

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

**ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач випускової кафедри  
БУДАНОВА Ліана Георгіївна

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

# **ДИПЛОМНА РОБОТА**

**ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР  
ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ  
(ПЕРЕКЛАД ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»**

**Тема: *ЗАСОБИ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ  
МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ***

**Виконавець: студента групи ФЛ-501 СТЕЦУН МАКСИМ СТЕПАНОВИЧ**

**Керівник: канд. філол. наук, доцент ПЛЕТЕНЕЦЬКА ЮЛІЯ МИКОЛАЇВНА**

**Нормоконтролер: \_\_\_\_\_ (Кондратенко Юлія Вікторівна)**

**Київ 2023**

# ЗАВДАННЯ

## на виконання дипломної роботи

Стецуна Максима Степановича

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема дипломної роботи «Засоби мовленнєвого впливу в англомовних мотиваційних промовах»

затверджена наказом ректора від «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р. № \_\_\_\_\_

2. Термін виконання роботи: з 02.10.2023 по 25.12.2023

3. Вихідні дані роботи: Мовленнєвий вплив вважається одним з найефективніших способів впливу на інших людей. Здатність надихати, мотивувати та переконувати аудиторію є важливою як для публічних спікерів, так і для професіоналів у сферах викладання, менеджменту, продажу та багатьох інших. Англомовні мотиваційні промови є особливим видом комунікації, де метою є не лише передача інформації, але й створення емоційного зв'язку з аудиторією, мотивація до дії та зміни у поглядах. Для досягнення цих цілей використовуються різноманітні засоби мовленнєвого впливу, які включають в себе риторичні фігури, емоційне інтонування, використання історій та аналогій, аргументацію та багато іншого.

4. Зміст роботи: Розділ 1. Тракткування поняття мовленнєвого впливу Розділ 2. Методологія дослідження мовних засобів англомовних мотиваційних промов Розділ 3. Засоби мовленнєвого впливу в англомовних мотиваційних промовах

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу:

Додаток А, Додаток Б, Додаток В, Додаток Г, Додаток Д

## 6. Календарний план-графік

/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
	Підготувати та узгодити розширений план-конспект дипломної роботи.	до 16.10	
	Підготувати чорновий варіант роботи	до 20.11	
	Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи.	до 27.11	
	Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування.	до 04.12	
	Подати роботу до комісії з попереднього захисту дипломних робіт.	до 11.12	
	Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру.	за тиждень до початку роботи ЕК	

## 7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

Назва розділу	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв


8. Дата видачі завдання: «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

Керівник дипломної роботи \_\_\_\_\_ Плетенецька Ю.М  
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Стецун М.С  
(підпис випускника) (П.І.Б.)

## РЕФЕРАТ

**Дипломна робота** “ЗАСОБИ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ” : 100 с., 3 табл., 2 діаграми, 86 літературних джерела.

**Об’єкт дослідження:** Мовленнєвий вплив на аудиторію в англomовних мотиваційних промоваx.

**Мета роботи:** Полягає у дослідженні та аналізу засобів мовленнєвого впливу в англomовних мотиваційних промоваx, розкритті їх ефективності та впливу на аудиторію.

**Методи дослідження:** Базовими методами досліджуваної проблеми стали такі загальнонаукові методи, як описовий і метод спостереження, за допомогою яких виявлено специфіку та особливості мотиваційних промов, методи теоретичного аналізу і синтезу уможливили систематизацію й узагальнення зібраного матеріалу. Результати магістерської роботи рекомендується використовувати в дослідженнях перекладацької діяльності.

ПЕРЕКЛАДАЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, НАУКОВІ ПРАЦІ, ВПЛИВ, МОВЛЕННЄВИЙ ВПЛИВ, ЗАСОБИ ВПЛИВУ, ПРОМОВИ.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>Розділ 1. Тракткування поняття мовного впливу в мотиваційних промовах</b> .....	9
1.1. Сфери мовленнєвого впливу.....	9
1.2. Форми та засоби мовленнєвого впливу.....	18
1.2.1. Основні засоби вираження експресії в мотиваційних промовах.....	24
1.2.2. Використання тону та інтонації як факторів мовленнєвого впливу.....	32
1.3. Сутність мотиваційної промови, її риси та типи.....	35
<b>Розділ 2. Методологія дослідження мовних засобів англомовних мотиваційних промов</b> .....	42
2.1. Методи дослідження та обґрунтування вибору матеріалів роботи.....	42
2.2. Методика аналізу лексичних, прагматичних та етичних особливостей текстів мотиваційних промов.....	47
2.2.1. Мовні та позамовні особливості мотиваційної промови, критерії її ефективності.....	51
2.2.2. Етичні аспекти використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах.....	54
<b>Розділ 3. Засоби мовленнєвого впливу в англомовних мотиваційних промовах (Джефф Безос, Стів Джобс, Опра Вінфрі)</b> .....	58
3.1. Лексичні особливості текстів мотиваційних промов.....	58
3.2. Засоби прагматичного впливу в англомовних мотиваційних промовах....	63
3.2.1. Репетиція та емпфаза в текстах промов (Джефф Безос, Стів Джобс, Опра Вінфрі).....	66
3.2.2. Риторичні питання, метафоричні образи в мотиваційних промовах.....	74

<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>81</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>86</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>98</b>
Додаток А.....	99
Додаток Б.....	100
Додаток В.....	101
Додаток Г.....	102

## ВСТУП

**Актуальність теми** в епоху інтенсивного розвитку суспільства виникає необхідність у керуванні людьми. З часом формуються різноманітні способи та прийоми впливу на адресата, які нині активно застосовуються і вивчаються фахівцями (філологами, психологами, соціологами). Тому явище мовленнєвого впливу цікавить як науковців різноманітних напрямків та сфер діяльності, так і людство загалом.

В епоху бурхливого розвитку інформаційних технологій, саме в сфері мас-медіа найактивніше та найбільш масштабно використовуються методи мовленнєвого впливу. Одним із завдань лінгвістичної парадигми є вивчення способів та прийомів ефективного мовленнєвого впливу.

Останнім часом усе частіше не лише в повсякденному житті, а й у наукових парадигмах особлива увага приділяється питанням мовленнєвого впливу, що допомагає вирішити проблеми ефективної реалізації завдань завдяки мовним засобам. Люди, застосовуючи різноманітні способи маніпулятивного впливу, можуть не тільки підкорити собі особистість, а й створити складні психоемоційні умови навколо неї. Тому у сучасному світі мовленнєвий вплив вважається одним з найефективніших способів впливу на інших людей. Здатність надихати, мотивувати та переконувати аудиторію є важливою як для публічних спікерів, так і для професіоналів у сферах викладання, менеджменту, продажу та багатьох інших.

Досить часто поняття впливу асоціюється з маніпуляцією, навіюванням, нав'язуванням думок та поглядів, тощо. Тобто в свідомості суспільства, саме слово вплив має переважно негативний відтінок. Тому в першу чергу, доцільно проаналізувати вербальні засоби, які провокують негативний ефект.

Мотиваційні промови є важливим інструментом комунікації, який дозволяє впливати на емоції, думки та дії людей. Вплив мовлення може бути суттєвим у таких контекстах, як ділові презентації, тренінги, мотиваційні виступи та інші подібні заходи.



Англійська мова вважається однією з найпоширеніших мов у світі, що робить цю тему ще більш актуальною. Багато людей використовують англійську мову у своїй професійній діяльності, особливо в сфері бізнесу та лідерства.

Ефективне використання мовлення у мотиваційних промовах може мати значний вплив на аудиторію, стимулювати їх до досягнення поставлених цілей та збуджувати в них почуття мотивації та самодостатності.

Англомовні мотиваційні промови є особливим видом комунікації, де метою є не лише передача інформації, але й створення емоційного зв'язку з аудиторією, мотивація до дії та зміни у поглядах. Для досягнення цих цілей використовуються різноманітні засоби мовленнєвого впливу, які включають в себе риторичні фігури, емоційне інтонування, використання історій та аналогій, аргументацію та багато іншого.

Робота присвячена вивченню та аналізу засобів мовленнєвого впливу в англомовних мотиваційних промовах. Метою є дослідження та розкриття англомовних технік, стратегій та прийомів, які допомагають створити потужний вплив на аудиторію та здобути її підтримку, згоду та закликання до дії.

Саме тому дослідження у сфері мовленнєвого впливу в англомовних мотиваційних промовах може принести значний вклад у розуміння того, які конкретні аспекти мовлення і комунікації є найефективнішими, а також допомогти в розробці кращих методів мотиваційної комунікації.

До того ж, на сьогодні особливої популярності набули лекції, тренінги, консультації, семінари, що стосуються персонального розвитку. Серед них важливе місце займають мотиваційні промови, які вселяють небувалу віру, змушуючи рухатись далі та досягати нових вершин. Такі виступи є надзвичайно цікавими з точки зору їх перекладу, адже при відтворенні іншою мовою необхідно передати всю емоційність, значущість та правильність послугу, щоб справити певний комунікативний ефект на слухача.

Зарубіжні промови не лише надихають, але й надають можливість аудиторії розширити кругозір, дізнатися більше про іншу культуру та звичаї, стерти рамки стереотипності. У такому випадку, перекладач повинен знайти конкретне формулювання, щоб трансформувати певні кліше та висловлювання і забезпечити адекватне сприйняття виступу представниками іншої лінгвокультури.

Під час вивчення цієї теми, ми зосередимось на аналізі та вивченні різних аспектів мовленнєвого впливу, включаючи використання ефективної лексики та стилістики, впливових тонів голосу та мовлення, використання жестів та міміки, структурування промови та побудови переконливих аргументів. Крім того, ми розглянемо приклади успішних мотиваційних промов та вивчимо їх техніки, щоб зрозуміти, як вони досягають своєї мети та впливають на аудиторію.

Вивчення засобів мовленнєвого впливу в англomовних мотиваційних промовах є необхідним для розвитку ефективних комунікаційних навичок, які можуть стати надзвичайно цінними в різних сферах життя та професійній діяльності. Наша робота спрямована на розширення знань та вмінь у цій області, щоб стати майстрами в мистецтві мотивування та переконання аудиторії англomовними промовами.

Актуальність обраної теми полягає у її значенні для розвитку навичок ефективної комунікації.

**Мета** роботи полягає у дослідженні та аналізі засобів мовленнєвого впливу в англomовних мотиваційних промовах, розкритті їх ефективності та впливу на аудиторію.

**Об'єктом дослідження** є мовленнєвий вплив в англomовних мотиваційних промовах.

**Предмет дослідження** є аналіз технік, стратегій та прийомів мовленнєвого впливу в англomовних мотиваційних промовах Джеффа Безоса, Стіва Джобса, Опри Уінфрі.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- вивчити форми та засоби мовленнєвого впливу;
- розкрити сутність мотиваційної промови, її риси та типи;
- охарактеризувати мовні та позамовні особливості мотиваційної промови, критерії їх ефективності;
- обґрунтувати етичні аспекти використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах;
- виявити лексичні особливості текстів мотиваційних промов;
- проаналізувати засоби прагматичного впливу в англійських мотиваційних промовах та дослідити риторичні питання, метафоричні образи в мотиваційних промовах.

**Практичне значення** роботи полягає в тому, що результати дослідження можна використати під час проведення аудиторних занять. Зібраний та опрацьований матеріал може бути корисним при написанні наукових робіт.

**Матеріалом дослідження** виступають англійські мотиваційні промови Джеффа Безоса, Стіва Джобса, Опри Вінфрі.

**Методи дослідження.** Методологія дослідження базується на сукупності загальнонаукових та історичних підходів і методів наукового пізнання в їх взаємозв'язку. Предмет і завдання роботи визначили вибір проблемно-тематичного методу вивчення обраної теми.

Базовими методами досліджуваної проблеми стали такі загальнонаукові методи, як описовий і метод спостереження, за допомогою яких виявлено специфіку та особливості мотиваційних промов, методи теоретичного аналізу і синтезу уможливили систематизацію й узагальнення зібраного матеріалу.

Серед спеціальних лінгвістичних методів залучено метод контекстуально-інтерпретаційного аналізу; компонентний аналіз посприяв опису лексичної семантики аналізованих одиниць.

Зазначені підходи, принципи і методи наукового пізнання дозволяють ґрунтовно проаналізувати статті з досліджуваної теми, систематизувати та узагальнити дані для відображення об'єктивного, неупередженого погляду на проблему мовленнєвого впливу в англomовних мотиваційних промовах.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в аналізі та систематизації внутрішнього механізму та лінгвістичних стратегій, що використовуються в англomовних мотиваційних промовах з метою зрозуміти, які конкретні засоби сприяють досягненню бажаного мовленнєвого впливу на слухачів. Дослідження розкриває нові перспективи для розуміння та аналізу таких промов, а також надає поглиблені інсайти щодо мовних та психологічних аспектів, які лежать в основі мотиваційного впливу через мовлення.

**Практичне значення одержаних результатів** зумовлюється можливістю використання його результатів у викладанні типологічного мовознавства, у курсах лексикології і стилістики англійської мови. Крім того, дані матеріали можна використовувати при написанні праць з теорії перекладу та лінгвістики, науково-популярних і навчальних посібників, в практичній викладацькій роботі, а також при розробці широкого кола загальних проблем з дослідження політичних промов у мовному дискурсі.

**Апробація отриманих результатів.** Результати досліджень, що включені до дипломної роботи були оприлюднені на IV Всеукраїнській студентській науковій конференції «НАУКОВИЙ ПРОСТІР: АНАЛІЗ, СУЧАСНИЙ СТАН, ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ» 15 грудня 2023 року (м.Івано-Франківськ, Україна)

**Стан наукової розробки теми та її джерельна база** становить комплекс документальних джерел: опублікованих – наукові праці, підручники, довідники, словники з теми дослідження, фахові періодичні видання. Загалом дослідженням на цю тему займалися і займаються різні вчені, що дозволяє користуватися різними джерелами та матеріалом.

**Структура роботи** відповідає поставленій меті та завданням дослідження. Вона складається зі вступу, 3 розділів, що поділяються на підрозділи, висновків, списку використаних джерел, який містить 102 найменування. Загальний обсяг роботи складає 103 сторінок.

# РОЗДІЛ 1

## ТРАКТУВАННЯ ПОННЯТЯ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ

### 1.1 Сфери мовленнєвого впливу

Передумови мовленнєвого впливу криються насамперед у комунікативній природі мови. Обмеженість засобів мови у вираженні необмеженого мистецтва мислення є підґрунтям появи неоднозначності, імплікацій, багатозначності. Мовну маніпуляцію розуміють як різновид маніпулятивного впливу, який спрямований на поведінку людини і її когнітивний складник та актуалізується мовними засобами, що проявляються імпліцитно [24, с. 5].

Проблема впливу в спілкуванні бере свій початок ще з давніх часів. В основі поняття «механізм впливу» лежить активізація розумової діяльності людини та передача повідомлення в такий спосіб, щоб воно сприймалося як система настанов. Англійський вчений Лассуел вважав, що в процесі комунікації, адресант в більшості випадків прагне здійснити вплив на реципієнта, тому процес спілкування можна вважати процесом переконання, що є характерним для стилю пропаганди [78, с. 12].

Й. Стернін протиставляв поняття мовленнєвого впливу та маніпуляції. Вчений вважав, що мовленнєвий вплив – це вплив на людину з метою змусити її прийняти іншу точку зору, виконати певну дію [65, с. 12].

Маніпуляція також передбачала вплив на людину, але різниця полягала в тому, що при мовленнєвому впливі людина змінювала свою думку свідомо, спираючись на логічні висновки, аргументи, а при маніпуляції – співрозмовник змінював свої погляди та думки через прихований вплив на психологічному рівні.

Науковець Й. Стернін встановив, що ефективність спілкування та досягнення всіх комунікативних цілей залежали від того, які мовні засоби були обрані. Вчений визначив шість типів мовленнєвого впливу:

- 1) аргументація;
- 2) переконання;

- 3) умовляння;
- 5) наказ;
- 6) примус [65, с. 23].

На думку науковця, всі типи мовленнєвого впливу є цивілізованими та сприяють ефективному спілкуванню. Винятком є тільки примус і різноманітні маніпулятивні тактики, які не беруть до уваги інтереси адресата

У своїх працях В. Петренко розглядав поняття мовленнєвого впливу як чинник, що здатен змінювати свідомість реципієнта. Свідомість, на думку дослідника, складалася з 3 рівнів і мала назву «психосемантична модель» [54, с. 14].

Взявши за основу дану модель, В. Петренко виділив три типи змін, що може здійснювати мовленнєвий вплив:

- 1) зміна конотативного значення явища;
- 2) зміна емоційного стану людини;
- 3) внесення змін в категоріальний апарат, що був сформований в свідомості людини, тобто заміна знань іншими [54, с. 26].

Таким чином, можемо прослідкувати, що вчений розглядав мовленнєвий вплив в широкому значенні як внесення значних змін в світосприйняття людини. У вузькому ж значенні, мовленнєвий вплив може змінювати психологічний стан або вносити корективи в ті чи інші поняття.

Важливо відзначити, що саме поняття мовленнєвого впливу є дуже складним і має кілька рівнів розуміння. Наведемо кілька визначень терміна «маніпуляція»: за Е. Доценко, маніпуляція - це вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого порушення в іншій людині намірів, які не збігаються з його актуально існуючими бажаннями [18, с. 59].

Багато визначень інших вчених сходяться з дефініцією психолога Е. Доценко, проте нас цікавить особливий вид маніпулювання, а саме — мовленнєве маніпулювання. Так, С. Кара-Мурза стверджує, що маніпулювання «...за допомогою

слова – глибинна властивість психіки, що виникла набагато раніше, ніж здатність до аналітичного мислення» [30, с. 84].

Мовленнєвий вплив, в широкому розумінні, означає вплив на індивідуальну або колективну свідомість і поведінку, який здійснюється за допомогою мовленнєвих засобів, тобто через повідомлення, використовуючи звичайну мову. У вузькому розумінні мовленнєвий вплив розглядається як конкретні приклади використання особливостей будови і функціонування знакових систем, зокрема звичайної мови, з метою створення повідомлень, що мають підвищену здатність впливу на свідомість і поведінку отримувача або отримувачів повідомлення [63, с. 157].

Феномен мовленнєвого впливу пов'язаний, передусім, з наміром мовця – суб'єкта мовленнєвого впливу – регулювати дії його співрозмовника. Мовлення використовується для спонукання партнера у комунікації до початку, зміни або завершення певної діяльності, впливу на прийняття рішення або на уявлення співрозмовника про світ [33, с. 203].

Деякі науковці стверджували, що чинниками ефективного мовленнєвого впливу є наступні:

- інформаційно-текстові,
- особистісні та психічні,
- ситуативні.

Інформаційно-текстові фактори включають:

- оформлення тексту з точки зору фонетики та граматики;
- чітку композицію;
- зрозумілість лексики;
- відповідність мовним нормам;
- цікавість інформації для реципієнта;
- її значимість та логічність.



Особистісні та психічні фактори мовленнєвого впливу стосувалися:

- зовнішності учасників спілкування;
- манери мовлення;
- особливостей поведінки під час розмови;
- емоційності;
- щирості;
- соціального статусу;
- психологічних особливостей;
- рівня інтелекту.

Якщо розглядати ситуативні фактори ефективності мовленнєвого впливу, то тут варто виділити:

- невизначеність ситуації (співрозмовники не можуть передбачити, яким буде закінчення розмови);
- час, протягом якого здійснювався вплив;
- місце та обстановка, при якій відбувалося спілкування [55, с. 21-22].

Варто також згадати, про закони спілкування, що були запропоновані Й. Стерніним, адже вони сприяли ефективному мовленнєвому впливу [65, с. 119]. Закони, що були визначальними чинниками в його здійсненні:

1) Закон дзеркального розвитку спілкування, який полягає в тому, що співрозмовники імітують комунікативну поведінку один одного і таким чином – налагоджують контакт і приходять до спільного рішення;

2) Закон залежності результату спілкування від об'єму комунікативних зусиль, тобто, якщо адресант хоче переконати реципієнта в чомусь або спонукати його до дії, то він має докласти максимальних зусиль, в протилежному випадку – комунікативної цілі досягнуто не буде;

3) Закон прогресивного нетерпіння слухачів означає, що чим більше інформації ми надаємо людині, тим більш неухважною вона стає і здійснення мовленнєвого впливу стає неможливим;

4) Закон мовленнєвого самовпливу полягає в тому, що якщо адресант повідомлення хоче викликати певні емоції у реципієнта, він має продемонструвати їх у словесній формі;

5) Закон довіри до простих слів, суть якого полягає в тому що, в людини буде більше шансів переконати іншу, якщо вона будуватиме своє повідомлення чітко, логічно та з простою лексикою, адже ускладненість мови викликає недовіру у співрозмовника;

6) Закон мовленнєвого посилення емоцій – емоційні викрики людини підсилюють її емоції. Приклад дії цього закону можна спостерігати в політичній та релігійній пропаганді, коли оратор, завдяки своїй емоційності, схиляє на свою сторону думки тисяч людей [65, с. 19-20].

Важливим теоретичним розмежуванням у сфері мовленнєвого впливу є його відокремлення від поняття маніпулювання, а саме: мовленнєвий вплив – це вплив на людину за допомогою мови з метою переконати її свідомо прийняти певне рішення або змінити свою думку, а от маніпулювання – це вплив на людину з метою примушування до вчинення певної дії несвідомо або наперекір її власному бажанню.

Окрім цього, необхідно зазначити, що мовленнєвий вплив може здійснюватися двома відкрито (explicit) та приховано (implicit). Експліцитний мовленнєвий вплив характеризується обізнаністю адресата щодо спроб або ж намагань вплинути на нього, його погляди, схилити до певної думки, дії тощо. Адресат свідомо піддається або не піддається цьому впливу. Тому експліцитний вплив ми можемо назвати взаємодією, про яку згадувалося вище. Імпліцитний вплив здійснюється приховано, адресат не є свідомим щодо такого впливу, адже його поведінка та емоції змінюються підсвідомо [10, с. 18].

Деякі науковці виділяють чинники мовленнєвого впливу як типи комунікативних сигналів або прийомів, що використовуються у процесі мовленнєвого впливу і визначають його ефективність.

Такі чинники включають в себе наступні: чинник адресата, чинник адресанта, чинник манери, чинник мови, чинник змісту, чинник дотримання комунікативної норми, чинник фізичної поведінки та інші. Вони об'єднуються в три групи мега чинників:

- чинник мовця, який враховує всі аспекти діяльності мовця;
- чинник адресата, пов'язаний з усіма аспектами особи, на кого спрямоване повідомлення;
- чинник повідомлення, що стосується змісту, структури повідомлення і його мовного вираження [3].

Враховуючи зазначений вище підхід і той факт, що «аналіз мовленнєвого впливу відбувається з позиції одного з комунікантів – суб'єкта мовленнєвого впливу, а об'єктом мовленнєвого впливу є його партнер у комунікації», можна виділити чинник суб'єкта та об'єкта мовленнєвого впливу, а також чинник повідомлення і чинник ситуації, в якій реалізується мовленнєвий вплив.

Чинник ситуації реалізації мовленнєвого впливу виникає з комунікативної ситуації і включає екстралінгвістичні аспекти, такі як функціонально-комунікативна сфера, характер взаємин між суб'єктом і об'єктом впливу, а також норми і правила взаємодії. Чинники суб'єкта й об'єкта впливу охоплюють:

- гендерну специфіку,
- вікові характеристики,
- соціальний статус,
- соціальні ролі,
- психоментальні особливості,
- особливості комунікативної поведінки,

– національно-культурну належність адресанта й адресата.

Вказані чинники визначають вибір засобів, методів та прийомів, що використовуються для реалізації мовленнєвого впливу в кожній конкретній ситуації спілкування.

Основними способами мовленнєвого впливу є доведення, переконування, умовляння, канючення, навіювання, наказ, прохання та примушування.

Мовленнєвий вплив - це наука саме про вибір правильного, адекватного способу впливу на особистість в конкретній комунікативній ситуації, про вміння відповідно поєднувати різноманітні способи мовленнєвого впливу залежно від співрозмовника і ситуації спілкування для досягнення найбільш ефективного результату [3].

Кожна людина є носієм національно-культурного менталітету і володіє когнітивною базою – певною мірою структурованою сукупністю необхідних знань та національно-детермінованих уявлень національно-лінгвокультурного суспільства. Відмінність національних когнітивних баз, до яких у процесі здійснення мовленнєвого впливу апелюють суб'єкт і об'єкт впливу як представники різних національно-лінгвокультурних спільнот відбивається і на факторі повідомлення.

Існує цілий арсенал мовних засобів з семантикою впливу. Це «лінгвістичні явища і лексичного, і граматичного, і стилістичного рівнів мови, що володіють сильним впливовим потенціалом і здатні висувати ті чи інші пов'язані з ним смисли у центр уваги» [5].

У міжкультурній комунікації, яка відбувається між представниками різних груп, відзначаються мовленнєві впливи з національною специфікою. Чинники мовленнєвого впливу, що активізуються в умовах міжкультурної взаємодії, мають національно-специфічні характеристики. Кожна особа є носієм національно-культурного менталітету і володіє когнітивною базою, яка включає необхідні знання та уявлення, що визначаються національно-лінгвокультурним середовищем.

Відмінності в національних когнітивних базах, до яких суб'єкт і об'єкт впливу звертаються під час мовленнєвого впливу, через їх представництво в різних національно-лінгвокультурних спільнотах, також відображаються у факторі повідомлення. Існує розмаїття мовних засобів, що мають впливовий потенціал. Це мовні явища на лексичному, граматичному та стилістичному рівнях мови, які мають здатність активізувати певні смисли та стати центром уваги.

Серед характерних мовних маркерів впливу можна виділити:

- фонетичні, просодичні й ритмо-мелодійні елементи,
- лексичні одиниці з позитивною та негативною оцінною семантикою,
- перформативні дієслова,
- засоби підсилення спонукальної семантики,
- стилістично забарвлена лексика,
- механізми гіперболізації оцінки на лексичному та словотворчому рівнях,
- синтаксичні конструкції з егоцентричним, узагальнюючим та кваліфікуючим характером,
- риторичні питання та еліптичні речення,
- різноманітні інтенсифікатори денотативного та конотативного значень прикметників та дієслів [58, с. 225].

Впливовий потенціал також характерний для синтаксичних виразних засобів та прийомів, риторичних фігур і тропів, таких як метафора, метонімія, порівняння, каламбур.

При розгляді мовленнєвого впливу в аспекті міжкультурної комунікації необхідно враховувати, що існують як універсальні механізми та прийоми мовленнєвого впливу, які характерні для більшості мов, так і специфічні для кожної мови, які відображають її етнокультурну особливість. Тому при цілеспрямованому використанні мовленнєвого впливу мовцем слід враховувати як універсальний потенціал впливу, так і одиниці з національно-культурним компонентом, а також бути

обізнаним щодо особливостей іншої культури, щоб розпізнавати культурно-специфічну інформацію в контексті міжкультурної комунікації [55, с. 203].

Ефективне здійснення мовленнєвого впливу вимагає врахування і національно-культурної специфіки невербальних компонентів як засобів несловесної комунікації в мовленнєвому акті та несловесні елементи, які беруть участь у процесі вербалізації (при породженні мовлення) і девербалізації (при рецесії мовлення), що функціонують як автономно, так і у взаємодії з вербальною складовою повідомлення ідентифікуючи, інтенсифікуючи та доповнюючи його зміст.

При реалізації мовленнєвого впливу суб'єкт і об'єкт впливу повинні мати навички декодування етноспецифічних невербальних компонентів, оскільки національно-культурна невідповідність невербальних засобів призводить до міжкультурного непорозуміння і знижує ефективність мовленнєвого впливу [5].

Таким чином, взаємодія міжкультурного аспекту мовленнєвого впливу відбувається під час міжкультурної комунікації та базується на національно-специфічних ознаках факторів мовленнєвого впливу.

Для успішного здійснення мовленнєвого впливу в міжкультурних ситуаціях необхідно використовувати засоби та прийоми, які відображають національну специфіку, а також враховувати особливості індивідуального та національного менталітету, етнокультурні особливості невербальних засобів та знати національний комунікативний стиль.

Дослідження міжкультурного аспекту мовленнєвого впливу мають великий потенціал у різних сферах діяльності, як інституційних, так і неінституційних дискурсах, де учасники комунікації представляють різні культури.

## 1.2. Форми та засоби мовленнєвого впливу

У лінгвістиці та філософії мови розрізняють дві форми мовленнєвого впливу: пряму і непрямую, відмінність між якими полягає у виборі прямих чи непрямих мовленнєвих актів.

Н. Колотілова підкреслює, що пряма форма мовленнєвого впливу: Оратор використовує мовні вирази, маючи на увазі лише їх буквальне значення і те, що прямо висловлюється. Пряма форма впливу є відкритою тактикою, де оратор чітко повідомляє аудиторії свої наміри. Вона характеризується точністю, послідовністю і відповідністю критерію щирості. Проте варто пам'ятати, що зв'язок між словами та реальними об'єктами є довільним.

Щодо непрямой форми мовленнєвого впливу дослідниця Н. Колотілова зауважує, що оратор використовує мовні вирази, маючи на увазі більше, ніж просто пряме значення слів. В цьому випадку аудиторія самостійно вирішує, що приховане за словами. Непряма форма впливу є скритою тактикою. Оратор «каже не те, що він каже», тобто не розкриває свої справжні наміри. Ця форма впливу не завжди узгоджується з критерієм щирості, але це не означає, що оратор говорить неправду. Вибір непрямой форми вимагає додаткових зусиль з боку слухачів, і існує ризик неправильного розуміння оратором [95].

Тобто, використовуючи форми прямого і непрямомого мовленнєвого впливу оратор висловлює свої думки прямо або натякає на суть, яку аудиторія має зрозуміти самотужки.

Більш складні форми та способи впливу виокремлює В. Різун. Науковець визначає таке поняття, як масовий вплив. Він наголошує, що під масовим впливом слід розуміти таку дію, яку певна особа, найчастіше фахівець у галузі масової комунікації, виявляє щодо інших осіб, викликаючи в них однакові настрої та формуючи однакові думки, й на основі сформованої масової свідомості об'єднує тих осіб у масу, в якій кожна людина здатна виявляти передбачувані або й не

передбачувані фахівцем однакові емоційно-вольові, інтелектуальні або фізичні реакції [57, с. 144].

В. Різун виокремлює як психологічні, так і фізичні впливи. Зараження, навіювання й маніпуляція є формами психологічного впливу. «Навіювання і маніпуляція здійснюються за допомогою різних методів. Так, навіювання (сугестія) має різні методи - від психологічного тиску до переконування (аргументації) тощо.

Маніпуляція теж має різні методи - від прихованого впливу на прийняття рішень до зомбування, тобто такої маніпуляції людиною, коли вона втрачає волю, стає автоматом, яким легко керувати, «заражається» зомбі-програмою, за якою діє всупереч логіці, волі. Власне, зомбі втрачають здатність логічно мислити, почувати, приймати рішення» [57, с. 145].

Повертаючись до дослідження прямої форми мовленнєвого впливу, підкреслимо, що така форма легше сприймається аудиторією, оскільки не потребує вгадування намірів оратора і перевірки правильного розуміння.

Використання прямої форми мовленнєвого впливу передбачає ієрархічно структуровану комунікацію, де оратор займає більш високий рівень ієрархії. У такій ситуації оратор може розраховувати на ефективність своєї промови, оскільки вона спирається на конвенціональний характер ситуації спілкування. Зазвичай, для кожної ситуації існує одна пряма форма мовленнєвого впливу. Ця модель взаємодії оратора й аудиторії називається вертикальною.

Непряма форма мовленнєвого впливу, натомість, використовується оратором, коли він має на увазі не тільки пряме зміст своїх слів, але й щось більше. Аудиторії пропонується самій розгадати цей «більше, ніж буквальне значення». Непряма форма впливу є прихованою тактикою, оскільки оратор не прямо повідомляє аудиторії свою справжню мету.

Ця форма впливу не завжди узгоджується з критерієм щирості, але це не означає, що оратор говорить неправду. Він свідомо обирає такі способи



висловлювання, які дають можливість аудиторії сприйняти той прихований зміст, що міститься за непрямою формою. Тому розуміння непрямої форми комунікації вимагає додаткових зусиль з боку слухачів, і існує ризик того, що аудиторія може неправильно зрозуміти оратора [95].

Непряма форма відкриває багато способів сприйняття промови. Слухач може приєднати до висловленого оратором той зміст, який є актуальним для нього самого. Ефективність непрямої комунікації полягає саме в цій свободі аудиторії. Цю модель взаємодії оратора зі слухачами називають горизонтальною.

Непрямої форми впливу досягають за допомогою риторичних фігур, які додають виразності промові. З іншого боку, риторичні фігури створюють красу промови, яка підсилює ефект непрямого впливу.

Риторичні фігури ще з часів Античності прийнято поділяти на дві великі групи:

- власне фігури;
- тропи.

Такий поділ базується на мінімальному об'єкті зміни або перетворення. У випадку фігур цим об'єктом є речення або більша одиниця промови, а в тропях - слово або словосполучення.

Риторичні фігури й тропи часто характеризуються як відхилення від звичайного способу висловлювання, прийнятого в певній мові. Проте це визначення не є вичерпним, оскільки у такому разі складно встановити розмежування між «риторичністю» мови та «псуванням» мови.

З цього приводу було запропоновано більш точне визначення: риторичні фігури представляють собою відхилення від мовних стандартів з метою досягнення естетичного ефекту.

Однак у даному контексті концепція риторики визначається інакше: головними характеристиками ораторських промов є переконливість, ефективність та впливовість, а не просто краса. В цьому аспекті риторичні фігури й тропи

розглядаються як засоби виразності, які водночас демонструють почуття промовця та викликають відповідні почуття у аудиторії.

Риторичні фігури (лат. "figura" - образ, вид) - це прийоми виразності, які реалізуються на рівні речення чи одиниці, більшій за речення. Найбільш поширеною фігурою є риторичне запитання [95].

Риторичне питання - це висловлювання у вигляді запитання, яке не потребує відповіді на відміну від звичайного.

Оратор часто використовує ці питання, особливо в усних промовах, щоб підкреслити незвичайність ситуації, підняти емоційний рівень та привернути увагу слухачів до конкретного предмета. Зазвичай риторичні запитання використовуються у двох випадках:

Перш за все, коли відповідь на запитання очевидна та відома аудиторії. Оратору потрібно лише актуалізувати цю відповідь, щоб сприйняття слухачами.

Наприклад:

Ви не змусите людину бути культурною, якщо не пробудите в ній потребу до культури. Чи стане вона їсти, якщо не голодна? Чи буде шукати, де тепліше, якщо їй не холодно? Або чи захоче вона якихось змін, якщо вона всім задоволена?

По-друге, коли ніхто не знає або не існує відповіді на запитання. Оратор хоче підкреслити незвичайність певної ситуації.

Наприклад:

- Хто винен?
- Що робити? і т.д.

Як було вказано раніше, існує безліч риторичних фігур. Проте їх усіх можна узагальнити до такого прийому, який називається «синтаксичне перетворення».

«Синтаксичне перетворення» - це такий прийом, суть якого полягає у виборі потрібного оратору порядку слів у реченнях [95].

Синтаксичні трансформації, як складова частина граматичних трансформацій, у перекладі, зокрема у науково-технічному, охоплюють широкий діапазон структурних змін у цільовому тексті – від зміни порядку слів у реченні до членування вихідного речення на два та більше цільових речення [48, с. 69].

Граматична форма має найбільший вплив, особливо коли порівнюються активна та пасивна форми висловлювань. Вибір між цими формами призводить до різних уявлень у слухачів щодо причинних зв'язків та того, хто є агентом певних дій.

Приєм синтаксичного перетворення реалізується через три групи фігур:

- фігури скорочення;
- фігури додавання;
- фігури розташування.

Фігури скорочення поділяють на:

- власне фігури скорочення;
- фігури зменшення.

Фігури скорочення - це риторичні фігури, суть яких полягає у пропущенні якихось елементів промови.

До них належать:

- апосіопеза;
- асиндетон;
- еліпсис тощо.

Фігури зменшення - це риторичні фігури, суть яких полягає у відсіканні від предмета якихось частин.

До них насамперед належить літота.

Фігури додавання - це риторичні фігури, суть яких полягає у повторі якихось елементів промови.

До них належать:

- анафора;

- епіфора;
- гомеотелевтон;
- кіклос;
- хіазм тощо.

Фігури збільшення - це риторичні фігури, суть яких полягає в наданні предмету тих елементів, яких він не містить.

До них належить насамперед гіпербола.

Фігури розташування - це риторичні фігури, суть яких полягає у незвичайному розташуванні елементів промови.

До них належать:

- інверсія;
- паратеза;
- парцеляція тощо [95].

У підсумку зазначимо, що форми та засоби мовленнєвого впливу - це методи, що використовуються для передачі інформації, виклику певних емоцій або переконань в аудиторії.

Основні форми та засоби мовленнєвого впливу можуть включати: аргументацію: використання логічних аргументів, фактів та доказів для переконання аудиторії в певному твердженні; словесні засоби: використання відповідного слова, виразу або фрази для досягнення певного ефекту; риторичні фігури: використання стилістичних засобів, таких як метафори, аналогії, епітети, гіперболи тощо, для підсилення емоційного впливу; невербальні засоби: використання жестів, міміки, темпу мовлення, тону голосу для передачі емоцій і вражень. Зазначені форми та засоби мовленнєвого впливу можуть варіюватися в залежності від контексту та мети комунікації.

### 1.2.1. Основні засоби вираження експресії в мотиваційних промовах

Нині дедалі більшу увагу лінгвістів привертають різні типи дискурсів як об'єкт дослідження емотивності. Оскільки емоції людини виявляються на тлі її інтелектуальної діяльності та переплітаються з нею, можна стверджувати, що емоційно-експресивна номінація є складовою наукового дискурсу. Можливість виявлення емоційно-експресивних елементів у текстах наукового стилю ґрунтується на положенні про те, що емоційне та логічне становлять єдиний процес пізнання законів навколишнього світу, а будь-який прояв індивідуальності автора тексту, його творчого мислення пов'язаний із фіксуванням у тексті його суб'єктивності [68, с. 185].

В українському мовознавчому дискурсі прагматичні функції та мовленнєві стратегії інформування, симпліфікації, корпоративності, риторичні стратегії аргументування, оцінювання, активізування уваги адресата реалізуються за рахунок уживання як нейтральних, так й експресивних мовних засобів [31].

У наукових студіях експресивність тлумачать як стилістичне, функціональне, прагматичне, синтаксичне та семантичне явище. В. Чабаненко вважає, що експресивність – підсилена, інтенсифікована виразність, така соціально й психологічно мотивована властивість мовного знака (мовленнєвого елемента), яка деавтоматизує його сприйняття, підтримує загострену увагу, активізує мислення, викликає чуттєве напруження читача [69].

Експресивність виявляє зв'язок із емотивністю, оцінністю, проте не ототожнюється із цими поняттями. Є. Чайковська, спираючись на ґрунтовний аналіз фундаментальних досліджень цих категорій, стверджує, що емотивність пов'язана з емоційною сферою психіки і співвідноситься з певними типами емоцій; оцінність пов'язана з логічними категоріями цінності (те, що оцінюється, предмет оцінки) та оцінки (мисленнєвий акт, що виражає оцінне судження суб'єкта про цей предмет); а от експресивність пов'язана з людською властивістю посилювати виразність та впливову силу свого висловлювання, вона суб'єктивна, оскільки ці характеристики

визначаються суб'єктом, його когнітивним та емоційним сприйняттям і співвіднесені з певною нормативною шкалою [70, с. 281].

Експресивність – це складна лінгвістична категорія, яка функціонує в різних стилях мовлення. Дослідження в галузі експресивності показують, що ця категорія є характерною ознакою наукового викладу. Вона відрізняється від експресивності в інших стилях. Експресивність передбачає використання мовних засобів, що дозволяють максимально чітко передати зміст і ставлення автора до нього, а також підсилити вплив на емоційну, інтелектуальну і вольову сферу слухача або читача. Загальна експресивність тексту виникає завдяки емотивності, оцінній спрямованості, образності, інтенсивності, стилістичній маркованості та структурно-композиційним особливостям тексту. Ці властивості взаємодіють між собою в тексті [20, с. 165].

Експресивність тексту є важливою умовою для реалізації його прагматичної функції, оскільки текст впливає на адресата і містить імпліцитну інформацію про автора та сферу комунікації. Мета тексту, його структура та вибір мовних засобів визначаються автором як мовною особистістю зі своїм індивідуальним світобаченням та системою цінностей. Тому експресивність є постійною та традиційною характеристикою художніх творів, а також може бути мотивом для використання її не лише художніми, а й іншими авторами текстів [74].

Згідно з Н. Бойко, експресивність – це семантико-стилістична категорія, яка проявляється в смисловій моделі слова через окремі складові, що входять до денотативного, конотативного або образного макрокомпонента, і може бути визначена та аналізована лише у зв'язку з ними [8].

Одним із основних елементів експресивності є емоційність. Крім того, розрізняють поняття емотивності.

Емотивність - це психологічна характеристика особистості, її стану, якостей та рівня емоційної сфери. Емотивність - це лінгвістична характеристика тексту або

лексикону, яка включає мовні одиниці, здатні викликати емоційний ефект у реципієнта. Потрібно розрізняти поняття «емотивність» і «емоціогенність» [9].

Будь-який зміст тексту може бути потенційно емоціогенним, оскільки завжди знайдеться реципієнт, для якого цей зміст буде особисто важливим. У такому розумінні емоціогенний ефект може виникнути незалежно від мовних засобів, якими передається зміст, оскільки це залежить від контексту і особистості реципієнта. Будь-який текст може бути потенційно емоціогенним, але не завжди він є емотивним. Дослідники відмічають, що всі емотивні засоби мови є експресивними, але не навпаки.

Експресивність формується під час створення тексту, коли автор обирає мовні засоби, що сприяють досягненню комунікативної мети та впливу на реципієнта. Велику роль у цьому відіграють емоційні механізми, оскільки без емоцій не формується мотивація поведінки людини, включаючи мовленнєві дії. Вибір експресивних засобів для досягнення комунікативної мети залежить від мотиву. Чим більша особистісна значущість мети, тим інтенсивніше використовуються експресивні засоби, оскільки кожен раз, впливаючи на адресата, автор збільшує ймовірність досягнення мети. При цьому автор враховує потенційного реципієнта, щоб передбачити, які мовні засоби викличуть найбільший вплив на нього [13, с. 52].

Таким чином, формування експресивності тексту залежить від ряду факторів, таких як мотиви автора, комунікативна мета, уявлення про реципієнта, ставлення автора до об'єктів, що відображаються, а також до мовних засобів, які використовуються для досягнення цілей автора. Експресивність реалізується за допомогою засобів емотивності, оцінки, образності та структурно-композиційних засобів.

Мотиваційна промова - це вид виступу, спрямований на піднесення духу слухачів, стимулювання їх досягнень, мобілізація сил та енергії для досягнення конкретних цілей. Основні засоби вираження експресії в таких промовах можуть бути

дуже різноманітні, і їх використання спирається на ефективне використання мовленнєвих та невербальних засобів.

Експресивна мотиваційна промова має за мету не лише передати інформацію, а й створити особливий емоційний настрій, що має надихнути та підтримати слухачів у досягненні їхніх цілей. У таких виступах важливо створювати не лише раціональні зв'язки, але і емоційні образи, які здатні пробуджувати в слухачах почуття впевненості, ентузіазму та віри у власні сили.

Щоб досягти цієї мети, оратор повинен уважно вибирати слова та використовувати різноманітні стилістичні прийоми, які допоможуть створити запам'ятовуючий ефект. Слова повинні бути завдячені не тільки за своє конкретне значення, а й за емоційне враження, яке вони викликають.

У цьому контексті важливо також звертати увагу на ритм мовлення та його темп. Зміна темпу може підсилити ефект певних висловів або навпаки, створити атмосферу невпинного руху та просування вперед.

Крім того, тілоорієнтовані засоби вираження грають важливу роль у передачі емоцій та створенні зв'язку з аудиторією. Жести, міміка, поза – це всі елементи, які можуть підкреслити емоційний вимір промови, надати додаткового змісту та зрозумілості слів. Оратор повинен вміло використовувати своє тіло, щоб створювати додатковий канал комунікації та сприймати емоційні вібрації аудиторії [13, с. 96].

Також важливо звертати увагу на інтонацію та голосовий тембр. Варіації в голосі, які передають від радісної енергії до величної солідарності, можуть максимально залучити увагу та вразити слухачів.

Усі ці елементи разом творять вражаючу симфонію, яка переносить аудиторію в особливий емоційний стан. Вони допомагають створити не тільки інформативний, але і духовний зв'язок, який залишає слід в пам'яті слухачів та мобілізує їхні внутрішні резерви для досягнення поставлених цілей.



Важливим елементом ефективної мотиваційної промови є також апеляція до етичних, логічних та емоційних аспектів. Врахування етичних норм та принципів не лише підсилює авторитет оратора, але і робить його аргументацію більш переконливою. Логічні аргументи надають структуру та послідовність ідей, допомагаючи слухачам легше розуміти та приймати пропоновану інформацію. Спричинення емоційного відгуку, викликаного, наприклад, застосуванням реальних прикладів або апеляцією до особистого досвіду, може викликати активну взаємодію аудиторії та збільшити влучність промови [8].

Розглянемо деякі ключові елементи, які можуть використовуватися в мотиваційних промовах:

*1) Використання мовних засобів, що викликають великі емоції, допомагає створити враження, яке глибоко зачіпає слухачів.*

Оратор старається обирати слова, які не просто передають інформацію, але й викликають в слухачів конкретні почуття. Наприклад, замість стандартного «важливо», використання виразу «критично важливо» надає висловленню додаткового насичення та ваги, що робить його більш емоційно виразнішим.

*2) Інтонація та ритм виконують ключову роль у передачі емоцій та вражень.*

Зміна темпу, гучності та тону голосу може слугувати підсиленню важливих моментів промови. Наприклад, піднятий тон може вказувати на ентузіазм чи радість, тоді як послідовний ритм може створити відчуття стійкості та надійності. Інтонаційні зміни допомагають відобразити емоційні перепади та створюють атмосферу співпереживання між оратором та аудиторією.

*3) Ставлення риторичних питань, на які вже можливо передбачити відповіді, допомагає відтворити внутрішній діалог у слухачів.*

Це сприяє залученню їхньої уваги та викликає емоційний відгук, адже вони, фактично, стають співавторами обговорення.

4) Повторення ключових слів чи фраз допомагає закріпити ідеї та зробити їх більш легкими для того щоб запам'ятати.

Це створює ефект насичення та вираженості, підкреслюючи важливість певних аспектів промови.

5) Експресивні вислови є потужним інструментом для створення емоційного навантаження та враження в аудиторії.

Це використання перебільшених чи сильних слів, які максимально точно відображають почуття та емоції оратора. Це не просто слова, але вирази, які завдають сильний удар і сприймаються слухачами на емоційному рівні. Наприклад, замість простого «задоволення» оратор може сказати «велике захоплення» чи «неймовірне задоволення», підкреслюючи тим самим інтенсивність своїх почуттів.

6) Метафори є важливим засобом у мовленні, оскільки вони надають абстрактним ідеям конкретні образи, тим самими забезпечуючи їх розуміння.

Це впровадження образних висловів, які переносяться значення з одного контексту в інший. Наприклад, якщо оратор говорить про "сходження на висоти успіху", це метафора, де ідея успіху асоціюється з подорожжю на високу гору, підсилюючи важливість та високий ступінь досягнень.

7) Розповіді та анекдоти вносять елемент живості та конкретності в мотиваційні промови.

Вони ілюструють ключові ідеї через влучні розповіді чи життєві ситуації, що стають доступнішими для аудиторії. Розповіді додають персональності та конкретності, допомагаючи слухачам легше уявити та сприймати абстрактні концепції. Анекдоти, з іншого боку, можуть додавати гумору, роблячи промову більш цікавою та привабливою.

8) Використання реальних прикладів успіху є потужним стимулом для аудиторії.

Ці приклади не лише ілюструють можливості досягнень, але й створюють позитивний настрій та впевненість в тому, що інші вже досягли успіху в схожих обставинах. Це може включати розповіді про людей, які подолали труднощі, подолали виклики та досягли своїх цілей. Такі приклади слугують джерелом натхнення та спонукають слухачів діяти, підсилюючи їхню віру в власні можливості.

*9) Жести, міміка та поза/*

Елементи, що підсилюють емоційний стан оратора та підтримують важливі моменти промови.

*10) Зоровий контакт.*

Підтримання зв'язку із аудиторією через встановлення зорового контакту, що робить промову більш особистою та ефективною.

*11) Етичні аргументи в мотиваційній промові ґрунтуються на етичних принципах та цінностях.*

Вони використовуються для підкреслення справедливості та правильності ідей, що оратор намагається впровадити в аудиторії.

*12) Використання аргументів, які ґрунтуються на моральних принципах та етиці, дозволяє оратору побудувати висновок, що певна дія є правильною та справедливою з точки зору загальної моралі.*

Оратор може створити свій власний етичний образ, демонструючи свою пристосованість до вищих моральних стандартів та підкреслюючи важливість виконання правильних дій. Аргументація на етичному рівні може стимулювати аудиторію до саморефлексії та звернення до власної совісті, спонукаючи їх до прийняття морально обґрунтованих рішень.

*13) Логічні аргументи ґрунтуються на принципах логіки та раціонального мислення.*

Оратор використовує їх для логічного пояснення важливості чи необхідності певних дій. Оратор спрямовує аудиторію на логічний шлях мислення, де послідовні

аргументи логічно підтверджують важливість певних дій чи рішень. Використання конкретних фактів, статистики та логічних доказів допомагає переконати аудиторію у доцільності обраного напрямку дій та створити ланцюг логічних доводів, де кожен аргумент послідовно підкріплює інший, щоб створити переконливий кінець.

*14) Спричинення емоційного відгуку є ефективним засобом стимулювання слухачів до дії через виклик емоційних реакцій.*

*15) Звернення до почуттів слухачів, спонукаючи їх відчутти та співпереживати, може бути дуже потужним методом.*

Наприклад, розповідь про труднощі інших може викликати співчуття та бажання допомогти.

*16) Застосування елементів драматургії, таких як сюжетні повороти або інтенсивні моменти, може суттєво підсилити емоційний вплив.*

Створення враження важливості. Підкреслення важливості певної ситуації чи проблеми може викликати емоційний резонанс, що стимулює аудиторію до активних дій. Ці аргументативні стратегії взаємодіють, допомагаючи ораторові ефективно спілкуватися з аудиторією та створювати враження, яке залишиться в пам'яті слухачів [29, с. 193-194].

Отже, можемо зробити висновок, що всі перераховані вище елементи допомагають оратору максимально взаємодіяти з аудиторією та створювати враження, яке залишиться в пам'яті слухачів. Їх можна використовувати в різних комбінаціях для досягнення конкретної мети.

## **1.2.2. Використання тону та інтонації як факторів мовленнєвого впливу**

Високий рівень мовної та голосової майстерності дозволяє ораторові ефективно використовувати інтонацію у своїй промові. Інтонація, як один із найважливіших засобів комунікації, протягом багатьох років постає предметом вивчення дослідників.

На сучасному етапі розвитку лінгвістики з'явилася велика кількість праць, присвячених вивченню інтонаційної організації дискурсу. Основну функцію інтонації лінгвісти виділяють комунікативну, пов'язану зі змістом і синтаксичною побудовою мовного континууму, та емоційно-експресивну, що співвідноситься з вираженням суб'єктивного ставлення мовця до об'єкту реального світу [17, с. 181].

Під терміном «інтонація» мається на увазі організація ритміко-мелодійної структури промови, яка передає смисл та емоції за допомогою висоти тону, сили звуку, темпу та тембру голосу.

Застосування різних тонових відтінків утворює різноманітні за змістом речення, будь то піднесені та урочисті, доброзичливі, наказові, грубі, зневажливі тощо. Інтонація є необхідною для будь-якого вживаного слова - будь то побутового, художнього або наукового.

Інтонована мова також викликає емоційний відгук. Наприклад, юрист може виступати не лише об'єктивним голосом, але також вступати у спір, запевняти, виражати хвилювання, радість тощо, тобто передавати внутрішній зміст слів та виражати своє ставлення до обговорюваного питання. Інтонація підкреслює переходи від однієї думки до іншої, від питання до питання, від проблеми до проблеми.

Емоційно насичені інтонації передають слухачам різноманітні почуття, які оратор вкладає у свій виступ. Окрім голосу, до техніки входять також темп та ритм мовлення.

Темп мовлення визначається швидкістю, з якою оратор висловлює слова, фрази та весь текст промови. Цей параметр залежить від особистих особливостей промовця, його темпераменту, теми виступу, а також умов і характеристик слухачів. Очевидно,

що однакова промова може мати різний темп у різних аудиторіях залежно від їхнього рівня освіти, статі, віку, професії і т. д.

Ритм промови базується на варіації тривалості різних частин виступу та чергуванні мовлення з паузами. Існують кілька типів пауз, які відрізняються за причиною і метою їхнього використання у промові. Фізіологічні паузи виникають з потреби вдихати повітря і, як правило, співпадають з іншими видами пауз - граматичними, логічними і психологічними [21].

Граматичні паузи служать для граматичної структуризації тексту, тоді як логічні паузи пов'язані зі змістом і логікою промови. Завдяки їм оратор може розбити потік слів на логічні фрагменти, створюючи мовні такти.

Мовний такт визначається як фраза, що має цілісне значення, об'єднана інтонаційно і виділена паузами з обох боків. Важливо відзначити, що точність та виразність мови досягаються за допомогою правильного наголосу на логічних елементах промови, таких як тези, висновки, ключові слова та словосполучення в реченнях.

Тут можна скористатися порадою К. Станіславського: «Беріть частіше книжку, олівець, читайте і розмічайте прочитане за мовними тактами... Розмічування мовних тактів і читання по них необхідні тому, що вони змушують аналізувати фрази і доходити до їх суті. Без цього не скажеш правильно фрази. Звичка говорити по тактах зробить вашу мову не тільки стрункою за формою, зрозумілою за передачею, але й глибокою за змістом» [64].

Для визначення логічно наголошених слів і висловів важливо обрати основне слово та виділити його наголосом. Потім важливо провести аналогічні дії з іншими словами, які також необхідно підкреслити. Другорядні слова не виділяються особливим наголосом. Зрозуміло, що існує комплекс різних видів наголосів: сильних, середніх, слабких - їх розподіляють в залежності від змісту промови та її мети.

Щодо технік мовлення, які можна використовувати для підкреслення та посилення звучання логічно наголошених слів та фраз, то серед них варто відзначити зміну сили або реєстру голосу, уповільнення темпу мовлення і використання пауз. Це дозволяє зробити промову виразною, передаючи слухачам важливість окремих фрагментів та позицій у виступі. Крім того, це впливає на утворення у слухачів їхнього ставлення до проблем, які висвітлює оратор.

Окрім вже згаданих методів (зміна сили голосу, логічні наголоси, що варіюються відповідно до ступеня важливості теми розмови, різноманітність темпу для відтінку значимості окремих думок), виразність мовлення також досягається за допомогою варіації висоти тону.

Важливо врахувати, що логічна структура тексту не зовсім збігається з логічністю промови, яка включає послідовність, несуперечність, аргументованість та обґрунтованість.

Психологічна пауза служить для емоційної інтерпретації тексту, виявлення психологічного змісту думки. Цей вид паузи пов'язаний із підтекстом промови [29, с. 15-16].

Справжня промова - це сполучення внутрішнього стану оратора з його зовнішнім вираженням; у мисленні та серці мовця містяться певні роздуми і почуття, і коли вони точно виражаються, не лише словами, але й у всьому зовнішньому виразі особи, що виступає, це вже можна назвати ораторським мистецтвом.

Аналізуючи сучасні промови, помітно, що вони мають дивовижну особливість. Основні частини фраз зазвичай вимовляються або нечіткою скоромовкою, або нерішучим бормотанням, тоді як всі слова, які затуляють суть висловлювання, такі як «в будь-якому випадку загалом, а особливо в даному випадку; життя - це надзвичайно цінне добро; крадіжка - це секретне заволодіння рухомим майном» і т. д., вимовляються голосно та чітко.

Коли оратор вимірює час, кроки та кілометри, йому слід говорити рішуче, не поспішаючи і абсолютно об'єктивно, навіть якщо від його слів залежить суть справи і доля підсудних.

Таким чином, використання тону та інтонації має великий вплив на сприйняття та розуміння мовлення. Ці фактори допомагають передати емоції, наголоси, акценти та інший смисловий зміст.

Тон вказує на настрій та емоції, з якими вимовляється мовлення. Наприклад, високий тон може сигналізувати радість або захоплення, тоді як низький тон може виражати сумнів або схвильованість. Зміна тону може використовуватися для підкреслення певних ідей.

Інтонація вказує на акцентуацію та ритміку мови, що також впливає на сприйняття повідомлення. Професійні спікери використовують інтонацію, щоб підкреслити ключові моменти, привернути увагу аудиторії або створити силу емоційного зв'язку.

### **1.3. Сутність мотиваційної промови, її риси та типи**

Зі спроб розуміння мотиваційних процесів «всередині людини» в останніх наукових дослідженнях спостерігається зміна фокусу від розглядання мотивації як «сутності» до вивчення того, як мотивація існує «між людьми» і має лінгвістичний характер. У цьому контексті, зосередження на лінгвістичних аспектах допомагає вивчити механізми конструювання мотиваційного дискурсу, зокрема розрізняючи його змістовний і структурно-лінгвістичний компоненти.

На думку Джона Серла, відомого своїм внеском у філософію мови, розмовляти певною мовою означає здійснювати мовленнєві акти, до прикладу, робити заяви, надавати команди, задавати питання, обіцяти та ін. У свою чергу, такі акти є загалом



можливі та виконуються, враховуючи певні правила використання мовних одиниць [81, с. 16].

Змістовний компонент мотиваційного дискурсу визначає тему, яка переважає у свідомості людини. Ця тема може включати досягнення успіху, уникнення невдач, прагнення до влади, самоактуалізацію, афіліацію та інші, а також їх комбінації. Для дослідження цього компонента можуть використовуватися методи контент-аналізу, дискурс-аналізу та дискурсивної психології. Детальні підходи до вивчення подібних мотиваційних тем розроблені такими вченими, як Д. Макклеланд [46], Х. Хекхаузен [67] та інші.

Структурно-лінгвістичний компонент стосується розуміння того, як саме будується мотиваційний дискурс, тобто, як мотиваційні тенденції особистості стають доступними для свідомості, вербально сформулюються і представляються.

У даному контексті, концепція А. Шюца (викладена у роботі Т. Лукмана) щодо релевантних структур, за допомогою яких особистість в рефлексивній позиції визначає відповідність своїм знанням, установкам, позиціям і т. д., виглядає найбільш перспективною основою для вивчення цього компонента. Зокрема, використання таких лінгвістичних структур, як «тому що» і «для того, щоб», в пропозиціях, є складовою мотиваційної релевантності, що допомагає особі встановлювати смислові зв'язки між «тут і зараз», минулим і майбутнім [72].

Використання «тому що» вводить людину в структуру дискурсу «осучаснення», переміщення від минулого до теперішнього, а також дискурсу «пояснення», спроби встановлення синхронічного зв'язку між елементами теперішнього. Використання конструкцій «для того, щоб» викликає занурення в дискурс «протекції», який включає очікування, планування, перспективи майбутнього та формування проекту «чого б» [36].

Актуальним є вивчення різноманітних форм мотиваційного дискурсу та їх стильової диференціації. У цьому випадку проблема не обмежується лише пошуком

сталої термінології, методологічних засад виділення та створення універсальної моделі для кожної з цих форм. Також відсутня є єдність у розумінні комунікативно-прагматичних функцій, що виконуються стильовими різновидами мотиваційного дискурсу та їх текстових представлень.

При порівнянні більшості досліджень на тему мовного впливу стає очевидним одноманітне і загалом передбачуване розглядання інтенцій комунікатора, який передає своє повідомлення в усній або письмовій формі. У зв'язку з цим виникає питання щодо можливості і необхідності уточнення характеру мовної прагматики в залежності від способу формулювання повідомлення.

Фактично, всі комунікативні установки мотиваційного дискурсу мають за основу прагматику переконання. Тексти публіцистичного стилю в цілому не виявляють схильності до реалізації мовної функції повідомлення, і, навіть більше того, наявність цієї функції може вважатися параметром, який відрізняє текстовий континуум публіцистичного стилю від інших формалізованих функціональних стилів, таких як інтелектуальний та офіційно-діловий, де вона має головну функцію реалізації.

Отже, наукове знання виконує інструментальну роль у публіцистичному, науково-публіцистичному дискурсі і, зокрема, у мотиваційному дискурсі. При цьому емоційно-образова частина інформації, яка транслюється, займає другорядне положення порівняно з прагматичною домінантою повідомлення. Здійснюючи вплив на уяву, яка є основною властивістю людської психіки, комунікатор проводить маніпуляції свідомістю, часто використовуючи емоційно-чуттєві образи.

Звернемо увагу на те, що висока експресивність є характерною рисою мотиваційного дискурсу, яку визначають різні дослідники у рамках науково-популярного дискурсу. Крім застосування образної лексики та акценту на аудиторію, що виражається численними зверненнями до читача чи, навпаки, до власної особи і

особистого досвіду, коучі в своїх працях постійно вказують на наукові джерела, не називаючи конкретних робіт або авторів теорій, методів і т.д.

Такі посилання наукового характеру можуть бути включені в текст без зазначення конкретних джерел чи авторів, і лише деякі автори наводять бібліографічні посилання або списки в кінці свого виступу або книги. Однак ці списки не обов'язково включають всі джерела, згадані в тексті, а часто служать лише вказівниками для більш детального вивчення конкретної проблеми. Наявність такого структурного елемента наближує тексти мотиваційного дискурсу до публіцистичного та науково-навчального, для яких глосарій або предметний покажчик є важливою композиційною складовою [29].

Проаналізувавши чимало мотиваційних виступів, можна виділити такі їхні основні риси:

- 1) особистісний характер (мотиваційні промови зазвичай опираються на власний досвід);
- 2) аргументативність;
- 3) емоційність (напр.: *This is a breathtaking pace... we have had our failures, but so have others, even if they do not admit them.* – Із захоплюючою швидкістю... у нас траплялися поразки, але інші помилялись теж, навіть, якщо вони цього не визнають) [36, с. 327; 96].

Мотиваційні промови вирізняються застосуванням особливих мовних засобів для досягнення найкращого комунікативного ефекту.

З позицій класифікації мовленнєвих актів Дж. Серля та на базі промови Джона Кенеді в університеті Райса, окреслимо такі типи промов:

– репрезентативи або асертиви – передають істинність сказаного (напр. *Only last week did we develop penicillin and television, and nuclear power. Now if America's new spacecraft succeeded in reaching Venus, we will have literally reached the stars before midnight tonight* – Ще вчора ми винайшли пеніцилін, телебачення та ядерну

енергетику. А тепер, якщо новому космічному кораблю Америки вдасться досягти Венери, ми буквально долетимо до зірок до півночі сьогодні ввечері);

– директиви – переконують виконати певні дії (напр.: *We shall make up and move ahead* – Ми помиримся і будемо рухатися далі);

– експресиви – виражають емоційне ставлення (напр.: *this is a breathtaking pace, we have had our failures, but so have others, even if they do not admit them* – Із захопливою швидкістю, у нас траплялися поразки, але інші помилялись теж, навіть, якщо вони цього не визнають);

– комісиви – висловлюють деякі зобов'язання (напр.: *This country was conquered by those, who moved forward and so will we in space* – Наша країна була завойована тим, хто рухається вперед, тому ми рухаємось вперед в космічному просторі також);

– декларативи або акти встановлення – оголошують певний стан справ, відповідаючи пропозиційному змісту мовного акту (напр.: *We mean to be a part of it – we mean to lead it; we choose to go to the Moon* – Ми хочемо бути частиною цього – ми хочемо бути рушієм; ми вибираємо висадку на Місяць) [36, с. 328; 96; 80, с. 14].

Найчастіше використовують трискладову частину промови, до якої відносять вступ, основну частину та висновки. Зазвичай мотиваційні спікери розпочинають промову з:

– яскравого прикладу: *People like Colonel Sanders, who retired broke at before starting KFC* – Такі люди, як полковник Сандерс, який пішов на пенсію без гроша за пазухою, перед започаткуванням KFC);

– крилатого вислову, риторичного запитання (напр.: *Why is it that intelligent people procrastinate?* – Чому розумні люди прокрастинують?; *Why is that that people, who are so self-motivated often self-sabotage?* – Чому ті люди, які самовмотивовані, часто опускають руки?);

– цитати (напр.: *Aristotle is widely quoted as saying that give me the child for seven years and I'll give you the man* – Часто приводять до прикладу цитату Арістотеля, який говорив що, дайте мені дитину і протягом 7 років, вона стане людиною) [97].

Дослідниця І. Плотницька звертає увагу на те, що в основній частині промови доречним буде використання одного з таких методів викладу матеріалу:

- дедуктивного (від загального до окремого);
- індуктивного (від окремого до загального);
- зіставлення (відомого з новим повідомленням);
- концентричного (проблема озвучується, а потім поглиблено вивчається); – історичного (виклад матеріалу у хронологічній послідовності) [93].

Також, важливо дотримуватися послідовності висловлювань, щоб кожна думка була логічно пов'язана з попередньою та використовувати аргументи для змістовного підсилення сказаного:

*One of the other challenges are that is that we are also creatures of habit. Now, what does that mean? That means that prefrontal cortex, that frontal lobe that serves of that executive decisionmaking is prime real estate* – Іншою проблемою є те, що нами керують звички. Що це означає? Це означає, що префронтальна кора, та лобова частка, яка служить для прийняття рішень, є найважливішою частиною) [36, с. 327-328].

З погляду когнітивних процесів найефективніше запам'ятовуються початкова та завершальна частини. Вступ має зацікавити аудиторію та встановити потрібну атмосферу з перших слів, тоді як висновок повинен завершуватися закликком до конкретних дій:

*When we commit to self-mastery, we give ourselves the best shot of becoming the best and the greatest versions of ourselves that we can be.* – Коли ми зобов'язуємось працювати над собою, ми даємо собі шанс стати найкращими версіями себе, якими ми можемо бути; *Get the things that should not be there out.* – Позбудьтесь того, що вам непотрібне) [36, с. 328].

За стилем, мотиваційна промова відноситься до публіцистичного стилю, який характеризується поєднанням логічності викладу матеріалу з емоційно-експресивним забарвленням. Також, потрібно відмітити, що важливу роль відіграють невербальні засоби при проведенні публічного виступу, такі як жести, міміка, тон, поза. Втім, основним засобом впливу на аудиторію залишається вербальний.

Підсумовуючи зазначимо, що мотиваційна промова може бути самодостатньою категорією публічного виступу з відповідними характеристиками, що стосуються стилістики, композиції та лексичних засобів, а також особливим значенням позамовних структур. При перекладі англомовних промов українською мовою використовуються такі стратегії: прямий переклад, трансформації додавання або опущення, перекладацька заміна. Використання таких стратегій зумовлене спробами зберегти бажаний ораторський вплив.

## **РОЗДІЛ 2**

### **МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ ЗАСОБІВ АНГЛОМОВНИХ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВ**

#### **2.1. Методи дослідження та обґрунтування вибору матеріалів роботи**

Для ретельного нашого дослідження та обґрунтування вибору матеріалів планується використовувати наступні методи:

1. Аналіз тексту промов.

2. Риторичний аналіз промов.
3. Семіотичний аналіз.
4. Контекстуальний аналіз.

Аналіз тексту промови – це систематичний підхід до вивчення і розуміння ключових аспектів мовлення, представленого в публічному виступі. Під час аналізу слід звертати увагу на різноманітні елементи, такі як структура, мовленнєвий стиль, аргументація та емоційний вплив.

Важливо визначити контекст виступу, а також цільову аудиторію. Аналізуючи мовлення, слід звертати увагу на використані стилістичні прийоми, риторичні засоби та аргументаційні стратегії.

Важливо також визначити, наскільки автор досягає своєї мети та яке враження він залишає у слухачів. Аналіз тексту промови надає можливість розкрити глибину інтенцій автора та вивчити його/її ефективність у комунікації з аудиторією.

Під час аналізу тексту промови важливо також враховувати тон та емоційну окрасу, які автор використовує для підсилення своїх поглядів та залучення уваги слухачів. Розглядаючи структуру промови, слід визначити, як автор впорядковує свої ідеї від вступної частини до висновку. Питання логічності та послідовності викладу допомагають зрозуміти, наскільки ефективно автор сприймається аудиторією.

Не менш важливим є і вивчення контексту, в якому відбувається виступ. Соціальні, політичні та культурні обставини можуть впливати на трактування слів автора та реакцію аудиторії. Розуміння мети промови – чи то переконати, чи вразити, чи інформувати – також відіграє ключову роль у вивченні тексту.

Завдяки аналізу промови можна глибше зрозуміти переконливість аргументації, вірогідність використаних фактів і прийоми впливу на психологію слухачів. Такий ретельний розгляд допомагає виявити силу та слабкість мовлення автора, розкриваючи його/її ефективність у викладі ідей.

Додатково, слід звертати увагу на вибір мовленнєвих засобів та лексичний вибір. Використання різноманітних стилістичних прийомів, таких як метафори, епітети, алегорії, риторичні засоби, може поглибити враження від промови.

Також важливо враховувати культурні та історичні відмінності, що можуть впливати на інтерпретацію слів. Деякі вислови чи алюзії можуть бути зрозумілі лише в конкретному соціокультурному контексті.

У заключенні, аналіз тексту промови є комплексним підходом до розуміння комунікативних стратегій автора та їх впливу на аудиторію. Поглиблений розгляд кожного з аспектів тексту дозволяє виявити різні шари значень та нюансів, що сприяє кращому розумінню суті виступу.

Риторичний аналіз промови - вивчення мовленнєвих засобів, які використовуються для впливу на аудиторію. Під час аналізу слід звертати увагу на вибір слів, тон, метафори, епітети та інші стилістичні засоби, які допомагають створити ефективний вплив на слухачів. Також важливо враховувати контекст виступу, аудиторію та основну мету автора.

Результат риторичного аналізу допомагає краще розуміти, як автор намагається сформулювати свої ідеї та переконати слухачів.

Під час риторичного аналізу слід також звертати увагу на тон промови та емоційне навантаження. Автор може використовувати різні риторичні прийоми для залучення уваги, підсилення емоційного впливу та створення запам'ятовуваного враження. Також важливо враховувати контекст виступу, оскільки він може визначати тон та сприйняття промови.

Аналізуючи риторичні засоби та їх вплив на аудиторію, можна краще розуміти, як автор прагне досягти своєї мети та враження, яке він хоче залишити. Такий аналіз допомагає розкрити суть мовлення та визначити ефективність засобів, використовуваних для комунікації з аудиторією.



Крім того, риторичний аналіз дозволяє визначити ступінь переконливості виступу. Аналізуючи аргументацію та логіку автора, можна визначити, наскільки добре висловлені ідеї та наскільки вони переконливі для слухачів.

Також важливо звертати увагу на риторичні фігури, такі як повтори, антитези, паралелізми тощо. Вони можуть використовуватися для підсилення ефекту промови та створення запам'ятовуваного риторичного образу.

Загальний результат риторичного аналізу допомагає виявити силу та ефективність мовленнєвих стратегій, використаних автором у промові, а також зрозуміти, як ці стратегії впливають на аудиторію та досягають визначеної мети виступу.

Наступним важливим аспектом риторичного аналізу є увага до етичних аспектів мовлення. Важливо чи використовує автор етичні аргументи, чи дотримується він загальноприйнятих моральних норм, чи використовуються емоції та моральні аспекти для підсилення переконливості промови.

Риторичний аналіз промови вимагає глибокого осмислення різноманітних мовленнєвих стратегій, що використовуються автором для впливу на аудиторію. Під час такого аналізу я звертаю свою увагу на вибір слова, тон, метафори та риторичні засоби, щоб зрозуміти, як вони сприймаються слухачами.

Окрім цього, важливо аналізувати мету виступу та ефективність використаних аргументів. Я стежу за тим, як автор будує свої ідеї та чи вони переконливі для цільової аудиторії. Також звертаю увагу на реакції слухачів та спробую зрозуміти, наскільки вдало автор досягає своєї мети.

Крім того, риторичний аналіз допомагає мені вивчати етичні аспекти мовлення та визначати, наскільки автор дотримується етичних стандартів у своєму виступі. Враховуючи всі ці аспекти, я можу сформулювати власні висновки щодо ефективності та впливу промови на аудиторію.

Семіотичний аналіз промови - це спроба розгляду мовленнєвих та немовних засобів, які використовуються спікером, з метою розкриття глибинного сенсу та впливу на аудиторію. Під час аналізу фокусуюсь на знаках, символах, жестах, інтонаціях та інших елементах, які передають не лише текстову, але й візуальну та аудіальну інформацію.

Стежу за вибором слів та їх значущістю, а також аналізую використання метафор та алегорій для створення певних образів або концепцій. Приділяю увагу жестам та міміці, які можуть підкреслювати або змінювати смислове навантаження виступу.

Семіотичний аналіз дозволяє розкрити різні рівні сприйняття та взаємодії з аудиторією через розгляд різних мовних та немовних елементів промови.

Далі, важливо звернутися до визначення та розгляду знаків та символів, які використовуються в промові. Аналізую, які конкретні образи чи поняття вони передають, та як це сприймає аудиторія.

Окрім цього, зосереджую увагу на тембрі та інтонації голосу, оскільки ці аспекти можуть впливати на емоційний стан слухачів та підсилювати зміст промови.

Розглядаю, які елементи аудіовізуального сприйняття (звуки, музика, паузи) використовуються для створення певного настрою чи підсилення ефекту виступу.

Семіотичний аналіз також включає вивчення контексту та культурних аспектів, які можуть впливати на розуміння символів та знаків в різних соціокультурних групах.

Загалом, під час семіотичного аналізу промови я стежу за всіма можливими знаками, символами та елементами спілкування, які формують повний образ виступу та визначають його вплив на аудиторію.

Контекстуальний аналіз промови - це вивчення мовленнєвого виступу в контексті його оточення, щоб краще розуміти вплив зовнішніх факторів на сприйняття та інтерпретацію промови.

Особисто для мене, контекстуальний аналіз означає розгляд соціокультурних, історичних та політичних обставин, які оточують виступ. Розуміння цих факторів допомагає визначити, як промова сприймається в конкретному соціокультурному середовищі та які можуть виникати різноманітні інтерпретації.

Також важливо враховувати внутрішній контекст промови, такий як структура та послідовність висловлювань. Спостерігаю, як автор організовує свої ідеї в межах промови та як це впливає на сприйняття матеріалу.

Контекстуальний аналіз також включає розгляд аудиторії - її очікувань, поглядів та цілей. Аналізую, як автор адаптує свій виступ до потреб конкретної аудиторії та наскільки ефективно це робить.

Загалом, контекстуальний аналіз дозволяє мені краще зрозуміти, як зовнішні та внутрішні фактори взаємодіють із самою промовою та впливають на сприйняття інформації.

Контекстуальний аналіз також включає розгляд особистого досвіду та поглядів автора, а також його співвідношення з певною групою чи спільнотою.

Аналізую, як особисті досвід та переконання можуть впливати на обрані теми, стиль та спосіб комунікації.

Не менш важливим елементом є аналіз використання мовних засобів та риторичних прийомів в контексті. Спостерігаю, як автор вибирає слова та висловлює свої думки, спираючись на культурні чи історичні конотації.

Контекстуальний аналіз допомагає мені розкривати внутрішні та зовнішні фактори, які визначають виступ, а також розуміти взаємодію між мовцем та оточенням. Це важливий інструмент для розкриття глибинного смислу промови та виявлення того, як вона сприймається в конкретному соціокультурному та історичному контексті.

## **2.2. Методика аналізу лексичних, прагматичних та етичних особливостей текстів мотиваційних промов**

Досліджуючи мотиваційні промови, спочатку варто звернути увагу на лексичні аспекти тексту. Обсяг та структура тексту розкривають його загальну композицію, допомагаючи зрозуміти, як автор організує свої думки. Важливо визначити, чому вибрана саме така структура та як це впливає на сприйняття ідей аудиторією.

Щодо словникового складу, необхідно ретельно проаналізувати вживані терміни та вирази. Особливу увагу треба приділити емоційному забарвленню слів та їхньому мотиваційному потенціалу, використанню риторичних засобів, таких як метафори чи аналогії, оскільки вони можуть підсилити враження від промови.

При дослідженні граматики та стилістики слід звернути увагу на синтаксичні конструкції та структурні елементи. Спостереження за використанням стилістичних елементів, таких як епітети чи антитези, які можуть впливати на ефективність передачі ідей також дуже важливі.

Цей лексичний аналіз дозволяє мені глибше зануритися в мовні аспекти промови та зрозуміти, яким чином автор використовує слова та вирази для досягнення своєї мети.

Розглядаючи, як автор використовує мовні засоби для виклику конкретних емоцій у читачів чи слухачів, важливо визначити, чи використовуються терміни з різних сфер для пояснення ідей, і як це може впливати на зрозумілість та прийняття промови.

Слід врахувати стилістичні елементи, оскільки вони сприяють створенню конкретного тону промови. Наприклад, метафори чи порівняння можуть робити ідеї більш конкретними та доступними.

На цьому етапі важливо врахувати, як лексика та стилістичні елементи взаємодіють, створюючи атмосферу та враження, які автор бажає передати аудиторії.

Продовжуючи лексичний аналіз, удосконалюю своє сприйняття використаних термінів та слів. Звернімо увагу на їхній емоційний вплив та те, як вони можуть змінювати тон та настрій промови. Також досліджуємо, чи використовуються специфічні терміни для звертання до аудиторії чи експертів.

Вдосконалюємо аналіз граматичних структур та стилістичних виразів. Враховуємо, які граматичні конструкції використовуються для вираження ідей та чи допомагають вони досягти мети промови. Аналізуємо стилістичні елементи, такі як образи чи риторичні питання, які надають тексту додаткову виразність та переконливість.

Цей покроковий лексичний аналіз дозволяє глибше зрозуміти, як саме мовні засоби використовуються для побудови тексту та як вони впливають на сприйняття аудиторією.

Проходячи прагматичний етап аналізу промови, наша увага спрямована на те, як мовні засоби взаємодіють з аудиторією та чому вони вибрані саме таким чином.

Аргументація та логіка виявляються ключовими точками аналізу. Ми вивчаємо, як послідовність аргументів підтримує головну тезу, розкриваючи логічні відносини та вагомі докази. Аргументація повинна бути переконливою та послідовною.

Також аналізуємо тон та настрій. Чи вдається автору створити потрібну атмосферу для досягнення мети? Тон може бути мотиваційним, впевненим, чи, можливо, обережним, в залежності від теми та спрямувань промови. Важливо враховувати, як цей тон взаємодіє з аудиторією та допомагає досягти прагматичної мети.

На цьому етапі аналізу виявляються стратегії впливу та способи, якими мовні засоби сприяють досягненню конкретної мети в контексті виступу чи тексту.

Аналізуємо, наскільки ефективно текст комунікує свої ідеї та повідомлення аудиторії. Розглядаємо, чи досягає автор своєї мети, чи викликає необхідні реакції та

рефлексії у читачів або слухачів. Вивчаємо, чи забезпечена чітка зв'язність ідей та чи несе текст конкретні та зрозумілі повідомлення.

Оцінюємо, наскільки текст адаптований до особливостей цільової аудиторії. Розглядаємо, чи враховані потреби, інтереси, та рівень знань аудиторії. Чи використовуються мовні засоби, що можуть бути зрозумілі та актуальні для членів аудиторії.

Звертаємо увагу на те, наскільки автор ураховує зовнішні обставини та соціокультурний фон у тексті. Вивчаємо, чи враховуються актуальні події, тренди, чи існують посилання на загальноприйняті концепції. Це дозволяє зробити текст більш актуальним та доступним для аудиторії.

Цей прагматичний аналіз глибше допомагає зрозуміти взаємодію тексту з аудиторією та визначити його ефективність у досягненні поставленої мети.

Етичний аналіз тексту мотиваційної промови полягає в оцінці використання мовних засобів та відповідності тексту етичним стандартам. Основна увага приділяється таким аспектам:

1. Важливо перевірити, чи враховані етичні норми у використанні мовних засобів.

Наприклад, чи було уникнуто образливих слів, дискримінації чи інших форм неприйнятної лексики. Також важливо враховувати, чи не порушується принцип об'єктивності та точності викладення інформації.

2. Вивчити справедливість викладення ідей.

Важливо визначити, чи відбувається справедливе представлення аргументів та альтернативних точок зору. Також враховується можливість використання маніпуляцій чи підводних каменів для створення несправедливого враження.

3. Чесність та достовірність інформації є ключовим елементом етичного аналізу.

Важливо перевірити, чи вказані джерела, чи враховані можливі конфлікти інтересів. Чесність в поданні інформації є важливою для будь-якого тексту, особливо мотиваційної промови.

Окремо аналізується уважність до аудиторії. Текст повинен уникати шкоди чи непотрібного напруження. Важливо враховувати, чи не порушуються особисті межі та чутливі теми аудиторії.

Цей етичний аналіз дозволяє визначити, наскільки текст відповідає досліджуваним стандартам та чи враховані принципи справедливості, чесності та уважності до аудиторії.

Далі в аналізі розглядається емоційний вплив тексту на аудиторію та її відгук. Важливими аспектами є:

#### 1. Ефективність емоційного впливу:

Вивчається, наскільки текст здатний викликати емоційні відгуки у читачів чи слухачів. Чи використовуються емоційно насичені вислови, образи та прийоми для створення певного емоційного фону. Здатність тексту викликати в аудиторії відповідні емоції важлива для досягнення мети.

#### 2. Вплив на переконання:

Аналізується, наскільки переконливо автор викладає свої ідеї та переконання. Як використовуються аргументи, факти та риторичні прийоми для підсилення переконань. Важливо враховувати, наскільки цей емоційний вплив сприяє досягненню мети промови.

#### 3. Реакція та взаємодія аудиторії:

Оцінюється реакція та взаємодія аудиторії на текст. Чи викликає він активність, обговорення, чи інші форми взаємодії. Важливо враховувати, наскільки текст здатний взаємодіяти з аудиторією та стимулювати її реакції.

Цей етап аналізу спрямований на визначення, наскільки текст спроможний впливати на емоції та переконання аудиторії, а також створювати активну взаємодію з нею.

### **2.2.1. Мовні та позамовні особливості мотиваційної промови, критерії її ефективності**

Публічні виступи та мотиваційні промови мають багато спільного, оскільки обидва вони пов'язані з лінгвістикою і ґрунтуються на мовленнєвому акті. Як вже згадували вище, згідно з Джоном Серлом, використання певної мови означає здійснення мовленнєвих актів, таких як заяви, команди, питання, обіцянки та інші. Ці акти можуть бути здійснені за певних правил використання мовних одиниць [35].

Публічні виступи використовуються для різних цілей, таких як інформування, розважання, переконання або надихання, і вимагають особливого підходу з боку оратора.

Зі свого боку, мотиваційна промова може розглядатися як підвид публічного виступу, оскільки її головною метою є передача певної ідеї аудиторії та стимулювання слухачів до роздумів, що є також характерним для переконуючих промов. Загалом, мотиваційна промова слугує для надихання на виконання конкретних дій, які покращують життя.

З лінгвістичної точки зору, мотиваційним промовам властиве використання специфічних мовленнєвих засобів, які впливають на когнітивну діяльність аудиторії. Для кращого розуміння суті мотиваційних промов, спочатку необхідно визначити поняття мотивації.



Мотивація - це сукупність внутрішніх і зовнішніх сил, що спонукають людину до дії, встановлюють межі і форми діяльності і надають цій діяльності спрямованість на досягнення певних цілей [35, с. 5].

Проте не можна повністю віднести мотиваційну промову до категорії переконуючих виступів. Мотивація спостерігається в наукових і політичних дискусіях, передвиборчих, агітаційних та рекламних виступах, проте її основною відмінністю є маніпуляція груповою думкою для досягнення цілей оратора, що не є складовою частиною мотиваційних промов, які, навпаки, стимулюють поліпшення в різних сферах життя людини, таких як кар'єра або особисте життя.

Мотиваційна промова часто використовує різноманітні фігури стилістики, щоб надати промові образності та запам'ятовуваності. Такі риторичні прийоми, як метафори, аналогії, епітети, риторичні питання, допомагають зміцнити ефект промови. Наприклад, використання метафор допомагає перенести певну ідею або концепцію на більш зрозумілий та емоційно заряджений рівень.

Ефективна мотиваційна промова має енергійний ритм та варіацію інтонації. Ритм допомагає створити впевнений та динамічний потік мови, підкреслюючи ключові моменти промови та зберігаючи увагу аудиторії.

Варіація інтонації дозволяє підкреслити різні емоційні нюанси, надати промові експресивності та виразності. Позамовні елементи, такі як жести, міміка, поза та контакт з аудиторією, грають важливу роль у мотиваційній промові.

Ефективне використання цих невербальних засобів допомагає підкреслити важливість та емоційну сутність переданого повідомлення. Наприклад, використання жестів, які підкреслюють ключові слова або ідеї, може зробити промову більш запам'ятовуваною та переконливою.

Інтонація, гучність, темп та інші аспекти голосу впливають на сприйняття інформації та створюють певний настрій в аудиторії. Зміна гучності та інтонації може використовуватися для підкреслення емоційних моментів або передачі важливих ідей.

Темп мови може бути регульованим для створення пауз або акцентування окремих слів.

Важливим аспектом мотиваційної промови є зовнішній вигляд та гарнітура спікера. Професійний зовнішній вигляд та належно підібрана гарнітура створюють додатковий вплив на аудиторію. Одяг повинен відповідати ситуації та підкреслювати авторитет та професійність мовця.

Мотиваційна промова вимагає впевненості, емоційності та ефективного спілкування з аудиторією. Мовні та позамовні особливості взаємодіють між собою, створюючи потужну змішану платформу для передачі повідомлення та стимулювання мотивації.

Інтеграція переконливої лексики, фігур стилістики, ритму, інтонації, невербальних засобів та професійного зовнішнього вигляду допомагає досягти бажаного ефекту на аудиторію, мобілізувати їхню мотивацію та підтримку у досягненні поставлених цілей.

Отже, мовні та позамовні особливості мотиваційної промови включають певні аспекти, які сприяють створенню ефективного впливу на слухачів.

До мовних особливостей мотиваційної промови відносять:

- чіткість та логічність: мотиваційна промова повинна бути структурованою та логічною, щоб слухачі легко розуміли її зміст і аргументи;
- емоційна інтонованість: промова повинна вміти сприймати емоційну сторону аудиторії та викликати в них позитивну реакцію. Емоції можуть бути використані для стимулювання мотивації і мобілізації аудиторії до дії;
- ілюстрація сценаріїв: використання влучних прикладів та ілюстрацій може допомогти слухачам краще усвідомити і закріпити відповідні ідеї та аргументи;
- використання риторичних засобів: мовлення має бути ораторським і привабливим, включаючи в себе такі засоби як риторичні питання, анафора, метафора, епіфора та інші.

Позамовні особливості мотиваційної промови включають: позитивне ставлення та внутрішню мотивацію: важливо, щоб спікер сам був переконаним у своїх словах та демонстрував це своє ставлення в мовленні; голосовий і невербальний акомпанемент: важливу роль відіграють не тільки слова, а й тон голосу, жести, міміка.

Все це повинно підсилювати мотиваційний ефект промови; спілкування з аудиторією: під час промови важливо встановити зв'язок з аудиторією та враховувати її потреби і очікування.

### **2.2.2. Етичні аспекти використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах**

Мотиваційні промови мають значний вплив на слухачів, здатні змінити їхнє ставлення, переконання та мотивацію. Однак, використання засобів мовленнєвого впливу вимагає обережного підходу з етичної точки зору.

Отже, у цьому розділі розглянемо етичні аспекти використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах.

Найважливішим етичним принципом при використанні засобів мовленнєвого впливу є збереження правдивості та достовірності інформації. Спікер, під час своєї промови перед аудиторією, повинен володіти правдивою інформацією і не використовувати недостовірні факти, хибну інформацію або надмірно завищувати досягнення. Важливо доводити інформацію належними доказами та відкрито обговорювати обмеження та можливі ризики.

Мотиваційна промова має враховувати різноманітність індивідуальних розумінь, переконань та цінностей слухачів. Спікер повинен бути обізнаним з аудиторією та її потребами, а також брати до уваги різницю в контексті культур, етнічних груп, соціальних статусів та інших факторів. Важливо поважати

індивідуальність та гідність слухачів, уникаючи будь-якої форми дискримінації або приниження.

Промови можуть викликати емоційні реакції у слухачів, але викладач повинен бути обережним, щоб не використовувати емоційну маніпуляцію або викликати неправдиві емоційні реакції. Необхідно бути свідомим та поважати кордони слухачів, уникати використання страху, вини, невпевненості або будь-якої іншої форми маніпуляції для досягнення бажаної реакції.

Етична мотиваційна промова має спонукати слухачів до особистого розвитку, позитивних змін та досягнення своїх цілей. Викладач повинен стимулювати слухачів до саморозвитку, надихати їх на самоосвіту, розширення знань та вдосконалення навичок. Важливо діяти в інтересах слухачів та сприяти їхньому довгостроковому добробуту.

В етичному використанні засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах необхідно бути особливо обережним щодо емоційної вразливості слухачів. Мовець повинен уникати зловживання або експлуатації емоційного становища слухачів. Важливо усвідомлювати, що позитивний вплив може бути досягнутий без виклику неприйнятних або негативних емоцій.

Етична мотиваційна промова повинна створювати взаємну вигоду для спікера та слухачів. Важливо, щоб промова не обмежувалася лише рекламою або продажом товарів чи послуг, але мала більш глибокий зміст та сприяла розвитку та самореалізації слухачів. Засоби мовленнєвого впливу повинні бути спрямовані на підвищення якості життя та досягнення успіху, забезпечуючи взаємну користь для всіх учасників.

Спікери мають дотримуватися етичних цінностей у своїх мотиваційних промовах. Це означає, що вони повинні враховувати загальні моральні принципи, такі як чесність, справедливість, повага та толерантність. Важливо уникати пропаганди

насилля, дискримінації або будь-якої форми негативного впливу, які можуть суперечити етичним стандартам.

Етична мотиваційна промова вимагає транспарентності та чесності з боку мовця. Важливо надавати точну та достовірну інформацію, уникати перекручень фактів або надмірної маніпуляції, щоб слухачі мали можливість усвідомлено приймати рішення та діяти на основі правильної інформації.

Мотиваційна промова повинна враховувати різноманітність переконань, цінностей та світоглядів слухачів. Мовці мають бути толерантними та поважати різні погляди, не настоюючи на своїх власних думках або переконаннях. Важливо створювати відкрите середовище, в якому слухачі можуть вільно висловлювати свої думки та почувати себе поважними.

Етична мотиваційна промова повинна бути відповідною контексту та цілям, які вона передбачає. Спікер повинен зрозуміти потреби та очікування слухачів і адаптувати свою промову відповідно.

Важливо бути чуйним до індивідуальних особливостей та культурних відмінностей слухачів, уникати загальних узагальнень або образливих висловлювань.

Використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах пов'язане з великою відповідальністю. Мовці мають дотримуватися етичних принципів, таких як правдивість, повага до слухачів, уникання емоційної маніпуляції та спонукання до особистого розвитку. Це допоможе забезпечити ефективність та моральну цінність мотиваційних промов, створюючи сприятливу та етичну середу для розвитку та мотивації слухачів.

Етичні аспекти використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах є невід'ємною частиною викладацької професії. Спікери повинні бути свідомими впливу своїх слів та дій на слухачів і дотримуватися принципів правдивості, поваги, розуміння, етичної емоційної маніпуляції, заохочення особистого розвитку та забезпечення взаємної вигоди.

Шанобливе ставлення до етичних цінностей сприяє створенню етичного та взаємно корисного середовища для мотиваційних промов, сприяючи особистому зростанню, розвитку та натхненню слухачів.

**РОЗДІЛ 3**  
**ЗАСОБИ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ**  
**МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ**  
**(Джефф Безос, Стів Джобс, Опра Вінфрі)**

### 3.1. Лексичні особливості текстів мотиваційних промов

Одним з найбільш поширених засобів організації мовленнєвої комунікації в сучасній лінгвістиці вважається комунікативна стратегія, як сукупність конкретних мовленнєвих дій, застосованих заради втілення глобальних інтенцій учасників комунікативного процесу [4, с. 118]. У жанрі мотиваційних промов такою метою слугує прагнення спікера переконати слухачів в правильності своїх слів та стимулювати їх до рушійних дій.

Третій розділ наукової роботи присвячений практичній частині за використання теоретичного матеріалу, наведеного в першому розділі. З метою ґрунтовного розгляду засобів мовленнєвого впливу в англomовних мотиваційних промовах було відібрано публічні промови Джеффа Безоса, Стіва Джобса та Опри Вінфрі.

Тематика публічних промов переважно загальносоціальна і зрозуміла будь-якому слухачеві без спеціальної освіти. Було з'ясовано, що усі проаналізовані публічні промови мають спільні лінгвістичні особливості.

Мотиваційні промови мають свої власні лексичні особливості, оскільки їхня мета полягає в тому, щоб стимулювати аудиторію до досягнення певної мети або задачі.

Приведемо приклад зазвичай вживаних лексичних елементів у текстах мотиваційних промов:

– Позитивна лексика: Використання позитивно забарвлених слів і виразів, які сприяють підняттю настрою і відчуттю оптимізму.

Мотиваційна промова є важливим інструментом для підняття настрою, стимулювання дій та надання енергії аудиторії. Використання позитивної лексики в цьому контексті відіграє визначальну роль у створенні відчуття оптимізму та надихаючої атмосфери.

Спрямованість на позитивність виражається через використання слів, що несуть в собі радість, можливості та успіх. Наприклад, слова "*success*", "*possibility*", стають будівельними блоками мотиваційного повідомлення. Дієслова, які акцентують на русі вперед та досягненні, надають промові динаміку та наполегливість.

Мотиваційна промова завжди має бути оптимістичною, стимулюючи слухачів вірити в свої сили та можливості. Фрази, які підкреслюють важливість впевненості у власних силах, роблять основу для позитивного настрою.

Енергійні слова і фрази додають промові динаміку та жвавість, активізуючи слухачів і підштовхуючи до конкретних дій.

Асоціації із світлом, теплом, розквітанням та перемогою створюють позитивний фон, на якому висловлюється мотиваційне повідомлення. Вони сприяють створенню позитивних образів, що асоціюються із розвитком, успіхом та радістю.

Такий підхід до лексики в мотиваційних промовах допомагає створити не лише інформативний, але і надихаючий контекст, який підтримує слухачів у досягненні їхніх цілей та позитивному перетворенні життя.

Звертаючись до позитивної лексики, ми висловлюємо впевненість у можливостях, віримо у силу власних здібностей і надаємо слухачам необхідну дозу ентузіазму для впорядкування своїх цілей.

" *Every challenge is an opportunity* ", відзначаємо, наголошуючи на тому, що навіть труднощі можуть стати кроком до успіху. " *We are absolutely sure of you* ", - це слова підтримки та віри в силу кожної особи в аудиторії [77].

Завдяки оптимізму та позитивній граматиці, промова надає не лише інформацію, але і обнадійливий настрій, що стає джерелом інтересу та натхнення. " *We move forward together* ", - ця фраза сприяє відчуттю об'єднання та спільного просування вперед.

Позитивні асоціації з ростом, світлом та перемогою не лише забезпечують підтримку, а й створюють відчуття радості від самого процесу досягнення цілей.



– Динамічні дієслова: Активні та енергійні дієслова, які висловлюють рішучість та наполегливість (наприклад, досягати, рухатися вперед, подолати, змінювати, досягти)

Динамічні дієслова в мотиваційних промовах виступають як ключовий елемент, що акцентує на рішучості, енергії та наполегливості у досягненні поставлених цілей. Ці дієслова виражають активність та рух вперед, надаючи тексту динаміку та впливаючи на емоційний стан слухачів.

"*Let's move forward together!*" - це заклик до спільної дії, де слово «рухаймося» передає енергію та визначеність. «Досягнемо великих висот!» - тут слово «досягнемо» акцентує на меті та наполегливості в досягненні успіху [79].

Енергійність та визначеність виражаються в дієсловах, які вказують на активність і просування вперед: "*to carry on*", "*to get up*", "*to expand*", "*to win*". Такі слова втіляють динаміку і віддзеркалюють рішучість долати будь-які перешкоди.

«Подолоймо виклики разом!» - використання слова «подолоймо» вказує на потребу в рішучості та спільному пересуванні вперед.

«Розвиваймо свій потенціал» - дієслово «розвиваймо» акцентує на постійному процесі росту та вдосконалення.

Відчуття руху та динаміки підкреслюється також фразами типу "*building success step by step*". Це створює враження постійного просування та важливості кожного кроку на шляху до мети.

Динамічні дієслова не лише додають тексту енергії, а й сприяють формуванню позитивного настрою та внутрішньої мотивації у слухачів. "*Paving the way to success!*" - і таким чином, мовлення стає запальним, спонукаючи до дії та досягнень.

– Метафори та образи: Символічне використання слів та образів, які мають високий ступінь образності, щоб легше передати конкретні ідеї та стимулювати відчуття.

Метафори та образи в мотиваційних промовах відіграють ключову роль у створенні живого, образного відображення ідей та стимулюванні емоційної відгуку в аудиторії. Ці лінгвістичні засоби дозволяють перетворити абстрактні концепції у конкретні та доступні метафоричні візуальні картини.

Метафори мотиваційних промовах допомагають аудиторії краще уявити та сприймати ідеї, створюючи ефективний і запам'ятовуваний ефект. Ці візуальні асоціації роблять промову більш привабливою та вражаючою, поглиблюючи розуміння та емоційний зв'язок із слухачами [37, с. 109].

Специфічна термінологія: Використання термінів, які притаманні конкретній галузі або сфері діяльності, для створення враження експертності та взаєморозуміння з аудиторією.

Використання специфічної термінології у мотиваційних промовах має на меті створення враження експертності та зближення з аудиторією, яка розуміє і відчуває значущість конкретних термінів або фахової лексики. Це може включати терміни, характерні для конкретної галузі або сфери діяльності, а також терміни, які є загальноживаними в рамках певного контексту. Важливо, щоб специфічна термінологія була вжита таким чином, щоб не викликати непорозуміння серед аудиторії, але навпаки, збагачувала та визначала промову.

Необхідно враховувати, що вживання специфічної термінології повинне бути обґрунтованим і вписуватися в контекст аудиторії. Це допомагає підкреслити авторитет оратора і забезпечити глибше розуміння та сприйняття його повідомлення слухачами.

Важливо збалансувати використання специфічної термінології так, щоб вона не створювала бар'єрів для сприйняття, але водночас підсилювала ідеї та враження, які має на меті передати доповідач. Залучення аудиторії до специфічного жаргону може підняти рівень зацікавленості та створити враження експертності, що допоможе досягти мети мотиваційної промови [14, с. 135].

– Повтори: Повторення деяких ключових слів чи фраз з метою підкреслення важливих моментів та впливу на увагу слухачів.

Використання повторів у мотиваційних промовах має велике значення для підсилення ключових ідей, акцентування важливих моментів та враження на слухачів. Повторення слів чи фраз може вирізняти та закріплювати концепції, спонукати до дії та зміцнювати емоційний зв'язок із аудиторією.

Використовувати повтори можна для визначення головної теми промови. Повторення ключових слів чи фраз у вступі, розвитку та заключенні створює цільність та логічність у викладі ідей [28, с. 133].

Також повторення може слугувати для підкреслення важливості деяких ідей.

Повторення можна вживати, щоб визначити конкретні цілі, які слід досягти, або висловити найважливіші принципи та цінності, навколо яких будується мотиваційне повідомлення.

Також ефективно використовувати повторення для закріплення ідей та вражень. Повторення певних слів чи фраз у різних частинах промови може сприяти їх запам'ятовуванню та зміцнювати враження, яке вони справляють на аудиторію.

Нарешті, повторення може використовуватися для створення ритму та емоційного навантаження у промові. Повторення слів чи фраз може підсилювати силу та енергію мовлення, роблячи його більш захопливим та запам'ятовуваним для слухачів.

Такий підхід до повторень допомагає ораторові не лише привертати увагу аудиторії, але й ефективно викладати та закріплювати ключові ідеї промови.

Отже, тексти мотиваційних промов мають свої лексичні особливості, спрямовані на заохочення та надихання слухачів. Враховуючи лексичні особливості, мотиваційні промови створюють енергію, впливають на емоційний стан та надають слухачам рушійну силу для досягнення своїх цілей.

### **3.2. Засоби прагматичного впливу в англомовних мотиваційних промовах**

Сучасне життя складно уявити без комунікації. Стрімкий розвиток інформаційних технологій призвів до виникнення такого явища як публічна промова, яке сьогодні займає місце у житті як пересічної людини так і успішних особистостей різних сфер діяльності. Автори промов, або «лідери думок», – це харизматичні особи, які чинять вплив на інших і є зразком для наслідування для багатьох людей.

Саме тому у сучасному світі наповненому інформацією, мотиваційні промови мають значуще місце у впливі на аудиторію. Інсайти, переконливі аргументи і дотепність – усе це є важливими елементами успішної мотиваційної промови.

Авторам промов відомі секрети маніпулювання свідомістю людей та утримування уваги аудиторії протягом виступу, особливо у випадках висвітлення надзвичайно актуальних тем або інтерактивної презентації досвіду.

Актуальність також полягає в тому, що кожен, хто виступає з промовою, повинен знати принципи застосування мовних та позамовних засобів виразності у процесі мовлення, розуміти, які з цих видів засобів краще використати для того, щоб привернути увагу аудиторії та не втратити з нею контакт. Особливо актуальним є питання професійного вдосконалення мовлення оратора, який повинен оволодіти нормами сучасної літературної мови, основами теорії і практики виразного читання [15].

Для посилення прагматичного впливу в англомовних мотиваційних промовах, існує необхідність підбирати таке лексичне вираження намірів спікера, яке буде створювати атмосферу того, що намагається сприйняти читач.

Варто зауважити, враження від тексту в цілому складається з добору відповідних лексичних одиниць, які несуть певний прагматичний вплив на читача.

Аналіз прагматики функціонування лексико-фразеологічних стилістичних засобів охоплює випадки стилістичного використання різних типів значень, що класифікуються на стилістичні прийоми, які засновані на взаємодії:

- 1) словникових і контекстуальних предметно-логічних значень (метафора, метонімія, іронія);
- 2) предметно-логічних і називних значень (антономазія);
- 3) предметно-логічних і емоційних значень (епітет, оксюморон, гіпербола);
- 4) основних і похідних предметно-логічних значень (гра слів, зевгма) [79, с. 121].

Таким чином, засоби посилення прагматичного впливу в англомовних мотиваційних промовах можуть включати наступні елементи:

*1. Використання переконливих аргументів.*

Застосування сильних логічних та емоційних аргументів, щоб підтвердити власні твердження. Використання фактів, дослідження та прикладів для підкріплення своїх ідей та переконань.

*2. Використання силових слів.*

Використання слів, які впливають на емоційний стан аудиторії. Наприклад, слова «революційний», «неймовірний», «перспективний» можуть позитивно вплинути на слухачів і зробити промову більш запам'ятовуваною.

*3. Підкреслення індивідуальних вигод.*

Виділення вигоди та переваги, які слухачі отримають, якщо приймуть ваш заклик. Звернення до інтересів та потреб аудиторії, демонструючи, як вони можуть отримати практичну користь.

*4. Використання історій та прикладів.*

Розповідь історії або наведення прикладів успіху, які демонструють позитивні результати того, що пропонує спікер. Це допоможе зробити власну промову більш переконливою та конкретною.

*5. Використання послідовності думок.*

Організація промови таким чином, щоб вона мала послідовність логічних аргументів, що підкріплюють позицію мовця. Це допоможе слухачам краще розуміти ідеї спікера та сприймати їх як правдоподібні.

*6. Робити акцент на активні дії.*

Заклик слухачів до конкретних дій, які вони можуть виконати. Наприклад, пропозиція зареєструватися на курс, зареєструватися на подію або почати вивчати нову навичку.

*7. Використання живої мови та емоційної мелодії голосу.*

Говоріння з ентузіазмом та емоціями. Це може допомогти створити більш сильний вплив на слухачів.

У залежності від цільової аудиторії та контексту, можна застосовувати різноманітні засоби посилення прагматичного впливу, такі як вживання логічних доводів, використання цитат відомих людей або наведення статистики та фактів.

Отже, використання зазначених засобів дозволяє підсилити прагматичний вплив англійських мотиваційних промов, залучити увагу аудиторії та спонукати їх до дії. Врахування культурних особливостей слухачів та використання відповідних мовних засобів є ключовими факторами успіху в цьому процесі.

### **3.2.1. Репетиція та емфаза в текстах промов (Джефф Безос, Стів Джобс, Опра Вінфрі)**

Емфаза в англійській промові відображається через акцентуацію або підкреслення певних слів або фраз. Емфатичне наголошування слів допомагає передати важливість, емоційність або акцентувати увагу на конкретних деталях або ідеях у промові.

Є кілька способів використання емфази у промові:

Акустична емпфаза: Використовуючи зміну гучності, темпу, ритму або тону голосу, можна підкреслити важливість певних слів або фраз. Наприклад, збільшення гучності голосу або зміна темпу для підкреслення слова *"to quit"* у реченні:

*"I told my wife McKenzie that I wanted to quit my job and go do this crazy thing that probably wouldn't work since most startups don't, and I wasn't sure what would happen after that."* [88].

Збільшення гучності голосу для підкреслення фрази *"I'd always wanted to be an inventor"* у реченні:

*I'd always wanted to be an inventor, and she wanted me to follow my passion.*

Інтонаційна емпфаза: Змінюючи мелодію або інтонацію голосу, можна виділити важливі моменти у промові. Наприклад, збільшення паузи перед ключовим словом або підвищення тону на кінці речення для наголошення наступного пункту.

Підвищення тону для наголошення фрази *"your life - the life you author"* виконується для виділення важливого моменту.

*Tomorrow, in a very real sense, your life - the life you author from scratch on your own - begins.*

Лексична емпфаза: Виділення конкретних слів або фраз шляхом зміни їхнього розташування у реченні або використання синонімів або виразів, які мають сильнішу семантичну вагу.

Визначення пауз: Створення пауз або моментів тиші перед або після певних слів або фраз може сприяти їхньому підкресленню. Це може створювати драматичний ефект або привертати увагу слухачів до важливих моментів у промові.

Пауза для привернення уваги слухачів після виразу *"an even better idea"* у реченні:

*"That sounds like a really good idea, but it would be an even better idea for someone who didn't already have a good job."*

Пауза для привернення уваги слухачів після виразу *"but ultimately"* у реченні:

*“Seen in that light, it really was a difficult choice, but ultimately, I decided I had to give it a shot.”*

Пауза після кожного речення для того, щоб слухачі звернули увагу.

*“Today I want to tell you three stories from my life.*

*That’s it.*

*No big deal.*

*Just three stories.”*

Стів Джобс, співзасновник та колишній CEO компанії “Apple”, був визнаним не тільки як інноватор, але також як чудовий оратор. Його мотиваційні промови завжди зачаровували та надихали мільйони людей по всьому світу. Ключовим фактором успіху цих промов був мовленнєвий вплив, який він вправно застосовував для залучення уваги аудиторії та передачі своєї власної енергії та пристрасті.

Одним з головних мовленнєвих прийомів, що Джобс використовував, була сила слова. Він вміло добирив насильні, загальні та емоційно заряджені висловлювання, які залишали слухачів під враженням і надихали їх до дії. Джобс обирав слова з метою створити ефект переконаності та відповідного емоційного зворотного зв'язку з аудиторією.

Іншим ефективним мовленнєвим прийомом було використання риторики. Джобс вміло впроваджував риторичні питання, зосереджуючи увагу на головних ідеях та цілях своїх промов. Він також використовував прості та лаконічні фрази, що надавали його промовам ясність та легкість сприймання. Його вміння підтримувати потік мовлення та змінювати тему без зайвого зусилля створювало враження бездоганної розмови.

Джобс також володів магнетичною особистістю та більшою харизмою на сцені. Він вміло використовував своє тіло та міміку, щоб підкреслити свої слова та емоції. Його голос був чітким, звучним та добре контрольованим, що дозволяло йому передати вагу своїх слів.



Таким чином, він залучав аудиторію до своїх промов та переконував їх у власній міцності своїх ідей. Окрім цього, Джобс вдало використовував персональні історії та анекдоти для пояснення своїх поглядів і порушення емоційного зв'язку з аудиторією.

Засновник компанії "Apple" розпочинає свій виступ жартом:

*"I never graduated from college. Truth be told, this is the closest I've ever gotten to a college graduation."*

Цей жарт має комічний та дотепний відтінок, а також допомагає ближче підійти до слухачів та одразу привернути їх увагу, переходячи до основної теми виступу.

Риторична техніка: створення приємного та неформального тону. Спікер згадує свій намір поділитися трьома історіями зі свого життя.

Джобс у своїй промові майстерно використовує широкий спектр ораторських прийомів, що робить його виступ органічним та захоплюючим. Він докладав зусиль до підготовки до цієї промови, оскільки мав під рукою записи, які він час від часу переглядав. Згідно зі свідченням самого автора, він завжди починав роботу зі звичайного аркуша паперу та ручки.

Атмосферу довіри створює застосування паузи. Стів Джобс слухає аудиторію, будує промову так, щоб наприкінці важливого інформаційного блоку слухач мав кілька секунд на реакцію. Він замовкає, щоб послухати сміх чи схвальний гул, щоб підкреслити завершеність чи важливість щойно сказаного. І це завжди доречно.

Промова Джобса стає незабутньою завдяки тому, що він переказує три різні історії, які відмінно ілюструють його позицію, але одночасно служать як заклики до дії. Він вміло використовує ці оповідання-ілюстрації для досягнення своєї головної мети.

*"Sometimes life hits you in the head with a brick. Don't lose faith. I'm convinced that the only thing that kept me going was that I loved what I did. You've got to find what you love. And that is as true for your work as it is for your lovers. Your work is going to fill a large part of your life, and the only way to be truly satisfied is to do what you believe is great*

*work. And the only way to do great work is to love what you do. If you haven't found it yet, keep looking. Don't settle."*

*"Your time is limited, so don't waste it living someone else's life. Don't be trapped by dogma — which is living with the results of other people's thinking. Don't let the noise of others' opinions drown out your own inner voice. And most important, have the courage to follow your heart and intuition. They somehow already know what you truly want to become. Everything else is secondary."*

У структурі гарного виступу, якщо піднімається проблема, необхідно пропонувати рішення.

Для забезпечення логічного зв'язку та надання особливого художнього стилю, автор використовує цитати та риторичні питання. Мова нагадує живу розмову, просту та зрозумілу. Це яскрава ознака Джобса-оратора, який завжди намагався будувати діалог на рівних з аудиторією: не нав'язувати, а пропонувати, не вести справи, а спілкуватися.

Використання емпізи у промові може залежати від контексту, мети та стилю мовлення. Важливо також збалансувати використання емпізи, щоб уникнути надмірного наголошення, яке може вплинути на розуміння аудиторії.

Перейдемо до аналізу виступів Опри Вінфрі. Одразу зазначимо, що Опра відома телеведуча, письменниця та мотиваційний спікер, володіє винятковою здатністю залучити та надихнути свою публіку. Її мотиваційні промови часто викликають хвилю емоцій та мотивують людей до змін у своєму житті. Цей успіх Опри Вінфрі в значній мірі можна пояснити стилістичними та мовленнєвими прийомами, які вона використовує під час виступів.

Перш за все, Опра Вінфрі володіє здатністю пробуджувати почуття співпереживання і зрозуміння у своїх слухачів. Вона часто використовує особисті історії та досвід, щоб показати, що вона сама пройшла через схожі випробування і змогла впоратися з ними. Це робить її промови надзвичайно автентичними та

близькими до серця аудиторії. Вона завжди тримає тісний емоційний зв'язок зі своїми слухачами, ділиться своїми радощами та негараздами, створюючи враження розуміння та співчуття.

Крім того, Вінфрі володіє силою переконання та майстерністю у використанні риторичних засобів. Вона вміло використовує повтори, метафори та силогізми, щоб запам'ятатися слухачам, акцентуючи головні ідеї та стимулюючи їх до переосмислення своїх цілей та мрій. Її промови часто пов'язані з конкретними прикладами успіху та досягнень, що стимулює слухачів вірити в свої можливості та працювати над самовдосконаленням. До того ж, Вінфрі професійно використовує невербальні засоби комунікації, такі як жести, міміка та інтонація голосу. Вона вміло підкреслює головні моменти своїх промов, залучаючи увагу слухачів та створюючи позитивне враження.

Отже, у своєму виступі Опра Уінфрі з великим захопленням та здивуванням, висловлює свій ентузіазм з приводу перебування в Гарварді. Використовуючи фрази *"Oh my goodness!"* і *"Wow!"*, вона вдало передає свої емоції та привертає увагу слухачів.

Далі, спікер вказує на різні особи та групи, які присутні, починаючи від президента Фауста, почесних гостей, до іменованого гостя доктора Генрі Льюїса Гейтса та випускників різних років. Це показує її вдячність та бажання бути включеною до спільноти Гарварда.

*"To President Faust, my fellow honorans, Carl [Muller] that was so beautiful, thank you so much, and James Rothenberg, Stephanie Wilson, Harvard faculty, with a special bow to my friend Dr. Henry Lewis Gates."*

Автор також ділиться своєю особистою історією, зазначаючи, що вона походить з сільської місцевості Міссісіпі. Це додає індивідуального шарму до її промови та створює зв'язок з аудиторією.

*“Not too many little girls from rural Mississippi have made it all the way here to Cambridge. And I can tell you that I consider today as I sat on the stage this morning getting teary for you all and then teary for myself, I consider today a defining milestone in a very long and a blessed journey.”*

Однак, найбільша мета спікера - надати натхнення. Вона звертається до всіх, хто коли-небудь почував себе нижче, постраждав від життя або відчував невигоду. Цей елемент спілкування дає зрозуміти, що її промова спрямована на підтримку та підбадьорення.

*“My one hope today is that I can be a source of some inspiration. I’m going to address my remarks to anybody who has ever felt inferior or felt disadvantaged, felt screwed by life, this is a speech for the Quad.”*

Для підтримки настрою аудиторії, спікерка вводить гумористичний момент, жартуючи про те, що хотіла зробити особливий сюрприз - безкоштовні магістерські та докторські ступені, але вона помічає, що випускники вже отримали ці визнання.

*“Actually, I was so honored I wanted to do something really special for you. I wanted to be able to have you look under your seats and there would be free master and doctor degrees but I see you got that covered already.”*

Останнім елементом є заява спікерки про її бажання бути чесною з аудиторією. Це створює основу для подальших висловлювань та підкреслює її намір передати свої думки з великою відкритістю та автентичністю.

*“I will be honest with you.”*

В цілому, спікерка використовує комбінацію емоцій, визнання, особистих історій, гумору та чесності, щоб встановити зв'язок з аудиторією та створити позитивну атмосферу для його промови.

Виступ розпочинається зі словацької фрази, яка викликає зацікавлення та невелику шокваність:

*"I would like to tell other people's stories in a way that makes a difference in their lives and the world."*

Риторичне питання та емоційна реакція:

Опра Вінфрі використовує риторичне питання та реагує на нього здивуванням:  
*"And as those words were coming out of my mouth I went whoa! This is pretty good! I would like to be a journalist. I want to make a difference."*

Вона розповідає про свій досвід роботи в телебаченні, починаючи з ранніх років і до успіху її шоу "The Oprah Winfrey Show". Описує свою мотивацію бути найкращою, постійно піднімаючи планку та тисне на себе. При цьому вона залучає аудиторію запитанням: *"Sound familiar to anybody here?"*, що створює спільність зі слухачами.

Далі пропонуємо здійснити аналіз засобів мовленнєвого впливу, які використовує під час своїх мотиваційних промов Джефф Безос. Безос є засновником та генеральним директором інтернет-компанії Amazon. Він відомий своїми захоплюючими мотиваційними промовами, які впливають на тисячі людей по всьому світу. Його мовлення, стиль та енергія грають важливу роль у заохоченні та надиханні працівників та підприємців.

Давайте розглянемо, яким чином мовлення Джеффа Безоса впливає на мотивацію людей.

По-перше, ясність та прямота: Безос відзначається своїм наполегливим та прямим підходом у мовленні. Він не приховує своїх інтенцій та цілей, а навпаки, чітко формулює їх та передає їх у своїх промовах. Такий стиль мовлення допомагає створити впевненість серед слухачів та мотивує їх досягати великих результатів.

По-друге, запал та віра. Безос завжди демонструє велику енергію та віру у своїх промовах. Він вміло поєднує аналітичні дані зі своїми загальними цілями та сміливими вчинками. Його палка пристрасть до інновацій та розвитку стимулює слухачів поділитися його вірою та прагнути досягти власних успіхів.

По-третє, візія та бачення. Безос вміло подає свої цілі та велику картину майбутнього. Він пропонує своїм слухачам розглядати можливості, які за межами їхнього компетентності та уяви. Це допомагає пробудити надію та амбіції у присутніх, спонукаючи їх до самовдосконалення та досягнення великих результатів.

По-четверте, відчуття сили спільноти. Безос підкреслює значущість командної роботи та спільної наполегливості. Він знищує дуже важливу ідею про те, що одна людина не може змінити світ, але група людей може. Це надихає присутніх вірити в себе та сприяє розвитку відчуття сили спільноти та колективу.

Спіч Джеффа Безоса містить риторичні елементи, які допомагають підкреслити його точку зору та залучити увагу слухачів. Ось деякі риторичні елементи, які можна помітити:

Джефф Безос починає свій виступ розповіддю про своє дитинство та спогадами про своїх дідуся і бабусю. Це створює емоційний зв'язок з аудиторією та привертає їх увагу:

*“As a kid, I spent my summers with my grandparents on their ranch in Texas. I helped fix windmills, vaccinate cattle, and do other chores. We also watched soap operas every afternoon, especially “Days of our Lives” [89].*

Безос використовує аналогію між "gifts" (подарунки) та "choices" (вибори) для підкреслення своєї головної тези. Він наголошує, що обдарованість можна отримати з легкістю, але вибір потребує зусиль та розсудливості.

### **3.2.2. Риторичні питання, метафоричні образи в мотиваційних промовах**

У цьому підрозділі ми звернемо увагу на риторичні питання та метафоричні образи в мотиваційних промовах. Зокрема, розкриємо та проаналізуємо дані аспекти під час виступів відомих спікерів Джеффа Безоса, Стіва Джобса та Опри Вінфрі.

Джефф Безос використовує риторичне запитання *"What Will You Be?"* в заголовку спіча, що стимулює слухачів задуматися про свої можливості та майбутні досягнення.

Він поставив риторичні запитання, такі як: *"How will you use these gifts?"* та *"And will you take pride in your gifts or pride in your choices,"* які стимулюють слухачів задуматися про свої дії та вибори у житті.

У промові Джеффа Безоса присутні риторичні питання, які викликають роздуми та звертають увагу на важливість виборів і ролі, яку вони відіграють у формуванні нашого життя.

Звернувши увагу на свій особистий досвід, Безос розповідає про важке рішення, яке він прийняв у своєму житті - вирішив покинути безпечну кар'єру і йти по шляху своєї пристрасті. Він закликає аудиторію задуматися про те, як вони використовуватимуть свої дарунки і які вибори зроблять.

- *How will you use your gifts?*
- *What choices will you make?*
- *Will inertia be your guide, or will you follow your passions?*
- *Will you follow dogma, or will you be original?*
- *Will you choose a life of ease, or a life of service and adventure?*
- *Will you be clever at the expense of others, or will you be kind?*

Ці запитання спонукають слухачів до саморефлексії і розгляду важливості своїх власних виборів. Вони покликані збудити в людях роздуми про те, як вони хочуть жити своїм життям і яку роль відіграють їхні рішення у формуванні їхнього життєвого шляху.

Безос закликає аудиторію розуміти, що ми самі визначаємо свою долю через власні вибори. Він наголошує, що великі історії нашого життя будуть складатись з серії важливих виборів, які ми зробимо.

Використовуючи вислів *"Build yourself a great story"*, Безос закликає людей зосередитися на своїх виборах і створити для себе незабутню історію.

В цьому уривку риторичні питання виконують роль засобу переконання, спонукаючи слухачів задуматися про важливість власних виборів і відповідальності за них. Вони створюють емоційний зв'язок з аудиторією і стимулюють роздуми про те, як вони хочуть жити і як вони можуть змінити світ через свої власні вибори.

У промові Стіва Джобса можна виділити кілька риторичних питань, які є ефективним засобом комунікації для привернення уваги аудиторії та створення емоційного чи рефлексивного відгуку.

Наприклад, *"So why did I drop out?"* - Це питання автор ставить з метою зацікавити слухачів та викликати у них інтерес. Разом з тим, він готує слухачів до наступної частини оповідання та дозволяє зосередити увагу аудиторії на своєму рішенні кинути навчання.

*"And here I was spending all of the money my parents had saved their entire life. So I decided to drop out and trust that it would all work out OK. It was pretty scary at the time, but looking back it was one of the best decisions I ever made."* - У цій частині промови автор описує свій вибір покинути навчання та покластися на долю. Риторичне питання, яке виникає у читача, полягає в тому, як автор упорається з майбутнім без освіти і якими будуть наслідки його вирішення.

*"If I had never dropped in on that single course in college, the Mac would have never had multiple typefaces or proportionally spaced fonts."* - Тут автор усвідомлює, як його рішення відвідати урок із каліграфії вплинуло на розробку комп'ютера "Macintosh". Питання, яке виникає в розумі та полягає в тому, що було б, якби автор не прийняв цього рішення, і який внесок робить його присутність на цьому уроці в подальшу еволюцію комп'ютерних технологій.

*"Again, you can't connect the dots looking forward; you can only connect them looking backwards. So you have to trust that the dots will somehow connect in your future."* - Це



питання задається автором з метою викликати роздуми в аудиторії про зв'язок подій у їхньому власному житті та про те, що в майбутньому точки з'єднаються. Питання ставить акцент на важливості довіри в тому, що всі події мають зв'язок і що їхня послідовність буде зрозуміла лише дивлячись назад.

Риторичні питання, присутні в даному тексті, допомагають автору досягти певних цілей, таких як привернення уваги, створення емоційного відгуку, стимуляція роздумів та встановлення зв'язку між минулим та майбутнім. Вони є ефективним інструментом впливу на аудиторію, підкреслюють ключові моменти оповідання і роблять його більш незабутнім.

У виступі Стіва Джобса перед публікою можна виділити чимало метафоричних образів. Пропонуємо розглянути деякі з них:

*"So you have to trust in something, your gut, destiny, life, karma, whatever. Believing that the dots will connect down the road will give you the confidence to follow your heart even when it leads you off the well-worn path, and that will make all the difference."* - Тут автор ставить риторичне запитання, звертаючись до читачів і запитуючи, у що вони повинні вірити і на що покладатися, щоб мати впевненість у тому, що всі події матимуть зв'язок і що слідує своєму серцю, навіть якщо це приведе їх у неповторні стежки, це зробить усі відмінності. Питання полягає в тому, у що мають вірити читачі, щоб долати труднощі та йти своїм шляхом.

*"Connecting the dots"* - У цьому образі використовується метафора точок, які потрібно з'єднати. Спікер розповідає про своє рішення відраховатися з коледжу і про те, як це вирішально вплинуло на його подальшу долю. Він розповідає, на події, які були 10 років тому, виявилось, що його рішення пов'язати точки, тобто відраховатися з коледжу і вступити на курс каліграфії, було ключовим для розвитку персональних комп'ютерів з гарною типографією. Ця метафора передає ідею, що іноді ми не бачимо взаємозв'язку між подіями у майбутньому, але пізніше, оглядаючись назад, розуміємо, як ці точки сполучилися.

*"Following your heart off the well-worn path"* - Цей образ використовується для підкреслення важливості слідування за своїм серцем та виходу за межі звичних шляхів. Спікер розповідає, як його рішення відраховатися з коледжу та вивчення каліграфії були суперечливими, але пізніше ці знання допомогли йому створити персональні комп'ютери з красивою типографією. Ця метафора підкреслює важливість відважного руху у напрямку, який відхиляється від загальноприйнятих шляхів.

*"The dots will somehow connect"* - Метафоричний образ який передає ідею, що незважаючи на невизначеність майбутнього, необхідно вірити, що усі події і рішення в нашому житті нарешті вплинуть на формування нашої долі. Спікер закликає слухачів довіряти інтуїції та життєвому шляху, навіть якщо він відводить від звичних стежок. Ця метафора стверджує, що віра в те, що "точки" з'єднаються в майбутньому, надасть впевненості і сил слідувати за своїм серцем.

*"The lightness of being a beginner"* – Образ передає почуття нового початку і легкості, яку він відчував після звільнення з "Apple". Спікер розповідає, що відчував себе початківцем знову і це дозволило йому відкрити один з найтворчіших періодів свого життя. Цей образ підкреслює важливість легкості з минулим успіхом і готовності ризикувати і вчитися знову.

*"Death as a change agent"* - У образі використовується метафора смерті як інструменту змін. Спікер розповідає про своє ставлення до смерті та її впливу на прийняття великих рішень у житті. Він стверджує, що свідомість про те, що ми всі зазнаємо смерті, допомагає розпізнати справжню важливість у житті та уникати пастки думки, що втрачаєш щось, коли ризикуєш чи робиш зміни. Образ підкреслює потребу слідувати за своїм серцем та жити відповідно до своїх переконань, оскільки ми вже оголені перед смертю.

Що до метафоричних образів у промові Джеффа Безоса можна виділити та описати такі моменти:

*"I'd take any excuse to make estimates and do minor arithmetic."* – Метафоричний образ використовується для показу бажання автора вчитися, досліджувати та аналізувати дані. Він виражає не лише фізичне виконання обчислень, а й загальний підхід до життя, акцентуючи на важливості дрібних деталей.

*"You can seduce yourself with your gifts if you're not careful."* - Порівнює засліплення чи спокусу самого себе з використанням своїх природжених здібностей. Вона виражає попередження про можливість переоцінки та переконання, що обмежує можливості через самовпевненість у своїх природжених талантах.

*"We humans -- plodding as we are -- will astonish ourselves."* – Опис людського прогресу і розвитку. Слово *"plodding"* виражає ідею, що хоча ми можемо рухатися повільно або бути несхожими на інших тварин, але все ж досягаємо великих результатів і здивуємо самих себе своїми досягненнями.

*"Jules Verne, Mark Twain, Galileo, Newton -- all the curious from the ages would have wanted to be alive most of all right now."*) - Метафора використовується для вираження великого потенціалу сучасності. Вона порівнює сучасну епоху з часами, коли видатні вчені та письменники здійснювали відкриття та створювали важливі твори, виражаючи ідею, що сьогодні є особливим і варте уваги.

Опра Вінфрі в своїх промовах також використовує велику кількість метафоричних образів:

*"To say that I'm honored doesn't even begin to quantify the depth of gratitude"* (Сказати, що я вдячна, не може навіть почати виміряти глибину цієї вдячності): Ця метафора використовується для підкреслення того, що слова не вистачає, щоб повністю передати глибину вдячності. Вона порівнює недостатність слів з вимірюванням глибини.

*"A defining milestone in a very long and a blessed journey"* - Ця метафора порівнює важливий етап у житті з визначним каменем, який позначає межу або позначає

початок нового етапу. Вона також передає, що життєвий шлях є довгим і благословенним.

*"Recalculate, find new territory, break new ground"* - Ця метафора використовується для опису зміни напрямку, пошуку нових можливостей та відкриття нових горизонтів. Вона порівнює життєвий шлях з подорожжю, а зміну напрямку - з перерахуванням маршруту.

*"When you're down in the hole"* - Цей образ використовується для опису важкого періоду у житті, коли людина відчувається пригніченою або безнадійною. Яма символізує негативну ситуацію або стан, у якому людина може опинитися.

*"Build a résumé that doesn't simply tell a story about what you want to be but it's a story about who you want to be"* - В цій метафорі резюме виступає як символ, що передає сутність та цінності особистості. Вона підкреслює, що резюме повинне бути відображенням того, якою людиною хочете бути, а не лише переліком посад та досягнень.

*"Your true calling"* - Ця метафора використовується для позначення основної мети або цілі у житті. Вона передає ідею того, що існує певне покликання, до якого людина має прагнути або відкривати для себе.

*"Extend yourself in kindness to other human beings"* - В цьому образі використовується метафора розширення, яка підкреслює ідею виявлення доброти та милосердя до інших людей. Вона вказує на те, що людина повинна проявляти люб'язність, якщо не навчилася цьому, то розширити межі своїх можливостей.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дає змогу зробити наступні висновки та узагальнення:

1. Взаємодія міжкультурного аспекту мовленнєвого впливу відбувається під час міжкультурної комунікації та базується на національно-специфічних ознаках факторів мовленнєвого впливу. Для успішного здійснення мовленнєвого впливу в міжкультурних ситуаціях необхідно використовувати засоби та прийоми, які відображають національну специфіку, а також враховувати особливості індивідуального та національного менталітету, етнокультурні особливості невербальних засобів та знати національний комунікативний стиль. Дослідження міжкультурного аспекту мовленнєвого впливу мають великий потенціал у різних сферах діяльності, як інституційних, так і неінституційних дискурсах, де учасники комунікації представляють різні культури.

Форми та засоби мовленнєвого впливу - це методи, що використовуються для передачі інформації, виклику певних емоцій або переконань в аудиторії. Основні форми та засоби мовленнєвого впливу можуть включати: аргументацію: використання логічних аргументів, фактів та доказів для переконання аудиторії в певному твердженні; словесні засоби: використання відповідного слова, виразу або фрази для досягнення певного ефекту; риторичні фігури: використання стилістичних засобів, таких як метафори, аналогії, епітети, гіперболи тощо, для підсилення емоційного впливу; невербальні засоби: використання жестів, міміки, темпу мовлення, тону голосу для передачі емоцій і вражень. Зазначені форми та засоби мовленнєвого впливу можуть варіюватися в залежності від контексту та мети комунікації.

Використання тону та інтонації має великий вплив на сприйняття та розуміння мовлення. Ці фактори допомагають передати емоції, наголоси, акценти та інший смисловий зміст. Тон вказує на настрій та емоції, з якими вимовляється мовлення. Наприклад, високий тон може сигналізувати радість або захоплення, тоді як низький тон може виражати сумнів або схвильованість. Зміна тону може використовуватися для підкреслення певних ідей. Інтонація вказує на акцентуацію та ритміку мови, що також впливає на сприйняття повідомлення. Професійні спікери використовують інтонацію, щоб підкреслити ключові моменти, привернути увагу аудиторії або створити силу емоційного зв'язку.

2. Мотиваційна промова може бути самодостатньою категорією публічного виступу з відповідними характеристиками, що стосуються стилістики, композиції та лексичних засобів, а також особливим значенням позамовних структур.

3. Мовні та позамовні особливості мотиваційної промови включають певні аспекти, які сприяють створенню ефективного впливу на слухачів. До мовних особливостей мотиваційної промови відносять: чіткість та логічність: мотиваційна промова повинна бути структурованою та логічною, щоб слухачі легко розуміли її зміст і аргументи; емоційна інтонованість: промова повинна вміти сприймати емоційну сторону аудиторії та викликати в них позитивну реакцію. Емоції можуть бути використані для стимулювання мотивації і мобілізації аудиторії до дії; ілюстрація сценаріїв: використання влучних прикладів та ілюстрацій може допомогти слухачам краще усвідомити і закріпити відповідні ідеї та аргументи; використання риторичних засобів: мовлення має бути ораторським і привабливим, включаючи в себе такі засоби як риторичні питання, анафора, метафора, епіфора та інші.

Позамовні особливості мотиваційної промови включають: позитивне ставлення та внутрішню мотивацію: важливо, щоб спікер сам був переконаним у своїх словах та демонстрував це своє ставлення в мовленні; голосовий і невербальний акомпанемент: важливу роль відіграють не тільки слова, а й тон голосу, жести, міміка. Все це повинно

підсилювати мотиваційний ефект промови; спілкування з аудиторією: під час промови важливо встановити зв'язок з аудиторією та враховувати її потреби і очікування.

4. Використання засобів мовленнєвого впливу в мотиваційних промовах має декілька етичних аспектів, які варто враховувати. Перш за все, важливо, щоб використання цих засобів було етичним і не завдавало шкоди людям. Одним з аспектів є використання маніпуляції у мовленні.

Мотиваційні промови повинні спонукати людей до досягнення своїх цілей і підтримувати їх у важких часах, але варто уникати використання маніпулятивних методів, які можуть змусити людей відмовитися від своїх особистих цінностей або вчинити те, чого вони не бажають. Крім того, важливо бути об'єктивним у наданні інформації. Мотиваційні промови повинні базуватись на правдивих фактах і не містити надмірну маніпуляцію або приховування інформації. Неправдиві твердження можуть призвести до недовіри та негативних наслідків для слухачів. Також, етичним аспектом є повага до особистих меж та прав людини.

Мотиваційні промови повинні передбачати згоду та поважати індивідуальні потреби і переконання людей. Важливо уникати примусу або побудження до дій, які можуть бути суперечливими для слухачів.

5. Тексти мотиваційних промов мають свої лексичні особливості, спрямовані на заохочення та надихання слухачів. Основні риси лексичного наповнення таких текстів можуть включати: використання позитивно забарвлених слів: мотиваційні промови спрямовані на підтримку та стимулювання слухачів, тому використовуються слова, що мають позитивну конотацію, наприклад: успіх, перемога, розвиток, досягнутий, впевнений, могутній тощо; емоційні слова та фрази: лексика, що використовується у мотиваційних промовах, має бути енергійною та емоційно зарядженою. Зазвичай застосовують слова, які передають усмішку, пристрасть, відчуття наполегливості та бажання досягнути мети; порівняння та метафори: мотиваційні промови можуть

використовувати порівняння та метафори для посилення ефекту. Це допомагає зрозуміти слухачам абстрактні ідеї через конкретні образи, що вони можуть візуалізувати; повторення: для посилення ефекту й запам'ятовуваності мотиваційних промов можуть використовуватися повторення окремих слів, фраз або ідей; фрази з мотиваційним спрямуванням: у таких текстах використовуються фрази, спрямовані на підтримку та підбадьорювання слухачів. Наприклад: «Завжди вір у себе», «Ніколи не здавайся», «Продовжуй боротися». Враховуючи ці лексичні особливості, мотиваційні промови створюють енергію, впливають на емоційний стан та надають слухачам рушійну силу для досягнення своїх цілей.

6. У роботі було проаналізовано засоби мовленнєвого впливу в англійських мотиваційних промовах наступних спікерів: Стіва Джобса, Опри Уінфрі та Джеффа Безоса. Таким чином, можемо з упевненістю говорити про те, що Стів Джобс у своїй промові майстерно застосовує велику кількість ораторських прийомів.

Стів Джобс використовує паузи, риторичні питання та замовчування для створення атмосфери довіри та взаєморозуміння з аудиторією. Він підкреслює важливість інформації, надаючи слухачам час на реакцію, і використовує гумор, щоб підкреслити важливі моменти.

Опра Вінфрі висловлює свої емоції та захоплення, щоб привернути увагу та створити позитивну атмосферу. Вона спрямовує свої промови на підтримку та надання натхнення, використовуючи особисті історії та гумор.

Джефф Безос використовує риторичні елементи, такі як питання та аналогії, щоб підкреслити свою точку зору та зацікавити аудиторію. Він наголошує важливість виборів і закликає до розуміння, що ми формуємо свою долю через свої власні рішення.

Таким чином, усі три спікери використовують різні риторичні прийоми, такі як паузи, гумор, риторичні питання та аналогії, для ефективного спілкування з аудиторією та досягнення своїх цілей у промовах.





## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Наукові праці

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Риторика : навч. посібник. Львів : Світ, 2001. 240 с.
2. Бабелюк О. А. Стилiстичнi засоби i прийоми крiзь призму лiнгвосинергетики. Вiсник КНЛУ Серiя Фiлологiя. Том 14 №1. 2011. С. 7-17.
3. Бацевич Ф. С. Нариси з лiнгвiстичної прагматики : монографiя / Ф.С. Бацевич. Львів : ПАiС, 2010. 336 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунiкативної лiнгвiстики : пiдручник. Київ : Академiя. Альмаматер, 2004. 342 с.
5. Бацевич Ф. С. Теорiя мiжкультурної комунiкацiї: сутнiсть, презентативна одиниця, специфiка термiнологiї. *Культура народiв Причорномор'я*. Сiмферополь, 2008. № 137. Т. 1. С. 11–14.
6. Белова А. Д. Комунiкативнi стратегiї i тактики: проблеми систематики. *Мовнi i концептуальнi картини свiту*. К., 2004. №10. 18 с.
7. Бiлоус О. М. Теорiя i технологiя перекладу. Курс лекцiй : доопрацьований та доповнений: навчальний посiбник для студентiв перекладацьких вiддiлень. Кiровоград, РВВ КДПУ iм. В. Винниченка, 2013. 200 с.
8. Бойко Н. I. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографiчний i функцiональний аспекти : монографiя / Н. I. Бойко. Нiжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Полiграф», 2005. 552 с.
9. Бойко Н. Семантична основа лексичної експресивностi. *Лiнгвостилiстичнi студiї*. 2016. Вип. 4. С. 39-54.

- 10.Бойко Т., Долинець А. Засоби мовленнєвого впливу в німецькомовних рекламних текстах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип 35. Т. 7. С. 15-22.
- 11.Васильєва А. А. Метафора у сфері сучасної англійської політичної комунікації: перекладацький аспект. Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі" 2020, 58 с.
- 12.Вербич Н. С. Інтонація публічного виступу: основні напрямки дослідження. *Мовознавство*. 2011. № 5. С. 90-94.
- 13.Вінтонів М. О., Вінтонів Т. М., Мала Ю. В. Синтаксичні засоби експресивізації в українському політичному дискурсі : монографія. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2018. 336 с.
- 14.Гавриленко В. М., Тітарова Д. Ю. Лінгвостилістичні особливості політичних промов Уінстона Черчілля. *Молодий вчений*. Київ : Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2017. № 4 (44). С. 132–137.
- 15.Гамова Г. І. Публічний виступ як реалізація ораторської майстерності. *Лінгвістичні дослідження: зб. Наук. Праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*. 2019. Вип. 50. С. 156-165.
- 16.Гамова Г. І., Загребельна Л. С., Ковальова Т. В. & Редіна П. О. Риторика Харків : ХарРІ УАДУ «Магістр». 2002.
- 17.Голубенко Н. І. Інтонація як засіб вияву і передачі емоційно-експресивного мовлення в інтерсеміотичному художньому перекладі. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Київ, 2022. Т. 33(72), № 3. С. 181-185.
- 18.Доценко Е. Л. Психологія маніпулювання: феномени, механізми і захист. 2000. 344 с.
- 19.Дуднікова Д. TED Talks як новий синкретичний жанр сучасного медійного дискурсу. Матеріали ІІ студентської науково-практичної конференції,

- присвяченої Міжнародному дню студента, Харків, 15 листоп. 2019 р. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; [за заг. ред. Т. В. Подуфалової]. Харків : ХНПУ, 2019. С. 29–30.
20. Дядюра Г. М., Колесник Д. М. Засоби експресивності в наукових текстах. *Мовознавчий вісник*. 2017. Вип 22-23. С. 164-172.
21. Єлісовенко Ю. П. Ораторське мистецтво : Навч. посіб. / Ю. П. Єлісовенко. Київ : «Ділова Україна», 2012. 155 с.
22. Жалко Т. Й. Комунікативні моделі маніпуляцій як способи керування поведінкою людей та впливу на їх індивідуальну і масову свідомість. *Наукові записки*. Серія «Культура і соціальні комунікації». Випуск 2. 2010. С. 43–52.
23. Запольських С. П., Запольских А. Ю. Лінгвопрагматичні особливості англomовних публічних промов (на матеріалі доповідей конференції Technology Entertainment Design Talks (TED-Talks)). *Нова філологія*. № 68. 2016. С. 85-89.
24. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.02. Київ, 2005. 32 с.
25. Ільницька Л. Мовленнєві засоби підвищення ефективності сугестивного впливу. *Лінгвістика ХХІ ст.: нові дослідження і перспективи*. К. : Логос, 2007. С. 127–135.
26. Ільницька Л. Л. Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англomовному політичному дискурсі. *Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи*. Київ : Логос, 2010. С. 115–125.
27. Кайсіна Д. М. Англomовний дискурс ідеації: стратегії комунікативного впливу (на матеріалі інтернет-платформи TED) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2018. 318 с.
28. Кайсіна Д. М. Стратегії мовленнєвого впливу в англomовному дискурсі ідеації. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка*. Серія «Філологічні науки». Дрогобич, 2016. Т. 1. № 5. С. 131–135.

- 29.Калюжна Т. Г. Культура педагогічного мовлення : методичні рекомендації. Київ, 2011. 51 с.
- 30.Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю. ЕКСМО-Прес, 2001. 832 с.
- 31.Карпусенко Н. В. Німецькомовний науково-лінгвістичний текст і дискурс: лінгвостилістичний та прагматичний аспекти : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2011. 19 с.
- 32.Кіс Т. Є. Формування метафоричної парадигми у процесі еволюції базової метафори. Мовознавство. 2000. № 4-5. 52-60 с.
- 33.Козлова В. В. Міжкультурний аспект мовленнєвого впливу. *Молодий вчений*. 2016. № 11. С. 202-205.
- 34.Козуб У. Я. Лінгвальні засоби актуалізації концептуальної метафори в сучасному англійськомовному медіа дискурсі та їх відтворення в українськомовних перекладах. Київський національний лінгвістичний університет. 50 с.
- 35.Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу : навч. посібник. Київ : КНЕУ, 1998. 224 с.
- 36.Кравчук Ж. В., Марченко В. В. Англомовні мотиваційні промови: лінгвопрагматичний та перекладацький аспекти. *Молодий вчений*. 2021. № 10 (98). С. 326-328.
- 37.Крутько Т. В. Стратегії мовленнєвого впливу у промовах бізнес-коучів (на матеріалі персональних сторінок соціальної мережі Facebook). Лінгвістика ХХІ століття : нові дослідження і перспективи : зб. наук. праць НАН України. Київ : Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов, 2017. С. 106-112.
- 38.Лазурак З. Д. Методи і засоби виявлення інформаційно-психологічної маніпуляції в онлайн-спільнотах : дис. ... канд. техн. наук : 10.02.21. Львів, 2019. 191 с.

- 39.Лалл Д. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід / пер. з англ. Київ : К.І.С., 2002. 264 с.
- 40.Лобода В. А. Перекладацькі трансформації: дефінітивний характер та проблема класифікації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019 № 43 том 4. 73 с.Макклелланд Д. Мотивація людини. 2007. 672 с.
- 41.Макарук Л. Л. Мультиmodalність сучасного англомовного масмедійного комунікативного простору : дис. докт. філ. наук : 10.02.04. Луцьк, 2019. 635 с.
- 42.Макарук Л. Л. Мультиmodalність сучасної англомовної масмедійної писемної комунікації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 424 с.
- 43.Макарук Л. Л. Невербальні та паравербальні семіотичні ресурси в лінгвістичних студіях ХХ–ХХІ століть: прикладний аспект // Закарпатські філологічні студії. 2018. Вип. 5, Т. 1. С. 66–72.
- 44.Максименко О. В. Актуалізація жестово-вербальних висловлень в американському розважальному телеінтерв'ю : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Чернівці, 2019. 291 с
- 45.Максімов С. Є. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Київ : Ленвіт, 2006. 157 с.
- 46.Макуейл Д. Теорія масової комунікації / Д. Макуейл ; [пер. з англ. О. Возна, Г. Сташків]. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
- 47.Мацько Л. І. Лінгвістична риторика. Наука і сучасність: зб. наук. праць. Ч. 4. Київ : Логос, 1999. 3–16 с.
- 48.Михайленко О. О. Синтаксичні трансформації у перекладі наукової статті. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2020. Вип. 1 (67). С. 68-78.
- 49.Овсієнко А. С. Метафора в сучасному мовознавстві: тлумачення та класифікація. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2018. Вип. 32(3). С. 105-110.

- 50.Одинецька Л. В. Функції метафори в публіцистичному дискурсі на матеріалі суспільно-політичному журналі Україна. Академічний огляд. 2015. № 1. 56 – 58 с.
- 51.Ораторське мистецтво: Навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл. юрид. спец. Видання друге / Н. П. Осипова, В. Д. Воднік, Г. П. Клімова та ін. За ред. професора Н. П. Осипової. Х. : Одісей, 2006. 144 с.
- 52.Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін.; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. Х. : Право, 2013. - 208 с.
- 53.Основи ораторської майстерності : навчальний посібник / Серета Н. В., Квасник О. В. Харків : НТУ «ХП», 2019. 304 с.
- 54.Петренко В. П. Вступ до експериментальної психосемантики: дослідження форм репрезентації у повсякденному свідомості / В. П. Петренко. 1983. 175 с.
- 55.Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології. *Комунікація*. 2010. № 1. С. 19–26.
- 56.Радецька С. В. Засоби вираження експресії в науково-популярній літературі. *Наукові записки Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя*. Сер. : Філологічні науки. 2014. Кн. 2. С. 191-195.
- 57.Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. Різун. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.
- 58.Селіванова О. О. Мовленнєвий вплив в комунікативній взаємодії. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 10. С. 223-229.
- 59.Слободян М. В. Метафоризація як когнітивний процес. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2011. Випуск XXIV. Частина 1. 460–467 с.
- 60.Соломчук О. В. Метафора і метонімія як засоби творення образності. «English for Specific Purposes». Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2018. 138 с.

61. Солошенко-Задніпровська Н. К. Англомовна аргументована публічна промова як засіб впливу на аудиторію (на основі матеріалів конференції TED). *Аргументи сучасної філології: «нестача» і «бажання» у тексті* : матеріали Міжнар. наук. конф., Харків, 2–3 квіт. 2021 р. Харків : ХНПУ, 2021. С. 235–239.
62. Солошенко-Задніпровська Н. Навчання студентів немовних галузей усним публічним промовам наукової тематики. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип. 41, том 3. 2021. С. 224-231.
63. Сорокіна Л. Є. Мовленнєва маніпуляція та інші види мовленнєвого впливу: термінологічне розмежування понять. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. 2014. Сер. філологія. №8. Т.2. С. 157–159.
64. Станіславський К. С. Початок сезону. *Статті, промови, бесіди*. 1953. С. 194-195.
65. Стернін І. А. Риторика. 2002. 223 с.
66. Сторітелінг для очей, вух і серця
67. Хекхаузен Х. Психологія мотивації досягнення. 2001. 240 с.
68. Холявко І. Засоби експресивності в українських мовознавчих наукових статтях. *Львівський філологічний часопис*. 2020. № 8. С. 185-190.
69. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії : монографія. Київ : Вища школа, 1984. 168 с.
70. Чайковська Є. Ю. Поняття «емотивність» та «експресивність» у мові науки. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. Київ : Логос, 2012. С. 279–287.
71. Шульженко А. С. Фразеологізми на позначення відчуттів людини в українській, англійській та французькій мовах: структурний і семантичний аспекти. Вінниця, 2020. 38 с.
72. Шюц А., Лукман Т. Структури життєвіту. К., 2004.



- 73.Щигло Л.В., Дорогокупля А.О., Руденко М.Д., Федірко В.В. Синергетичний погляд на лінгвістичні парадигми. The driving force of science and trends in its development: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the III International Scientific and Theoretical Conference, November 4, 2022. Coventry, United Kingdom: European Scientific Platform. С. 120-121.
- 74.Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації : монографія. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2009. 420 с.
- 75.Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. / О.В. Яшенкова. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 312 с.
- 76.Davidson D. What Metaphors Mean. Reprinted in Inquiries Into Truth and Interpretation / D. Davidson. Oxford, Oxford University Press, 2012. 111-115 p.
- 77.Graf E.-M. The Pragmatics of Executive Coaching. John Benjamins Publishing Company, 2019. 320 p.
- 78.Lasswell H. The Structure and Function of Communication in Society / H. Lasswell. // The Communication of Ideas / Ed. by L. Bryson. N.Y., 1999. 228 p.
- 79.Ribbers A., Waringa A. E-coaching: Theory and Practice for a new Online Approach to Coaching. Routledge, New York, 2015. 184 p.
- 80.Searle J. A Classification of Illocutionary Acts. Language in Society. 1976. Vol. 5. № 1. P. 1–23.
- 81.Searle J. Speech Acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge University Press. 1969.

### **Довідкова література**

- 82.Зубенко Л. Г. Ораторське мистецтво : практ. посіб. Київ : Довіра, 2010. 96 с.
- 83.Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова. Харків: Торсінг, 2003. 448 с.
- 84.Іванишин В. Мова і нація. Дрогобич : Відродження, 1994. 218 с.

85. Кондратенко Н.В. Український політичний дискурс: текстуалізація реальності. Одеса, 2007. 156 с.
86. Словник української мови : в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. К. : Наукова думка, 1970-1980.

### Інтернет-джерела

87. Енциклопедія Сучасної України. URL: [https://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=24374](https://esu.com.ua/search_articles.php?id=24374) (дата звернення: 09.12.2023).
88. Інтернет-сайт. URL: <https://www.cnbc.com/2019/01/09/mackenzie-bezos-could-become-one-of-the-richest-women-in-the-world.html> (дата звернення: 09.12.2023).
89. Інтернет-сайт. URL: <https://jamesclear.com/great-speeches/what-matters-more-than-your-talents-by-jeff-bezos> (дата звернення: 09.12.2023).
90. Конепуд Н.І. Про природу і механізми метафоричного процесу Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка. URL: [http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/2\\_konepud%20natalija.doc.htm](http://www.rusnauka.com/SND/Philologia/2_konepud%20natalija.doc.htm) (дата звернення: 09.12.2023).
91. Козубська І. Г. Мовленнєві жанри наукового стилю в англійській мові. Сучасні підходи та інноваційні тенденції у викладанні іноземних мов. URL: <http://interconf.fl.kpi.ua/node/1265> (дата звернення: 13.12.2023).
92. Кушніров О. О. Сучасні технополії інформаційного впливу. URL: <http://kref.ru/info/reklamazhurnalistikapr/134547/> (дата звернення: 13.12.2023).
93. Плотницька І. М. Ораторське мистецтво. URL: [http://academy.gov.ua/NMKD/library\\_nadu/Biblioteka\\_Magistra/f3e7888f-ebb4-4698-a3cd-10840df8d3a2.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Biblioteka_Magistra/f3e7888f-ebb4-4698-a3cd-10840df8d3a2.pdf) (дата звернення: 09.12.2023).

- 94.Пустовіт Л. О. Засоби вираження метафори [Електронний ресурс] / Л. О. Пустовіт. – Режим доступу : [kulturamovu.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine11-3.pdf](http://kulturamovu.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine11-3.pdf) (дата звернення: 13.12.2023).
- 95.Риторика : навч. посібн. / Н. А. Колотілова. Київ : Центр учб. літератури, 2007. 232 с. URL: [https://pidru4niki.com/16520205/ritorika/formi\\_movlennyevogo\\_vplivu](https://pidru4niki.com/16520205/ritorika/formi_movlennyevogo_vplivu) (дата звернення: 12.12.2023).
- 96.John F. Kennedy at Rice University. URL:<https://youtu.be/QXqlziZV63k> (дата звернення: 09.12.2023).
- 97.Sage P. How To Eliminate Self Doubt Forever & The Power of Your Unconscious Mind. TEDxPatras. URL: <https://youtu.be/v1ojZKWfShQ> (дата звернення: 09.12.2023).
- 98.Steve Jobs introduces Original iPod – Apple Special Event: 2001. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SYMТy6fchiQ> (дата звернення 13.12. 2023).
- 99.Steve Jobs introduces the iPod Shuffle & Mac Mini – Macworld SF. 2005. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=SYMТy6fchiQ> (дата звернення 13.12.2023).
100. Промова JEFF BEZOS: What Will You Be? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2u2Sd9MeFUc>
101. Промова STEVE JOBS: Stanford Speech URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UF8uR6Z6KLc>
102. Oprah Winfrey's Life Advice Will Change Your Future URL: [https://www.youtube.com/watch?v=RLTgnOuYb6o&ab\\_channel=MotivationMadness](https://www.youtube.com/watch?v=RLTgnOuYb6o&ab_channel=MotivationMadness)



## **ДОДАТКИ**

Прагматичні які використовує у своїй промові Джеф Безос[100]:

Тип засобу	Приклад	Пояснення
Metaphor	"travel in a land of marvels"	Imaginatively describes exploring new ideas and innovations.
Hyperbole	Web usage was growing at 2,300 percent per year	Exaggerates to emphasize rapid growth.
Metonymy	"We humans -- plodding as we are"	Uses "humans" to represent humanity's collective progress.
Anecdote	The story about his grandmother smoking	Used to convey a life lesson about kindness and cleverness.

Прагматичні засоби які використовує Стів Джобс[101]:

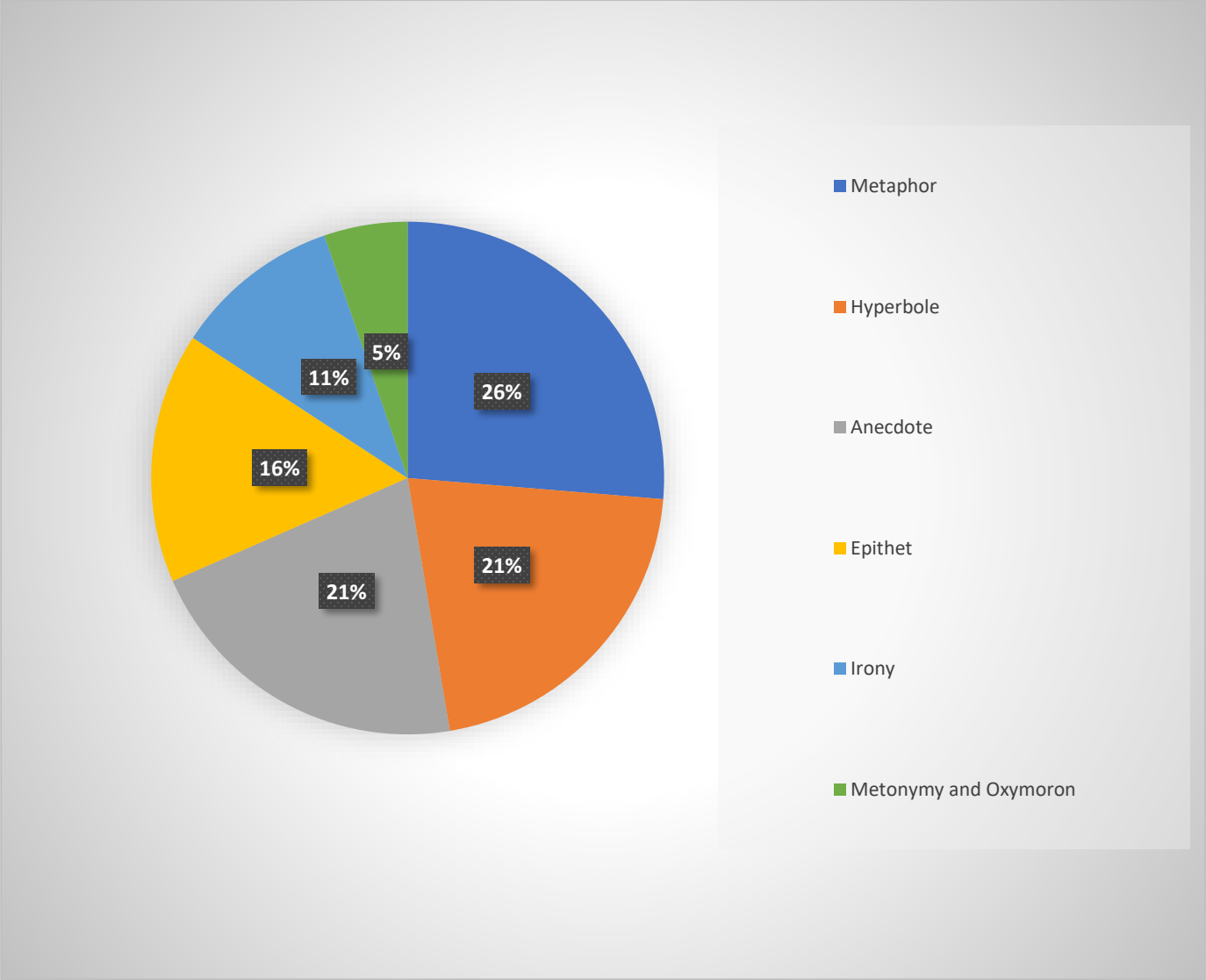
Тип засобу	Приклад	Переклад
Metaphor	"connecting the dots"	linking past experiences to future understanding
Irony	"this is the closest I've ever gotten to a college graduation"	ironic given his success without a formal degree
Hyperbole	"Sometimes life hits you in the head with a brick"	exaggerates life's challenges
Epithet	"awful tasting medicine"	describing a difficult but necessary experience
Oxymoron	"beautifully hand calligraphed"	juxtaposes the artistic beauty with the mechanical process of calligraphy.

Прагматичні засоби які використовує Опра Уінфрі[102]:

Тип засобу	Приклад	Переклад
Metaphor	"Come trailing the breath of the ancestors yet, but trailing the breath of the angels"	Represents a deep connection to both past and spirituality.
Hyperbole	"I am God's child. I am. I am that which is born of all that is"	Exaggerates to express a profound sense of identity and belonging.
Metonymy	"I am a talk show host"	The role stands for her larger public persona and influence.
Epithet	"spiritual being having a human experience"	Describes a profound personal realization.
Oxymoron	"sweetness you want it to be so sweet, so that even when the storms come"	Contrasts the idea of sweetness with life's challenges.



Analyzing the stylistic devices used in the speeches of Jeff Bezos, Steve Jobs, and Oprah Winfrey, here is a rough percentage breakdown for the most commonly used devices:



Закони комунікації, про які йшлося в роботі:

