



**МАТЕРІАЛИ II МІЖНАРОДНОЇ
СТУДЕНТСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

24 ВЕРЕСНЯ 2021

М. УМАНЬ, УКРАЇНА

**НАУКА СЬОГОДЕННЯ:
ВІД ДОСЛІДЖЕНЬ ДО
СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ**

ВИКОРИСТАННЯ СИМВОЛІВ У СКЛАДІ АНГЛІЙСЬКИХ ПАРЕМІЙ Коломієць К. О.	69
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ ТА ВЧЕННЯ ПРО НАЦІОНАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ Колодюк О. Ю.	72
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНИХ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВ Кравчук Ж. В.	75
ЛІНГВОПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕРЕЖЕВОГО СЛЕНГУ В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ Гусак В. В.	77
МЕТАФОРИЧНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ ЧАС У ТЕЛЕСЕРІАЛІ «WATCHMEN» Кухарик О. І.	80
ОБРАЗИ ЯЗИЧНИЦТВА У «СЛОВІ О ПОЛКУ ІГОРЕВІМ» Орлова А. А.	83
РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ПОЧАТКОВІЙ ЛАНЦІ НУШ ЯК РЕАЛІЗАЦІЇ ЗМІСТОВОЇ ЛІНІЇ «ДОСЛІДЖУЄМО МЕДІА» Козловська Х. Р.	86
СТЕНДАП-КОМЕДІЯ США ЯК ДЖЕРЕЛО ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ Кьолер І. В.	89
СЕКЦІЯ 14.	
ФІЛОСОФІЯ ТА ПОЛІТОЛОГІЯ	
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПОЛІТИКО- ПРАВОВОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ Мовчан У. В.	92
НАУКОВЧЕННЯ Й. Г. ФІХТЕ ТА ЙОГО ПОСТАТЬ Чабан В. А.	94
СЕКЦІЯ 15.	
ПЕДАГОГІКА ТА ОСВІТА	
EVERY PUBLIC AFFAIR IS CREATIVE (FROM THE HISTORY OF A VOLONTEER KINDERGARTEN) Булгакова Є. Р.	96
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ ТА КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІЛУ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ Зелінська О. М.	99

Кравчук Жанна Василівна, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти факультету лінгвістики
*Національний технічний університет України
 «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна*

Науковий керівник: Марченко В. В., канд. філол. наук, доцент, доцент кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови
*Національний технічний університет України
 «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна*

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТИ АНГЛОМОВНИХ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВ

У сучасному світі все більше набирає популярності коучинг, тренінги та різні види переконуючих виступів, що сприяють розвитку особистості. Серед них, особливе місце займають мотиваційні промови, основним завданням яких є надихнути слухача на щось, що повинно змінити життя на краще.

Метою цієї публікації є визначення мовних та позамовних засобів, які справляють певний ефект на окрему аудиторію у межах мотиваційної доповіді, а також дослідження перекладацьких прийомів для адекватного відтворення українською мовою.

На теперішній час немає великого доробку на тему мотиваційних промов, але все ж можна виділити роботи науковців, які тим чи іншим чином згадували мотиваційний аспект у публічних виступах. До таких дослідників можна віднести Дж. Серля, Д. Шпербер, Г. Грайс, Дж. Л. Остін, Р. Вердербер, М. Нікітіна та ін.

Згідно з визначенням мовознавця Є. Антушака, мотивація є сукупністю внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до дії, задають межі і форми діяльності і додають цій діяльності спрямованість, орієнтовану на досягнення певних цілей. Що ж до мотиваційної промови, то на думку вченого, мотиваційною промовою слід вважати публічний виступ, який є особливим видом переконуючої промови, що схиляє до дії з позитивним результатом [1, 24].

Невербальні засоби передачі інформації є складовою мотиваційних промов. До них відносять міміку, жести, позу, тон тощо, проте основним засобом висловлення думок і впливу на аудиторію є вербальний.

Серед характерних рис мотиваційної промови виділяють такі:

1. особистісний характер (мотиваційні промови зазвичай опираються на власний досвід);
2. аргументативність;
3. емоційність (напр.: *This is a breathtaking race... 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* [3]).

Зауважимо, що при перекладі мотиваційних промов, перекладачі покладаються на різноманітні трансформації, особливо на стилістичні. Такі трансформації використовуються, коли у текстах налічуються мовні одиниці, які не присутні у мові перекладача або коли перекладач має на меті зберегти експресивність, зробити акцент на стилі мовлення, а не намагається передати структуру тексту. До прикладу, Й. Черешньовський переклав висловлювання Стіва Джобса наступним чином: *no big deal – нічого грандіозного, when I popped out – коли я народився* та ін. [2], [4].

Отже, проведене дослідження дозволяє зрозуміти феномен мотиваційних промов з огляду лінгвопрагматики та надати більш детальну характеристику поняттю, враховуючи притаманні йому особливості. Також проаналізовано перекладацькі засоби, які уможливають збереження обраного стилю мовцем та передачі того ж самого ефекту мовою перекладача.

Список використаних джерел:

1. Антушак Э. Основы менеджмента. Курс лекций / Э. Антушак. – Прага: Oeconomica, 2011. – 308 с.
2. Промова Стіва Джобса у перекладі Йосипа Черешньовського [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ittest.com.ua/Jobs.html>.
3. John F. Kennedy at Rice University [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://youtu.be/QXqlziZV63k>.
4. Steve Jobs' Stanford Commencement Address [Електронний ресурс]. – 2005. – Режим доступу до ресурсу: <https://youtu.be/UF8uR6Z6KLc>.