride.</p>	<p>Просто піднятися вище щільних шарів атмосфери нескладно - вистрибнути на п'ять хвилин і повернутися, ось і все.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>If you want to go to an orbit, that's two orders of magnitude greater energy requirement and then you've got to weed off that energy on the way back, so that's a lot harder.</p>	<p>А для того, щоб вийти на орбіту, потрібно на два порядки більше енергії на розгін. Потім ще потрібно буде цю енергію якось розсіювати під час гальмування, так що це набагато складніше.</p>	<p>Членування</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>I can see orbital travel ultimately getting to...maybe 100-200 thousand...and then the holy grail is to try to get the cost of going to Mars to under a half a million dollars.</p>	<p>Я думаю, орбітальні подорожі рано чи пізно будуть коштувати, скажімо, сто-двісті тисяч. Наш Святий Грааль - політ на Марс вартістю менше півмільйона.</p>	<p>Об'єднання</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>That's the critical economic activation energy needed to have a self-sustaining civilization on Mars.</p>	<p>Це порогове значення, при якому буде можливо створити на Марсі самодостатню колонію.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>A final comment: A lot of people in physics are concerned about expenditures on manned space flight because they are not sure what's the point.</p>	<p>І ось ще що: багато вчених ставлять під сумнів необхідність витрат на пілотовані космічні польоти, тому що не бачать в них особливого сенсу.</p>	<p>Розширення</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>Generally I would agree: if we were just going to bounce around in low Earth orbit, it's questionable whether it's worth the expense.</p>	<p>Я можу з ними погодитися, якщо мова йде тільки про польоти на Навіюванняколоземну орбіту.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>However, if one considers the objective to become a space-faring civilization and a multi-planet species, I think that physicists should support that because it increases the probable lifespan of humanity dramatically, and dramatically increases the scope and scale of civilization, which in turn is what will lead to greater enlightenment in physics and other arenas.</p>	<p>Але, якщо ми хочемо стати справжньою космічною цивілізацією, і, як біологічний вид, поширитися по багатьом планетам, саме пілотовані польоти найважливіше. Тому що це багаторазово збільшує очікувану тривалість існування людства, так само, як і її охоплення і масштаб, що призведе і до нових проривів у фізиці та інших областях.</p>	<p>Об'єднання</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>Of necessity, physics had to develop a framework of thinking that would allow understanding counter-intuitive elements of reality.</p>	<p>Фізики були змушені розробити спосіб мислення, який дозволяє розуміти контринтуїтивні елементи реальності.</p>	<p>Заміна</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

<p>Something like quantum physics is not very intuitive, and in order to make progress, physics essentially evolved a framework of thinking that was very effective for coming to correct answers that are not obvious.</p>	<p>Речі начебто квантової фізики не дуже інтуїтивні, і щоб просуватися в їх вивченні фізики створили методику мислення, яка дозволяє отримувати правильні відповіді, Навіюванняїть якщо вони абсолютно неочевидні.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>And in order to do this, it requires quite a lot of mental exertion.</p>	<p>А це вимагає величезного розумового напруження.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Навіювання</p>
<p>One cannot conduct one's everyday life reasoning from first principles; it would just require too much mental energy.</p>	<p>У повсякденному житті не можна весь час керуватися принципами, це зажадає занадто великої витрати розумової енергії.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>

<p>So I think you have to operate most of your life with reasoning by analogy or essentially copying other people with minor variations.</p>	<p>Так що більшу частину життя доводиться діяти за аналогією, просто копіюючи поведінку інших людей з мінімальними варіаціями.</p>	<p>Перестановка</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Навіювання</p>
<p>But if you are trying to break new ground and be really innovative, that's where you have to apply firstprinciple thinking and try to identify the most fundamental truths in any particular arena and you reason up from there.</p>	<p>Але якщо ви намагаєтеся стати першовідкривачем, винайти щось дійсно нове, то вам доведеться перейти до мислення, заснованого на принципах, виявити найбільш фундаментальні істини у вашій галузі, і виводити свою думку з них.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>This requires quite a bit of mental exertion and I can give you some examples of how this helps one in the rocket business.</p>	<p>Це вимагає напружити голову, і я можу Навіюванняести кілька прикладів того, як це допомагає в ракетобудуванні.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>Any given rocket technology should be evaluated by to what degree does it improve the cost of space transport.</p>	<p>Будь-яка технологія в ракетобудуванні оцінюється по тому, наскільки вона зменшує вартість космічних перевезень.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>Historically, [if you look at] how much rockets cost, you'd see that the trend line has been pretty flat and in the United States, it's actually gotten worse over time.</p>	<p>Але, якщо ви вивчите історію запусків ракет, то побачите, що ця вартість практично незмінна, а в США вона Навіюванняїть підвищується з часом.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>If you just reason by analogy, you'd say that's just the way things are.</p>	<p>Якщо ви будете думати шаблонно, за аналогією, вам нічого не залишиться, крім як визнати, що таке життя.</p>	<p>Заміна</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>

<p>But it's not. The first-principle approach would be to ask what materials is a rocket made of and how much do those materials cost.</p>	<p>Але це не так. Якщо думати, спираючись на принципи, то насамперед треба дізнатися, з чого роблять ракети, і скільки коштують ці матеріали.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Переконання</p>
<p>When we look at that we say wow — in terms of raw materials cost, it's a few percent of what the price of a rocket is.</p>	<p>Коли ми зробили це, ми дуже здивувалися - матеріали становлять лише кілька відсотків від вартості ракети.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>So there must be something wrong here and people are being pretty silly.</p>	<p>У цьому виразно щось не так, і ми робимо щось дуже дурне.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>
<p>I'd love to say that I spend most of my days thinking from first principles, but unfortunately I have too many separate things to do, so I have to reserve mental energy only for the things that are very important.</p>	<p>Я радий би був сказати, що постійно думаю, спираючись на принципи, але, на жаль, у мене дуже багато справ, і я зберігаю розумову енергію тільки для найважливіших з них.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>		<p>Створення позитивного іміджа</p>

Sometimes it happens without me trying all too hard, in that I'll wake up in the morning and have some sort of epiphany in the shower (laughs).	Іноді це виходить само собою - я прокидаюся і до мене раптово приходить осяяння в душі (сміється).	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
It's a cliché but it happens quite a lot. I guess subconsciously my mind's been thinking about it and several hours later after waking up it kind of pops into the conscious mind.	Це звучить шаблонно, але так буває часто. Думаю, мій мозок працює над проблемою на підсвідомому рівні, і на ранок рішення вискакує в свідомість.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
I was really curious to understand how the universe works.	Мені було дуже цікаво зрозуміти, як працює Всесвіт.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа

And that's really what physics is about — trying to understand how the universe really works at a fundamental level.	А фізика займається саме цим - намагається зрозуміти, як влаштований світ на самому фундаментальному рівні.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
At one point, I was thinking about a career in physics and trying to work on physics problems, but as I looked ahead, I thought I might get stuck in some bureaucracy at a collider and then that collider could get canceled like the Super Conducting Supercollider and then that would suck (laughs).	У якийсь момент я серйозно замислювався над кар'єрою фізика, думав над деякими фізичними проблемами, але дивлячись в майбутнє, я почав побоюватися того, що загрузнемо в бюрократичних зволікання з якимнебудь колайдером	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа

<p>For a while, I did think that I wanted to be that. I had an existential crisis when I was 12 or 13, and [was] trying to figure out what does it all mean, why are we here, is it all meaningless, that sort of thing.</p>	<p>Деякий час я хотів їм бути. Десь між 12 і 13 у мене був екзистенційну кризу, я намагався зрозуміти, до чого це все, Навіюваннящо ми тут, чи є в житті сенс і все таке інше.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>I came to the conclusion that the best thing we can do is try to improve the scope and scale of consciousness and gain greater enlightenment which will in turn allow us to ask better and better questions, because obviously the universe is the answer, so what is the question? All questions, I suppose.</p>	<p>Я прийшов до висновку, що краще, що можна зробити - це покращувати охоплення і масштаб свідомості і домагатися більш високого прозріння, що, в свою чергу, дозволить нам задавати все більше і більше хороші питання, так як очевидно, що Всесвіт - це відповідь, головне задати правильне питання. Вся справа в питаннях.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>I was trying to figure out what I would do and I was concerned that if I didn't study business, I would be forced to work for someone who did study business, (laughs) and they would know some special things that I didn't know.</p>	<p>Коли я намагався визначитися, чим хочу займатися в житті, я був переконаний, що якщо не вивчу економіку, мені доведеться працювати на когось, хто її вивчив (сміється), і вони будуть знати всякі особливі речі, яких я не знаю.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>That didn't sound good, so I wanted to make sure that I knew those things too. (Laughs)</p>	<p>Це виглядало не дуже приємно, так що я хотів бути впевнений, що теж буду знати все це (сміється).</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>I can't say I had a particular affinity for the business students quite frankly. I liked hanging out with my physics cohorts.</p>	<p>Відверто кажучи, не можу сказати, що я відчував себе своїм серед студентів-економістів. Я більше любив зависати з однокурсниками фізиками.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
--	---	-------------------------------	------------------------	-------------------------------------

<p>I liked the arts and sciences people more. I don't know if you should print that. (Laughs).</p>	<p>Мені більше подобалися люди з відділень мистецтв і науки. Не знаю, може не варто це публікувати? (Сміється)</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>I preferred the arts and sciences.</p>	<p>Так, я був не в захваті від компанії студентів бізнес-спеціальностей, я вважав за краще художників і вчених.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Навіювання</p>

I certainly was a nerd and probably am still a nerd in large part.	Безумовно, я був Нерд, і багато в чому залишаюся ним дотепер.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
--	---	------------------------	----------------------	------------------------------

If you had a list of all the things that nerds would do, man, I've done 'em all.	Якби хтось склав список всього, що належить робити справжнім ботанікам, то виявилось б, що я прямо по ньому все і робив.	Еквівалентний переклад	Складне речення	Створення позитивного іміджа
--	--	------------------------	-----------------	------------------------------

I played many hours of Dungeon and Dragons with paper and dice.	Я багато годин провів, кидаючи Дайс в D & D.	Вилучення	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
---	--	-----------	----------------------	------------------------------

..it was awesome. I love those things. They were so great.	Так, була справа пару раз, але не вдома, а на турнірах по D & D. Це було круто.	Еквівалентний переклад	Одне речення, просте	Створення позитивного іміджа
--	---	------------------------	----------------------	------------------------------

<p>I grew up in South Africa and it really was a little community so I had quite limited outlet for [these types of activities]...I didn't know any other kids who wrote software.</p>	<p>Я ріс в Південній Африці і там було дуже маленьке співтовариство, у мене було мало можливостей розділяти з кимось мої захоплення ...</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
--	---	-------------------------------	------------------------	-------------------------------------

<p>I had to coerce my friends into playing Dungeons and Dragons.</p>	<p>Серед моїх однолітків програмуванням взагалі ніхто не захоплювався.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Одне речення, просте</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>Some of them liked it but I had to wheedle a lot of them into it, because we needed four people in our d and d group to go into the tournaments.</p>	<p>Деяким подобалося, але інших доводилося довго вмовляти, адже для участі в турнірах потрібна була команда з чотирьох чоловік.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>

<p>So I played video games, wrote computer software, and I had pants with a draw string. (Laughs) It was pretty bad actually. It was tough to get a date.</p>	<p>Я грав в комп'ютерні ігри, писав софт, і у мене були штани із зав'язками. (Сміється) Взагалі мені жилося нелегко. Дівчата не хотіли ходити зі мною на побачення ...</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Створення позитивного іміджа</p>
<p>And I did a lot of other stuff: built a radio, created handmade rockets. In South Africa we didn't have any of these rockets, so I had to figure out the ingredients for rocket propellant and then mix it with a mortar and pestle, put it in a tube and create rockets—with mixed results.</p>	<p>А я ще багато чим займався - збирав радіо, робив ракети. У ПАР вони не продавалися в магазинах, так що мені доводилося самому з'ясувати склад ракетного палива, товкти інгредієнти в ступці, заправляти ракету і запускати її - з непередбачуваним результатом.</p>	<p>Еквівалентний переклад</p>	<p>Складне речення</p>	<p>Спонування</p>

