

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ МОРСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ  
КАФЕДРА «ФІЛОЛОГІЯ»

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему  
«Специфіка вживання лексики та стратегії мовного впливу  
(на матеріалі мотиваційних промов американських акторів)»

Виконала: здобувачка вищої освіти  
2 року навчання 1 групи  
за другим (магістерським) рівнем  
денної форми навчання  
**КОЛЕСНИКОВА СОФІЯ ДМИТРІВНА**

Науковий керівник:  
д. філол. наук, професор  
**Тетяна КОРОЛЬОВА**

Рецензент:  
д. філ. наук, зав. каф. теор. та приклад. фонетики  
англійської мови ОНУ ім. І.І. Мечникова  
**БІГУНОВА НАТАЛЯ ОЛЕКСАНДРІВНА**

Допущено до захисту:

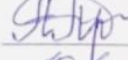



«18» грудня 2024 р. Науковий керівник  Тетяна КОРОЛЬОВА

Національна шкала *в.р.ч.*

Кількість балів 95

Оцінка ECTS A

Дата захисту: 23.12. 2024 р.

Члени комісії:  Ганна ПРИХОДЬКО  
 Світлана ЮХИМЕЦЬ  
 Наталія ЖМАЄВА  
 Інна КІВЕНКО

Одеса – 2024

## ЗМІСТ

<b>РЕЗЮМЕ.....</b>	<b>2</b>
<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА СТРАТЕГІЙ МОВНОГО ВПЛИВУ В МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ.....</b>	<b>8</b>
1.1 Роль лексики в побудові ефективної комунікації.....	8
1.2 Поняття мовного впливу та основні стратегії.....	13
1.3 Особливості жанру мотиваційної промови.....	17
Висновки до Розділу 1.....	25
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВЖИВАННЯ ЛЕКСИКИ ТА СТРАТЕГІЇ МОВНОГО ВПЛИВУ НА МАТЕРІАЛІ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВ АМЕРИКАНСЬКИХ АКТОРІВ.....</b>	<b>26</b>
2.1 Організація і проведення дослідження.....	26
2.2 Специфіка вживання лексики на матеріалі мотиваційних промов американських акторів.....	32
2.3 Приклади ефективного застосування стратегій мовного впливу відповідних мотиваційних промов.....	47
2.4 Порівняння стратегій мовного впливу різних американських акторів.....	67
Висновки до Розділу 2.....	71
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....</b>	<b>72</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>74</b>

## ВСТУП

В сучасній лінгвістиці дослідження лексичних особливостей та мовних стратегій в промовах набуває особливого значення. Мотиваційні промови сприяють формуванню світогляду, впливають на людську свідомість, емоції, настрої. Такі промови можуть мотивувати до дій або підтримувати моральний дух. Одним з найяскравіших прикладів ораторів мотиваційних промов є американські актори. Вони мають значний вплив на суспільство завдяки своїй популярності та компетентності в очах аудиторії. Крім того, актори володіють бездоганною риторичною майстерністю та ораторськими здібностями.

Кінострічки з такими всесвітньо відомими акторами, як Вілл Сміт, Леонардо ді Капріо, Джим Керрі, Арнольд Шварценеггер, Наталі Портман та іншими часто стають об'єктами різних досліджень та обговорень. Однак їхні творчі здобутки поза зйомками фільмів вивчені порівняно мало, що викликає жвавий інтерес, зокрема до їхніх виступів із мотиваційними промовами.

Основне підґрунтя для розробки досліджень, присвячених аналізу лексики та мовних стратегій для побудови ефективної комунікації склали такі вчені як Сітті Рабіа, Тараненко О. О, Чемеркін, А. В, Остін, Дж. Л.

Необхідність вивчення лексичних особливостей та стратегій мовного впливу в мотиваційних промовах зумовлює **актуальність** представленого дослідження. Мотиваційні промови відомих особистостей, зокрема акторів, стають важливим соціокультурним феноменом, який заслуговує на детальне лінгвістичне вивчення. Дослідження специфіки вживання лексики та стратегій мовного впливу дає змогу глибше зрозуміти основи переконання та мотивування аудиторії, а також особливості сучасної риторики.

**Метою** цього дослідження є аналіз специфіки вживання лексики та стратегій мовного впливу у мотиваційних промовах американських акторів, а також вивчення ораторських інструментів, які допомагають створити ефективний вплив на аудиторію.

**Матеріалом** дослідження слугували мотиваційні промови американських акторів на популярному відеохостингу YouTube, а саме на його каналах: "*Шлях*

до успіху", "PROMOVA", "Motivation Ark", "Motivation Mentors", та їхнє відтворення українською мовою.

**Об'єктом** дослідження є мотиваційні промови американських акторів, **предметом** – лексичні особливості та мовні стратегії, що використовуються для впливу на аудиторію.

Для досягнення поставленої мети слід виконати такі **завдання**:

- проаналізувати лексичні особливості мотиваційних промов американських акторів;
- визначити основні стратегії мовного впливу у промовах;
- проаналізувати ефективність лінгвістичного складу та мовних стратегій для впливу на аудиторію;
- порівняти стратегії мовного впливу різних американських акторів;
- дослідити соціокультурний контекст промов та визначити їхній вплив на суспільство.

Для вирішення поставлених завдань використано **загально-наукові методи**: аналіз та синтез, дедукція, пояснення, класифікація, порівняльний метод; **лінгвістичні методи** дослідження: дискурсивний та стилістичний аналіз, контент аналіз та корпусний аналіз тексту.

**Практична цінність** отриманих результатів визначається можливістю їх використання в практичних курсах із лексики англійської мови, в лекційних курсах з лексикології та стилістики англійської мови, при вивченні ораторського мистецтва, при написанні курсових та дипломних кваліфікаційних робіт.

Представлене наукове дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки.

У **Вступі** обґрунтовано вибір, актуальність теми роботи, визначено мету, основні завдання, об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних наукових результатів.

У **Розділі 1** було визначено поняття мотиваційної промови, що поєднує емоційну насиченість, чітку структуру та риторичні прийоми, щоб надихнути слухачів на дії чи зміни в мисленні. Було окреслено, від чого залежить успіх мотиваційної промови.

У **Розділі 2** було проаналізовано 15 мотиваційних промов американських акторів. Було визначено спільні та відмінні риси, структуру, тематику, стратегії переконання, цільову аудиторію.

У **Висновках** викладено отримані у дослідженні наукові та практичні результати дослідження та визначені перспективи подальших пошуків у обраному напрямку.

**Список використаної літератури** містить 32 джерела вітчизняних та зарубіжних дослідників, а також відеоматеріали, на основі яких було проведено дослідження.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА СТРАТЕГІЙ МОВНОГО ВПЛИВУ В МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ

### 1.1 Роль лексики в побудові ефективної комунікації

У сучасному суспільстві зростає зацікавленість питаннями ефективної комунікації, зокрема, як висловлюватися, щоб бути почутим. Що ж таке ефективна комунікація? Для одних основною метою комунікативного процесу є спонукання іншої особи до дії, для інших – передача власних думок, зміна точки зору або вплив на емоційний чи фізичний стан співрозмовника. Досягнення ефективної комунікації обумовлене використанням відповідних лексичних засобів, адекватним розумінням партнера по діалогу, контролем невербальних сигналів та іншими важливими методами. Варто детально проаналізувати, яке значення має лексика у побудові успішної комунікації.

Лексика – це (від грец. *λεξικόν* - словесний, словниковий) - це сукупність слів, словниковий склад мови в цілому або її діалекту, а також певної сфери спілкування, стилю мови (побут., розм., профес., ділова, жаргонна та ін.), творів письменника або певного твору [1].

Правильний підбір лексики важливий для комунікації, адже він дозволяє чітко та лаконічно виражати думки, точно вживати спеціалізовану термінологію для позначення певних понять, а також впливати та емоційний відгук. Оскільки лексика може мати певне емоційне забарвлення, її позитивно чи негативно навантажені слова можуть мати вплив на емоційні стани.

За сферою вживання лексика поділяється на загальноновживану та лексику обмеженого вживання. Розглянемо окрему кожену з них [2].

Загальноновживаною або загальнонародною називають лексичні одиниці, які знають та використовують без обмежень всі носії мови. Вживання такої лексики не залежить від віку, статі, місця проживання, соціального статусу. До загальноновживаної лексики можемо віднести такі слова як: школа, робота,

автомобіль, жити, кохання, гроші, писати тощо. В свою чергу, серед загальноповсякденної лексики виокремлюють і менші за складом групи: суспільно-політичну, книжну, розмовну лексику тощо. До таких термінів можемо віднести наступні: ратифікація, імідж, теревенити, реготати, реконструкція, телепень тощо. Вищезазначені слова можна назвати зрозумілими та знайомими для більшості носіїв мови, проте не кожний їх використовує в процесі мовної комунікації.

Друга група лексики несе назву лексики обмеженого вживання. Вживання такої лексики обмежується певними умовами:

- територіальною поширеністю (лексику, яка вживається в певній місцевості прийнято називати діалектизмами);
- професійною сферою;
- поширеністю серед певних груп людей, об'єднаних за різними соціальними ознаками.

Вживання лексики та її ефективність в комунікації часто залежить від культури мовлення людини. Культуру мовлення прийнято визначати як складову загальної професійної культури. Відсутність культури мовлення свідчить про безграмотність людини. Особа, яка володіє мистецтвом спілкування, має нестандартний погляд на речі та відзначається високою комунікативною етикою. Культура мовлення має формуватись на таких засадах як:

- доречність (вибір мовних засобів, що відповідають змісту, характеру та меті повідомлення, а також вміння обирати форму комунікації (монолог, діалог, полілог), тон, інтонацію і прагнення бути тактовним);
- багатство (широкий активний словниковий запас, різноманіття морфологічних форм і синтаксичних конструкцій);
- виразність (основа майстерного володіння словом є використання безмежних виражальних ресурсів української мови);
- чистота (використання літературно-нормативної лексики та правильних граматичних форм є необхідним. Невиправданими є діалектизми, надмірне

вживання просторічних виразів, канцеляризмів та запозичень; простими словами – відсутність суржику). [3].

Сітті Рабіа, авторка багатьох статей про мову як інструмент комунікації та розкриття культурної реальності, виділяє наступні функції мови в одній зі своїх наукових робіт:

- 1) інструментальна функція – це функція мови, яка використовується для маніпулювання середовищем, що призвело до певної ситуації;
- 2) регулятивна функція – це використання мови, яка слугує для контролю над подією, наприклад, схвалення, відхилення тощо;
- 3) репрезентативна функція мови, яка слугує для того, щоб зробити заяву, представити факти тощо;
- 4) використання інтерактивної функції мови слугує для підтримання стосунків, для того, щоб комунікація проходила безперешкодно, передаючи жарти, опановуючи жаргонізми, ідіоми, які використовує конкретний співрозмовник;
- 5) евристична функція – це функція мови, яка використовується для отримання знань з метою розпізнавання навколишнього середовища, наприклад, коли дитина дивується тому, що бачить;
- 6) особистісна функція, а саме використання мови, яка слугує для вираження почуттів, емоцій, особистості тощо;
- 7) функція образного використання мови, яка слугує для створення системи або уявних ідей. [4].

Мова виконує широкий спектр важливих функцій, які людина використовує у різних сферах свого життя. По-перше, вона є засобом самовираження, дозволяючи індивіду передавати свої думки, почуття, ідеї та внутрішній світ іншим людям. Завдяки мові людина може не лише висловлювати себе, а й створювати свою унікальну ідентичність.

По-друге, мова є ключовим інструментом комунікації. Вона забезпечує обмін інформацією між індивідами, дозволяє розвивати міжособистісні стосунки

та підтримувати зв'язки в різних соціальних групах. Без ефективної комунікації суспільство не могло б функціонувати належним чином.

По-третє, мова відіграє важливу роль у процесах організації та адаптації до соціальних структур і середовища. Вона допомагає людям співпрацювати, координувати свої дії та реагувати на зміни в оточенні, що сприяє їхній інтеграції в суспільство.

Крім того, мова виступає інструментом соціального контролю. Вона не лише визначає рамки прийнятної поведінки через закони, правила та норми, але й використовується для встановлення авторитету, впливу та підтримання соціальної дисципліни в суспільстві.

У зазначеній вже науковій статті Сітті Рабіа презентує ролі мови як інструменту комунікації:

1. Мова як інструмент взаємодії з іншими. Умовою виникнення комунікації є обов'язкова участь двох або більше осіб, які ведуть розмову один з одним. У цьому випадку можливий процес взаємодії, щоб задіяти зворотний зв'язок від мовця до співрозмовника, і навпаки.

2. Мова відображає рівень освіти людини. Освічену людину зазвичай запам'ятовують краще, ніж ту, яка не має належної освіти. Чим вищий рівень освіти, тим більша її мовленнєва культура та глибина. Це пов'язано з тим, що у спілкуванні часто беруть участь люди з високим рівнем освіти, які зазнають впливу свого соціального та професійного оточення. Освітнє середовище, робоча сфера та соціальні контакти сприяють розвитку багатшого словникового запасу, тоді як менш освічені люди зазвичай менше взаємодіють з тими, хто підтримує використання більш вишуканої та різноманітної мови.

3. Ідентифікує лідера. Лідер повинен відповідно вміти говорити з підлеглими, щоб бути винагородженим. Це пов'язано з володінням мовою. Якщо лідер може говорити правильно, то він може висловлювати свої ідеї чітко і зрозуміло, що демонструє його авторитет.

4. Як сила закону. За допомогою мови людина може ідентифікувати мову самозахисту або суперництва. Той, хто говорить, навіть для того, щоб легко

втекти від справи, адресованої йому. Це говорить про те, що мова може бути реалізована як вміння спілкуватися.

5. Залучення клієнта. Мова гарної та цікавої реклами грає ключову роль у зацікавленні споживачів спробувати ваш продукт. Прагнучи передати переваги та якість продукту, процес комунікації не може бути відокремлений від розповсюдження продукту серед споживачів, адже він частина встановлення зв'язків з громадськістю.

6. Вказує на соціальний статус людини. Мова дозволяє людині осмислювати своє місце в суспільстві. Кількість і різноманітність мов, якими володіє індивід, безперечно відрізняються залежно від впливу середовища, в якому він перебуває. Тому ті, хто володіє кількома мовами та здатен ефективно спілкуватися, часто вважаються більш привілейованими в суспільстві. [5].

Можемо зробити такий висновок, що лексика відіграє центральну роль у побудові ефективної комунікації, забезпечуючи точність та ясність передавання повідомлень між учасниками комунікативного процесу. Використання належних лексичних одиниць сприяє адекватному розумінню та зменшує ризик виникнення комунікативних бар'єрів. Класифікація лексики, що включає загальноживану лексику та лексику обмеженого вживання, дозволяє адаптувати повідомлення до різних контекстів та аудиторій, підвищуючи ефективність передачі інформації.

Функції лексики варіюються залежно від контексту та мети комунікації: інструментальна використовується для маніпулювання середовищем, регулятивна слугує для контролю над подією, репрезентативна слугує для того, щоб зробити заяву, представити факти тощо, інтерактивна функція мови слугує для підтримання стосунків, евристична – для отримання знань, особистісна допомагає виражати почуття та емоції, а остання функція образного використання мови слугує для створення системи або уявних ідей. Лексика також відіграє важливу роль у створенні соціокультурного контексту комунікації, забезпечуючи інтеграцію та розуміння між різними групами.

Таким чином, лексичні засоби є ключовими елементами у процесі комунікації, оскільки вони не лише передають зміст, але й формують характер взаємодії, впливаючи на емоційний та когнітивний стан співрозмовників.

Вважаємо за доцільне перейти до аналізу поняття мовного впливу та переліку основних мовних стратегій.

## **1.2 Поняття мовного впливу та основні стратегії**

Поняття мовного впливу полягає у можливості змінювати переконання, почуття або поведінку людини через використання мови. Як зазначає Джон Остін, мова не лише передає інформацію, але й виконує певні дії, тобто реалізує мовленнєві акти. Наприклад, коли хтось дає обіцянку, він не просто висловлює свій намір, а реально виконує дію обіцянки.

Мовний вплив може здійснюватися за допомогою різних мовних стратегій, зокрема вибору слів, риторичних прийомів, маніпуляцій значеннями або емоційними акцентами. Він широко використовується в рекламі, політиці, медіа та інших сферах комунікації для досягнення певних цілей. [6].

Щоб надати детальний аналіз мовного впливу, потрібно звернутися до академічних джерел. Існують декілька основних аспектів мовного впливу:

- риторика та переконання (включає класичні стратегії переконання, такі як етос, логос і патос, впроваджені ще Аристотелем. Ці техніки використовуються для впливу на емоції, логічне мислення та етику слухача);

- фреймінг (спосіб, яким проблеми або події подаються через мову, що впливає на їх сприйняття. Наприклад, одна подія може бути представлена як криза або можливість, залежно від використаних слів);

- маніпуляція мовою (приховане або відкрите використання мови для впливу на прийняття рішень іншими людьми. Наприклад, вибір певних слів чи фраз може спонукати до певних емоцій або дій);

- стереотипи та мова (мова може поширювати стереотипи через кліше або негативно забарвлені вирази. Це підкріплює упередження і може впливати на соціальні взаємини);

- соціальний статус і мова (використання мови може відображати соціальний статус. Люди з різними рівнями освіти та соціальними ролями використовують різні мовні форми для вираження себе). [7].

Для того, щоб розглянути основні стратегії мовного впливу, слід визначити поняття «стратегія».

У загальнонауковому розумінні термін «стратегія» позначає мистецтво керівництва чим-небудь, що ґрунтується на правилах та довготривалих прогнозах. [8]. Іншими словами стратегія – план або набір дій, спрямованих на досягнення певної мети або вирішення проблеми. Зазвичай стратегія включає в себе детальний аналіз ситуації, вибір напрямків розвитку та способів виконання завдань, а також прогнозування можливих перешкод і шляхів їх подолання. До основних характеристик стратегії належать: цілеспрямованість, системність, довгостроковість та гнучкість. Правильно побудована стратегія завжди спрямована на досягнення конкретної мети, включає послідовні та логічно пов'язані між собою етапи та кроки, розрахована та тривалий період та враховує перспективи розвитку, а також має здібність адаптуватись в залишатись ефективною за умови зміни обставин.

Стратегія може мати свої специфічні акценти в залежності від сфери її використання (політична, медична, культурна, бізнес).

Основні стратегії мовного впливу можна розподілити на кілька груп залежно від мети комунікації, контексту та аудиторії. Ось деякі з них:

1) *Стратегія переконання*

Дана стратегія передбачає побудову переконливого дискурсу на основі логічних аргументів, підкріплених фактами та статистичними даними. Такий підхід є характерним для академічного середовища, де важлива об'єктивність і точність висловлювань, а також для політичних дебатів та ділових переговорів, де необхідно переконати аудиторію у вигідності певної точки зору.

2) *Стратегія маніпуляції*

Ця стратегія полягає в прихованому впливу на думки та вчинки людей, що досягається за допомогою емоційних маніпуляцій, спотворення інформації та

інших психологічних прийомів. Цей метод часто використовується в політиці, рекламі та пропаганді для досягнення вузькокорисливих цілей.

### 3) Стратегія діалогу

Ця стратегія базується на принципі взаємодії, де кожна сторона докладает зусиль для того, щоб зрозуміти точку зору іншої і знайти спільну мову. Діалог дозволяє створити атмосферу довіри і співпраці, що є необхідною умовою для ефективного вирішення будь-яких проблем. Цей підхід особливо ефективний у конфліктних ситуаціях, оскільки дозволяє сторонам висловити свої погляди, вислухати один одного і знайти компромісні рішення.

### 4) Стратегія залякування

Хоча залякування може здаватися ефективним способом досягнення своїх цілей, наслідки цього методу можуть бути далекосяжними. Страх, який викликає залякування, може призвести до зниження самооцінки, відчуття безпорадності та навіть депресії у жертви. Крім того, залякування може погіршити відносини між людьми і створити атмосферу недовіри та ворожості.

### 5) Стратегія емоційного впливу

Ця стратегія базується на розумінні того, що емоції відіграють важливу роль у процесі прийняття рішень. Вона передбачає використання емоційних тригерів для формування позитивного або негативного ставлення аудиторії до об'єкта повідомлення. Цей метод часто використовується в рекламі, політиці та пропаганді для маніпулювання думками і поведінкою людей. [9].

Для реалізації поставленої мети та правильного досягнення основних стратегій мовного впливу, оратори мають побудувати чітку структуру своєї промови або виступу. Для цього вони використовують різні типи повторів:

1. Повний лексико-граматичний повтор. Наприклад: *he always told the truth. Even in difficult times, he always told the truth.*
2. Лексичний повтор слова або словосполучення на базі паралельних синтаксичних конструкцій. Наприклад: *love is not just a feeling. Love is art. Love is air. Love is God`s whisper right in your ear. Love is the meaning.*

3. Синонімічний повтор на базі синтаксичного паралелізму. Наприклад: *I became upset. Upset and disappointed and frustrated and miserable and confused.*

4. Імперативно-спонукальна синтаксична конструкція, яка є прототиповим лінгвальним засобом спонукання. Вплив на вольову сферу психіки реципієнта і є інструментальною стратегією спонукання. Цей вплив виявляє увесь мовленнєвий вплив загалом, адже кінцевою метою будь-якого мовленнєвого впливу є понукання реципієнта до певної дії. Аналіз імперативно-спонукальної синтаксичної конструкції показує, що таке спонукання найчастіше зустрічається в інструктивних пасажах. Наприклад: *In this time, when so much of what we build feels temporary and insignificant, stand with us in crafting a legacy of work that will last and inspire. Join us in shaping this offering to future generations, this reflection of our collective purpose and vision as creators.* [10].

Для реалізації основних стратегій комунікативного впливу недостатньо використовувати лише різні типи повторів. Побудова тактики базується на знаннях про ситуацію та особливостях аудиторії. Також потрібно визначити мету (спільну чи індивідуальну), комунікативні установки (маніпулятивні – промова, спрямована на задоволення індивідуальної мети оратора, чи гуманістичні – оратор бажає досягнути спільної мети з аудиторією), характер спілкування (діалогічний чи монологічний), індивідуальні особливості оратора, специфіка аудиторії (системи цінностей, інтересів, соціальних установок). Не слід забувати й про безпосередній вибір методів побудови комунікації, а саме про: баланс вербальних та невербальних засобів, структуру повідомлення (вступ, основну частину та висновок) та використання мовних засобів комунікації. [11].

Можемо зробити висновок, що мовний вплив є важливою складовою комунікативного процесу, оскільки він передбачає свідоме використання мовних засобів з метою впливу на думки, поведінку та емоційний стан адресата. Цей процес відображає здатність мовця використовувати мову не лише для передачі інформації, але й для досягнення конкретних цілей, таких як переконання, мотивація, маніпуляція або формування певної реакції в аудиторії.

Поняття стратегії мовного впливу передбачає цілеспрямовану, систематичну організацію мовних дій, що забезпечує досягнення бажаного результату у взаємодії з адресатом. Стратегія є сукупністю вибору мовних засобів, тактик і методів, які використовуються для ефективного досягнення поставлених комунікативних завдань.

Застосування стратегій у мовному впливі залежить від контексту, цілей та комунікативної ситуації, що дозволяє мовцю адаптувати свою тактику для досягнення найкращого результату. Таким чином, усвідомлене використання мовних стратегій є важливим інструментом для досягнення ефективної комунікації та впливу на адресата.

Виходячи з викладених фактів, можна перейти до обговорення особливостей жанру мотиваційної промови.

### **1.3 Особливості жанру мотиваційної промови**

Промова або публічний виступ є специфічним жанром мовленнєвої діяльності, відмінним за своєю природою, положенням серед інших форм мовлення та особливими характеристиками. Він дозволяє максимально реалізувати систему мисленнєво-мовленнєвих процесів, зокрема вміле поєднання логічного й образного мислення, а також мовних засобів для вираження думок.

Типи промов можуть визначатися за різними критеріями. Найстарішою і найпоширенішою є класифікація за сферою суспільної діяльності, тобто за місцем виголошення. Вона бере свій початок ще з античності, коли виділяли судові, дорадчі та епідейктичні (урочисті) промови. З розвитком ораторського мистецтва ця класифікація зазнавала змін (наприклад, існувало придворне чи народне красномовство). Сьогодні розрізняють такі види ораторського мистецтва і відповідно – типи промов:

1. Академічне красномовство. Притаманно науковій діяльності викладача чи науковця під час популяризації досягнень науки або доповідей про наукові дослідження. Найпоширеніші види та жанри:

- Власне наукові (лекція, наукова доповідь, реферат, повідомлення тощо);
- Науково-методичні (навчальна лекція);
- Науково-популярні (науково-популярна лекція, кінолекція, лекція-екскурсія тощо).

Головними рисами академічного красномовства прийнято вважати логічність, точність, лаконічність та доказовість.

2. Соціально-політичне красномовство – це мистецтво переконливого висловлювання, спрямоване на формування громадської думки з актуальних політичних питань. Такі промови часто виголошуються під час виборів, мітингів, конференцій і мають на меті мобілізувати підтримку певних політичних сил або ідей.

Різновидами соціально-політичного красномовства прийнято вважати військове та дипломатичне красномовство, агітаційні мітингові промови, парламентські виступи.

3. Судове (юридичне) красномовство.

Судове красномовство – це історично сформований вид ораторського мистецтва, який бере свій початок у Давній Греції. З розвитком правових систем і демократії, судове красномовство стало невід’ємною частиною судочинства. У другій половині XIX століття, після судової реформи, судове красномовство набуло широкого поширення в Україні.

4. Церковне красномовство. Основна функція церковного красномовства – це передача релігійних знань, виховання віри та моральних цінностей. Проповіді, молитви та інші жанри церковного красномовства спрямовані на створення емоційного зв’язку між проповідником і вірянами, на формування релігійної свідомості та зміцнення віри.

5. Суспільно-побутове красномовство. Це вид мовлення, присвячений особливим подіям у житті людей. Це можуть бути ювілеї, весілля, похорони тощо. Такі промови часто мають урочистий або емоційний характер і спрямовані на вираження поваги, подяки або співчуття. [12].

Розглянемо детальніше жанр мотиваційної промови. Її метою є не лише викликати в аудиторії певні емоції, такі як страх, смуток, радість або хвилювання, але й стимулювати слухачів до дій під впливом цих емоцій. Якщо переконлива промова зазвичай спрямована на те, щоб переконати аудиторію купити певний продукт або підтримати ідею, то мотиваційна промова має на меті надихати людей у більш загальному сенсі, часто без чітко визначеного кінцевого результату. Іншими словами, мотиваційна промова є специфічною формою переконливої комунікації, яку найчастіше використовують в таких місцях як школи, підприємства, у релігійних громадах, а також в клубах та інших спільнотах.

У свою чергу мотиваційна промова також розподіляється на чотири типи виступів, а саме:

- промова героя;
- промова того, хто «вижив»;
- релігійна промова;
- промова про успіх [13].

Розглянемо детальніше та проаналізуємо кожен вид мотиваційної промови.

Виступ героя – це особливий вид мотиваційної промови, що має на меті надихнути слухачів завдяки авторитету та досвіду промовця, який вважається героєм або взірцем для наслідування. Такі промови зазвичай виголошуються людьми, які досягли значних успіхів або відомі своїми винятковими досягненнями в певній сфері. Це можуть бути військові герої, політичні лідери, професійні спортсмени, науковці, діячі культури, які користуються довірою та повагою суспільства.

Основна мета виступу героя – мотивувати аудиторію на дії або зміни, використовуючи особисті досягнення та досвід промовця як приклад подолання труднощів і досягнення успіху. Такі промови часто акцентують увагу на моральних цінностях, самопожертві, наполегливій праці, дисципліні та вірі у власні сили. Це створює глибокий емоційний зв'язок із аудиторією, надихає слухачів прагнути до власних цілей та покращення свого життя.

Ключові особливості виступу героя:

1. емоційний вплив: через особисті історії та досвід, промовець може викликати сильні емоції, які спонукають аудиторію до роздумів або дій;
2. Взірєць для наслідування: промовець виступає як приклад того, що можна досягти, якщо проявити силу волі, витривалість і рішучість.
3. Моральні та етичні уроки: часто такі виступи включають роздуми про життєві уроки, боротьбу за справедливість або важливість суспільної відповідальності.
4. Універсальність: теми виступів героя зазвичай універсальні та стосуються життєвих цінностей, які можуть бути актуальними для різних категорій слухачів.

Промова того, хто «вижив» – це вид мотиваційної промови, який виголошується людиною, що пережила серйозні життєві труднощі, травми або трагедії, і змогла їх подолати. Важливим елементом такої промови є сила особистого досвіду, який передає промовець, ділячись тим, як йому вдалося вижити, адаптуватися і відновитися після надзвичайно важких обставин.

Ці виступи часто зосереджені на таких темах, як фізичне або емоційне виживання, боротьба з хворобою, втрата близьких, травми від війни, катастрофи, важкі життєві події (наприклад, фінансова криза або природні катаклізми). Промовці діляться історіями свого стійкого духу, віри в себе або інших, і того, як вони подолали труднощі.

Ключові особливості промови:

1. Сила особистої історії: центральним елементом виступу є особиста історія промовця, яка показує його шлях від моменту трагедії або виклику до перемоги над труднощами. Це робить промову надзвичайно щирою та автентичною.
2. Емоційний вплив: такі промови мають потужний емоційний заряд, оскільки вони викликають глибокі почуття аудиторії. Виживання в умовах, коли інші могли б зламатися, часто викликає захоплення, співпереживання та натхнення.

3. Послання надії: промова того, хто “вижив” передає надію та віру в те, що навіть у найтемніші часи можна знайти сили йти далі. Вона мотивує аудиторію не здаватися перед труднощами, показуючи, що будь-які випробування можна пережити.

4. Мотивація до стійкості та змін: через власні переживання промовець може закликати слухачів знайти внутрішню силу, долати власні труднощі та використовувати їх як можливість для особистого зростання.

5. Вдячність за життя: часто люди, які пережили трагедії, підкреслюють важливість цінування кожного дня та можливості жити повноцінним життям. Вони можуть наголошувати на тому, як досвід виживання змінив їхнє бачення світу та їхні пріоритети.

Приклади промови того, хто «вижив»:

- виживання після серйозної хвороби: люди, які боролися з раком або іншими небезпечними хворобами, діляться своїм досвідом боротьби та перемоги;

- Переживання війни або катастрофи: військові ветерани або люди, які вижили після природних катаклізмів, діляться своїми історіями, а також розповідають, як їм вдалося подолати шок і травми.

- Відновлення після втрати: особи, які пережили смерть близьких або серйозні особисті втрати, можуть надихати інших продовжувати жити і знаходити сенс навіть після горя.

Релігійна мотиваційна промова – це виступ, який поєднує релігійні або духовні теми з метою надихнути й мотивувати аудиторію. Такі промови часто виголошуються релігійними лідерами, священиками, пасторами або іншими духовними наставниками, а також людьми, чий особистий досвід має глибоке релігійне значення. Вони орієнтовані на піднесення духу, зміцнення віри та заклик до морального або духовного зростання.

Ключові особливості релігійної мотиваційної промови:

1. Духовний зміст: основою таких промов є релігійні цінності, концепції та писання. Промовці часто звертаються до священних текстів, притч

або історій із релігійних традицій (Біблії, Корану, Тори тощо), щоб підкріпити свої послання.

2. Моральне вчення: промови включають заклики до морального життя, праведної поведінки, служіння іншим і дотримання етичних принципів. Це може стосуватися тем чесності, милосердя, прощення, покаяння чи надії.

3. Підтримка віри: релігійні мотиваційні промови спрямовані на зміцнення віри людей, нагадування їм про важливість духовних практик, молитви або звернення до Бога у важкі моменти життя. Промовець надихає слухачів довіряти вищим силам та вірити, що через віру вони можуть подолати будь-які труднощі.

4. Заклик до дії: промова часто мотивує слухачів не лише замислитися над своїм духовним життям, але й змінити свої дії — більше молитися, допомагати іншим, жити в мирі, відмовитися від шкідливих звичок або гріховної поведінки.

5. Надія і підбадьорення: релігійна мотиваційна промова зазвичай є джерелом втіхи для тих, хто переживає труднощі, страждання або невпевненість. Вона передає послання надії, нагадуючи про те, що Бог завжди поруч і допомагає у випробуваннях.

6. Використання прикладів святих чи пророків: для підкріплення свого послання, промовець може наводити приклади святих, пророків чи інших релігійних постатей, які пережили випробування і залишилися вірними своїй вірі.

Приклади контекстів релігійних мотиваційних промов:

- Недільні проповіді: пастори або священики часто використовують свої промови під час богослужінь, щоб зміцнити віру прихожан, надихнути їх слідувати моральним принципам та долати життєві випробування.

- Релігійні збори та конференції: такі промови можуть виголошуватися на великих релігійних заходах або конференціях для натхнення та об'єднання віруючих.

- Молитовні зібрання: в моменти суспільних або особистих криз релігійні лідери часто дають промови, щоб підтримати людей духовно, надаючи їм сил через віру.

- Промови місіонерів: люди, які поширюють релігійні вчення, використовують такі промови для мотивації до служіння та духовного розвитку.

Останнім видом мотиваційної промови є промова про успіх.

Промова про успіх – це вид мотиваційної промови, яка зосереджена на темі досягнення успіху, як особистого, так і професійного. Мета такої промови — надихнути аудиторію на досягнення власних цілей, підвищення ефективності, а також подолання перешкод на шляху до успіху. Промовець, як правило, ділиться своїм особистим досвідом або досвідом успішних людей, пропонуючи конкретні поради та стратегії для досягнення цілей.

Ключові особливості промови про успіх:

1. Особисті історії: промовець зазвичай ділиться власними історіями успіху, зокрема моментами, коли йому довелося подолати труднощі або невдачі. Ці історії часто слугують прикладом того, як наполегливість, праця та віра в себе можуть привести до значних досягнень.

2. Практичні поради: промови про успіх часто містять конкретні рекомендації щодо того, як люди можуть досягти своїх цілей. Це може бути управління часом, розвиток лідерських якостей, постановка цілей, підтримка дисципліни, саморозвиток та самоконтроль.

3. Фокус на мотивації: такі промови акцентують увагу на внутрішній мотивації та силі, яка допомагає людині рухатися вперед попри перешкоди. Промовець може наголошувати на важливості віри в себе, внутрішньої мотивації та постійного самовдосконалення.

4. Позитивне мислення: часто промова про успіх включає теми важливості позитивного ставлення до життя та розвитку оптимістичного мислення. Промовці закликають до того, щоб бачити можливості в труднощах, ставити амбітні цілі й не боятися ризику.

5. Важливість невдач: промовець може наголошувати на тому, що успіх неможливий без помилок і невдач. Важливо вчитися на власних помилках і сприймати їх як кроки на шляху до перемоги. Таким чином, слухачі отримують розуміння того, що невдачі — це не кінець, а частина процесу досягнення успіху.

6. Ставлення до успіху як до процесу: у таких промовах часто підкреслюється, що успіх — це не лише досягнення кінцевого результату, а й процес постійного руху вперед, самовдосконалення та навчання. Промовці закликають до терплячості й наполегливості, наголошуючи, що успіх не приходить одразу, але є результатом тривалої та системної роботи.

Приклади промов про успіх:

- постановка цілей: як правильно ставити цілі, щоб вони були досяжними та мотивуючими;

- наполегливість і витривалість: як продовжувати працювати навіть у складних умовах.

- Роль дисципліни: як самоконтроль і дисципліна сприяють досягненню успіху.

- Самовдосконалення та навчання: як важливо постійно вчитися та розвиватися для досягнення результатів.

Промови про успіх можуть мати місце на бізнес-тренінгах та семінарах, на мотиваційних заходах для молоді, корпоративних виступах (у великих компаніях можуть запрошувати мотиваційних спікерів для натхнення працівників на досягнення високих результатів та професійне зростання). [13].

## Висновки до розділу 1

Мотиваційна промова є особливим жанром публічної комунікації, який має на меті не лише передати інформацію, але й надихнути, активізувати аудиторію до певних дій або змін у мисленні. Основною характеристикою мотиваційної промови є її емоційна насиченість, а також чітка спрямованість на виклик позитивних внутрішніх змін у слухачів.

Ключовими особливостями цього жанру є чітка структура, використання емоційного заряду та риторичних прийомів, персоналізація повідомлення.

Таким чином, мотиваційна промова є ефективним засобом комунікації, здатним не лише донести інформацію, але й створити емоційний резонанс, спонукати до змін і надихнути на активні дії. Її успіх залежить від поєднання раціональних аргументів з емоційною силою впливу, що робить цей жанр унікальним у публічній риторичі.

Теоретичні положення, викладені у попередньому розділі, стануть основою для подальшого практичного дослідження. Наступним етапом роботи є аналіз вживання лексики та стратегії мовного впливу на матеріалі мотиваційних промов американських акторів.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ВЖИВАННЯ ЛЕКСИКИ ТА СТРАТЕГІЇ МОВНОГО ВПЛИВУ НА МАТЕРІАЛІ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВ АМЕРИКАНСЬКИХ АКТОРІВ

#### 2.1 Організація і проведення дослідження

В даному пункті вважаємо доцільним чітко зазначити мету нашого дослідження, предмет та об'єкт дослідження, методи дослідження, матеріали дослідження, процедуру аналізу, критерії вибору лексичних одиниць та стратегій та інструменти для аналізу.

Дане дослідження має за мету виявити особливості вживання лексики в мотиваційних промовах акторів США та аналіз їхніх мовних стратегій впливу на аудиторію. Важливо підкреслити, що ми досліджуємо мовні засоби, за допомогою яких актори досягають певного емоційного та психологічного ефекту та впливу на слухачів. Виявлення та аналіз лексичних і риторичних засобів мовного впливу, які використовують американські актори у своїх мотиваційних промовах для ефективної комунікації з аудиторією дасть змогу глибше зрозуміти основи переконання та мотивування аудиторії, а також особливості сучасної риторики.

Перейдемо до об'єкту та предмету дослідження. Об'єктом є мотиваційні промови американських акторів, які виступають перед широкою аудиторією. Це можуть бути промови на церемоніях нагородження, публічні виступи на форумах, промови під час політичних чи соціальних кампаній, виступи на урочистих заходах, що присвячені випуску зі школи чи університету.

Предметом дослідження можна зазначити лексичні одиниці, риторичні прийоми та мовні стратегії, які спрямовані на створення певного емоційного та когнітивного впливу на слухачів. Наприклад, метафори, персоналізація, епітети, антитези, гіперболи та інші засоби мовної експресії, а також стратегії побудови довіри, створення емоційної прив'язаності тощо.

Для того, щоб якісно та правильно проаналізувати зібраний нами матеріал, слід використати такі методи дослідження:

1. Контент-аналіз
2. Дискурс-аналіз
3. Когнітивно-лінгвістичний аналіз
4. Порівняльний аналіз

Розглянемо детальніше кожний з методів для того, щоб побудувати мати чітке розуміння та побудувати певну хронологію аналізу промов американських акторів.

1. Контент-аналіз (від англ. content analysis) — це метод дослідження, який використовується для систематичного, кількісного та об'єктивного опису вмісту текстів або інших форм комунікації. Метод має за мету виявити закономірності, структуру, тенденції у використанні мови чи інших символічних систем. Його широко застосовують в соціальних науках, лінгвістиці, журналістиці та інших галузях для аналізу письмових документів, медіа-контенту, промов та інших різноманітних текстових матеріалів.

Основні етапи контент-аналізу:

- Визначення об'єкту дослідження: які саме тексти або будь-які інші форми комунікації будуть аналізуватися. Це можуть бути мотиваційні промови, статті, медіа-контент або соціальні мережі.

- Формулювання гіпотези або дослідницьких питань: формулювання конкретного запитання, на яке має відповісти контент-аналіз, наприклад: "Які слова найчастіше вживаються для створення позитивної мотивації в промовах?"

- Вибір одиниці аналізу: визначення того, що саме буде одиницею аналізу, наприклад, окремі слова, фрази, риторичні прийоми або тематичні блоки.

- Кодування даних: перетворення текстової інформації в категорії або коди. Кодування може бути ручним або автоматизованим (з використанням програмного забезпечення). Цей етап необов'язковий та не завжди є необхідність його застосовувати.

- Підрахунок і інтерпретація: після кодування здійснюється кількісний підрахунок частоти появи певних категорій, лексичних одиниць або тем. Результати аналізу інтерпретуються в контексті поставлених дослідницьких питань. Даний етап аналізу здійснюється лише в тому випадку, якщо раніше було здійснено кодування даних.

- Висновки: результати аналізу мають дати змогу нам, дослідникам, побачити структуру і закономірності в текстовому матеріалі, що допоможе зробити узагальнення або підтвердити/спростувати раніше сформульовані гіпотези.

Контент-аналіз має певні недоліки, а саме – обмеженість та часовитратність. Іноді може бути важко виокремити тематику, контекст чи підтеми повідомлення. В свою чергу контент-аналіз потребує уважного та детального дослідження, яке потребує багато часового ресурсу. [14].

2. Дискурс-аналіз – це метод дослідження, який використовують для вивчення мови в її соціальному контексті. Він спрямований на розкриття того, як через мовні засоби конструюється реальність, передаються влада, ідеології та соціальні відносини. Дискурс-аналіз вивчає як окремі слова та граматичні структури, так і широкий контекст, в якому ці слова існують та взаємодіють, зокрема, соціальні, культурні, історичні та політичні умови.

До основних принципів дискурс-аналізу відносяться соціальних контекст мови, влада та ідеологія, текст як соціальна дія та інтертекстуальність.

Основні етапи дискурс аналізу – це:

- Визначення проблематики, що досліджується.
- Збір матеріалу, а саме – мотиваційні промови американських акторів.
- Аналіз змісту в окремих структурах, таких як риторичні прийоми, використання соціально значущих фраз та виразів тощо.
- Інтерпретація. Останній етап, під час якого ми маємо змогу зробити висновок, завдяки чому американські актори мають вплив на аудиторію.

У нашому дослідженні дискурс-аналіз дозволить дослідити, як через мову актори створюють образ мотивації, саморозвитку і досягнення мети. Ми зосередимось на тому, які конкретні риторичні прийоми використовуються для того, щоб викликати певні емоції у слухачів та як це впливає на їхню поведінку. [15].

### 3. Когнітивно-лінгвістичний аналіз

Переходячи до цього методу, слід зазначити, що він базується на принципах когнітивної лінгвістики, яка вивчає, як мовні структури відображають ментальні процеси, а також як через мову можливо організовувати і відобразити людське мислення. Основна ідея полягає в тому, що мова не просто відображає реальність, але й формує наші когнітивні моделі світу.

До основних принципів належать мова як відображення дійсності, метафори як когнітивні моделі, категоризація та фрейми та прототипи.

Когнітивно-лінгвістичний аналіз має лише три етапи, а саме:

- Визначення концептів, які є центральними в промові.
- Аналіз метафор та фреймів, що мовці використовують для передачі концептів.
- Інтерпретація когнітивних моделей, які формуються у слухачів в результаті отримання певної інформації.

У нашому дослідженні цей метод дозволить визначити, як через мову мотиваційних промов актори створюють певні когнітивні моделі досягнень, успіху та боротьби. Ми вивчимо метафори й фрейми, які допомагають формувати ці моделі, і те, як вони впливають на мислення і поведінку слухачів. [16].

### 4. Порівняльний аналіз

Це метод дослідження, що використовують для порівняння двох або більше об'єктів з метою виявлення наскільки вони подібні або відмінні один від одного. Цей метод широко застосовується в різних наукових дисциплінах, включаючи філологію, соціальні науки, історію, економіку тощо. У лінгвістиці порівняльний аналіз використовується для вивчення мовних явищ, зокрема лексики, граматики або риторичних стратегій, з метою виявлення спільних рис або специфічних

відмінностей між текстами, промовами, або дискурсами різних мовців чи культур.

Для того, щоб якісно зробити порівняльний аналіз, потрібно пройти наступні етапи дослідження:

- Визначення об'єктів для порівняння. У нашому випадку ми будемо порівнювати мотиваційні промови різних американських акторів.

- Формулювання критеріїв порівняння: важливо чітко визначити критерії, за якими ми здійснюватимемо порівняння. Наприклад, це можуть бути лексичні засоби впливу, риторичні прийоми, частотність використання певних стратегій мовного впливу (наприклад, апеляція до емоцій або використання метафор).

- Збір даних: на цьому етапі ми збиратимемо тексти для аналізу та будемо систематизувати їх за обраними критеріями. Мотиваційні промови можна класифікувати за такими ознаками, як час виголошення, аудиторія, стиль мовлення тощо.

- Аналіз подібностей і відмінностей – основна частина нашої роботи. Наприклад, ми можемо проаналізувати, як різні актори використовують мовні стратегії для мотивації слухачів, чи є відмінності в їх підходах до мовного впливу залежно від соціокультурного контексту.

- Інтерпретація результатів: після виявлення подібностей і відмінностей ми маємо змогу інтерпретувати їх, пояснюючи, що це може означати з точки зору лінгвістичного або соціокультурного впливу. Ми порівняємо, як різні актори використовують певні мовні стратегії для створення мотиваційного ефекту і як це впливає на аудиторію.

Отже, порівняльний аналіз дозволить нам порівняти, як різні американські актори використовують мовні стратегії в своїх мотиваційних промовах. Це може включати порівняння лексичних засобів, частотності використання риторичних прийомів, або типів метафор для створення емоційного впливу на аудиторію. [17].

Після вищезазначеної інформації вважаємо за доцільне аргументувати вибір промов для аналізу. Перш за все, слід відмітити, що основною рисою усіх промов

є висока емоційна насиченість, яскраві приклади мовних стратегій, великі події, такі як вручення премії «Оскар» або «Золотий Глобус», а також промови мають належати цікавим та відомим особистостям.

Якщо оцінювати процедуру аналізу, то вона складається з таких етапів як збір промов американських акторів з відкритого джерела – популярного відеохостингу YouTube. Після цього слід написати транскрипції текстів тих промов, які доступні лише у відео- або аудіоформаті. Згодом потрібно виділити ключові лексичні елементи промови, такі як риторичні прийоми та стилістичні фігури. Останнім етапом є систематизація даних, яка пояснює класифікацію промов за темою, типом тощо.

Перейдемо до критеріїв вибору лексичних одиниць та стратегій. Слід пояснити, як ми обираємо їх для аналізу:

1. Частота вживання.
2. Емоційна насиченість (лексичні одиниці, що викликають сильні емоційні реакції)
3. Риторичні прийоми (метафори, порівняння, риторичні питання тощо, які використовуються задля більшого впливу на аудиторію)
4. Стратегії переконання (побудова довіри з аудиторією, створення почуття спільності між спікером та слухачем)

Останнє, що слід зазначити про організацію та проведення дослідження це інструменти для аналізу промов. Наприклад, програми для аналізу тексту, такі як AntConc або NVivo стали в нагоді для проведення кількісного аналізу частоти вживання певних слів та фраз. Табличні редактори, такі як Microsoft Excel або Google Sheets допомогли при систематизації лексичних одиниць та правильного візуального оформлення. Важливим було обрати якісну гарнітуру для прослуховування промов та забезпечити Інтернет-з'єднання.

Можемо зробити висновок, що у цьому розділі було описано етапи організації і проведення дослідження, спрямованого на аналіз лексичних та риторичних стратегій, які використовуються в мотиваційних промовах американських акторів. Ми описали мету та зазначили чотири ключових методи:

контент-аналіз, дискурс-аналіз, когнітивно-лінгвістичний аналіз, а також порівняльний аналіз, кожен з яких дозволить розкрити різні аспекти мовного впливу. Також було зазначено інструментарій для якісного проведення та оформлення аналізу та умови вибору лексичних одиниць для аналізу.

Вважаємо за доцільне перейти до аналізу специфіки вживання лексики на матеріалі мотиваційних промов американських акторів.

## **2.2 Специфіка вживання лексики на матеріалі мотиваційних промов американських акторів**

Для аналізу вживання лексики на матеріалі мотиваційних промов американських акторів маємо проаналізувати її за наступними критеріями:

1. Частота лексичних одиниць
2. Емоційна насиченість лексичних одиниць
3. Риторичні засоби

Для об'єктивного аналізу та якісного порівняння ми обрали 15 промов різних американських акторів. Розпочнемо з аналізу особливостей вживаної лексики.

Промова 1. Арнольд Шварценеггер [18].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "vision" (8 разів), "goal" (8 разів), "I" (21 разів), "success" (4 рази), "naysayers" (4 рази).

### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

Позитивно забарвлені слова: "success", "vision", "goal", "fun", "relieved", "ultimate", "accomplishment", "possible".

Негативно забарвлені слова: "drift", "naysayers", "impossible", "losers", "stupid idea".

У промові актора переважають позитивні емоційні акценти, спрямовані на мотивацію слухача до досягнення великих цілей, але також використовується контраст через негативні терміни для позначення труднощів, які потрібно

подолати. Завдяки негативним одиницям, актор підсилює мотивацію аудиторію до певної дії.

### *3. Риторичні засоби*

Риторичні питання: "Do you know how great it felt that I knew where I was going?" - це питання, яке викликає емоційну відповідь у слухача.

Анафора (початок речень з однакових слів): "I worked", "I couldn't wait", "I did" — ці повторення підкреслюють енергійність та наполегливість оратора.

Цитата: використання цитати Нельсона Мандели — "everything is always impossible until someone does it" — додає авторитетності промові.

Контраст: слова "Yes" протиставляються "No", "possible" протиставляється "impossible", щоб показати важливість переконаності у власних силах.

### Промова 2. Двейн Джонсон [19].

Ця мотиваційна промова, насичена життєвою філософією та сильною вірою в особисту відповідальність і можливості.

#### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "you" (31 раз), "I" (23 рази), "can" (8 разів), "want" (7 разів), "believe" (4 рази). В промові багато звернень до аудиторії ("you"), а також висловлювань про особисті амбіції та переконання ("I", "want", "can").

#### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

Позитивно забарвлені слова: "success", "believe", "possibilities", "focus", "create", "elevate", "improve".

Негативно забарвлені слова: "difficult", "afraid", "die", "block", "missing".

Позитивне емоційне забарвлення домінує у промові, проте кілька негативних слів підкреслюють виклики, з якими оратор стикається і які мотивують його до більшої наполегливості.

#### *3. Риторичні засоби*

Повторення: "you can" повторюється кілька разів для підкреслення впевненості в можливостях кожної людини.

Цитати: використано цитати Конфуція ("he who says he can and he who says he can't are both usually right") та згадка про книгу "The Alchemist" Пауло Коельо — ці прийоми додають глибини промові та показують світогляд оратора.

Метафора: "Try to empty the ocean with a ladle" — метафора для опису складності, з якою стикаються добрі люди, роблячи добрі справи щодня.

Афоризм: "Make a choice, right? You just decide what it's going to be" — афористична фраза, яка виражає суть меседжу про особисту відповідальність.

Анафора (початок речень з однакових слів): "I wanna represent" та "you don't" — повторення підкреслює ключові ідеї промови.

Порівняння: використано порівняння між фізичною витривалістю та робочою етикою ("you're getting off first, or I'm gonna die"), щоб підкреслити рішучість і витривалість оратора.

Промова 3. Вілл Сміт [20].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "you" (31 раз), "I" (29 разів), "work" (9 разів), "back" (6 разів), "anchor" (4 рази).

Актор достатньо часто вживає займенники "you" та "I", що вказує на особистий тон та спрямованість промови до слухачів з акцентом на власний досвід, що робить її більш особистою та переконливою.

### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

Промова наповнена сильними емоційними словами, які оратор використовує для мотивації. Ключові емоційні моменти та слова: "work" — слова, пов'язані з працею, часто супроводжуються почуттям рішучості й наполегливості. Оратор наголошує, що робота та праця є основою успіху. Фраза "my back is up against this mother" виражає метафоричний образ стіни, що асоціюється зі стресом і тиском, що підкреслює відчуття невідворотності дій та боротьби. "Commit" — слово, пов'язане з відданістю справі, робить акцент на повній залученості та відповідальності за власні рішення. "Anchor" має

символічне значення стійкості, надійної основи, що допомагає триматися у складних ситуаціях.

### *3. Риторичні засоби*

Повторення: "my back is up against this mother" — постійне повторення цієї фрази підсилює почуття тиску й боротьби. Повторення допомагає акцентувати увагу на центральній ідеї промови.

Анафора: "You gotta", "I remember" — повторення на початку речень акцентує важливі моменти, додаючи емоційної насиченості і ритму промові.

Особистий приклад: Актор розповідає про своє життя, коли в нього залишилось лише \$7 у кишені. Це створює емоційний зв'язок з аудиторією та робить його розповідь правдивою й мотиваційною.

Контраст: "No one will outwork me" — протиставлення себе іншим, що підкреслює його унікальну здатність до праці та наполегливості.

Гіпербола: "I'm not afraid to die on a treadmill" — це гіперболізоване твердження підкреслює готовність оратора працювати до крайніх меж заради досягнення успіху.

Промова 4. Раян Рейнольдс та Г'ю Джекман [21].

#### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "I" (34 рази), "you" (18 разів), "work" (8 разів), "accountability" (5 разів), "vulnerability" (4 рази), "mental health" (3 рази).

#### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

У промові зроблено такі емоційні акценти:

"Accountability" — оратор підкреслює важливість відповідальності у роботі, зокрема навички бути пунктуальним і чесним із собою та іншими. Це показує високий рівень самодисципліни.

"Vulnerability" — це слово несе емоційний заряд відкритості й чесності перед самим собою та іншими. Оратор наголошує на силі, яка приходить через визнання власної вразливості.

"Mental health" — слова, що стосуються психічного здоров'я, показують емоційну турботу про власний стан і стан інших людей.

### 3. Риторичні засоби

Метафори: "Symphony of vomit" — використано, щоб показати, наскільки сильно оратор хвилювався перед публічними виступами. Це викликає сильне емоційне відчуття тривоги та страху.

"Keep your stuff together" — ця метафора виражає ідею контролю над своїм життям і поведінкою, що особливо важливо в умовах тиску.

Анафора: "You know" — повторюване на початку речень, це допомагає встановити зв'язок між оратором і слухачами, створюючи діалогічний тон.

Антитеза: Оратор порівнює власний досвід у роботі на простих посадах із роботою в Голлівуді. Він підкреслює контраст між тим, як вимагається відповідальність у звичайній роботі, і тим, як багато хто в Голлівуді проявляє гнучкість та інколи безвідповідальність.

Особистий приклад: Оратор наводить особисті історії про роботу в продуктових магазинах і переживання на телебаченні. Це робить промову більш автентичною та зрозумілою для аудиторії.

Риторичні запитання: "What's the anchor?" — це запитання змушує слухача задуматися про те, що є основою їхніх власних дій та рішень.

Промова 5. Кіану Рівз [22].

#### 1. Частота лексичних одиниць

Найчастіше вживані слова: "career" (4 рази), "sacrifice" (3 рази), "act" (3 рази).

#### 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Промова має позитивне забарвлення, але з нотками роздумів про виклики та жертви. Хоча актор говорить про труднощі та сумніви, його основний настрій спрямований на вдячність за пройдений шлях. Він позитивно ставиться до власного розвитку та розуміє важливість балансування між жертвами й особистим щастям.

### 3. Риторичні засоби

Риторичні питання: "How does Keanu Reeves, deal with anxiety?" – це запитання не тільки завершує промову, але й слугує засобом залучення слухачів до роздумів над власними переживаннями.

Повтори: Використання повторів для підкреслення ключових ідей (наприклад, "sacrifice" та "career").

Контраст: "You can sometimes, sacrifice yourself that you think it's for the good, but maybe there's another way." – контраст між жертвою заради добра та можливими іншими шляхами для досягнення цілей.

Промова 6. Том Гіддлстон [23].

#### 1. Частота лексичних одиниць

Найчастіше вживані слова: "love" (5 разів), "care" (4 рази), "life" (10 разів), "experience" (4 рази), "passion" (4 рази), "failure" (5 разів).

#### 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Позитивно забарвленні слова: "love", "passion", "amazing", "grateful".

Негативно забарвленні слова: "failure", "anxiety", "sacrifice".

#### 3. Риторичні засоби

Метафори: Промовець часто використовує метафори для опису життєвого досвіду, наприклад, "acting is kind of like playing the piano," порівнюючи акторську діяльність з музикою, щоб підкреслити складність та різноманіття емоцій і станів людини.

Цитати: Використання відомих цитат, як-от "We all have two lives. The second begins when you realize you only have one" або "I contain multitudes" (з Walt Whitman), щоб надати глибшого змісту висловлюванням.

Риторичні питання: Актор ставить питання слухачам та самому собі, зокрема, коли говорить про важливість розуміння власної пристрасті до справи та життєвого шляху.

Промова 7. Кріс Еванс [24].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "brain" (10 разів), "present" (6 разів), "time" (5 разів), "struggle" (5 разів), "question" (4 рази), "ego" (4 рази).

### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

Позитивно забарвлені слова: "present": вживається для підкреслення важливості моменту, відчуття спокою та заспокоєння, "surrender": асоціюється з відпусканням напруги та прийняттям ситуації, що приносить полегшення, "happy": стосується стану щастя, який можливий у моменті, "resilience": підкреслює здатність долати труднощі та залишатися стійким.

Негативно забарвлені слова: "ego": асоціюється з самозакоханістю та труднощами, які виникають через порівняння себе з іншими, struggle: вживається в контексті труднощів, які може відчувати людина у своєму житті, failures: вказує на невдачі та розчарування, пов'язані з їх переживанням.

### *3. Риторичні засоби*

Метафори: "You need the boat to cross the river, but once you cross the river, you don't need the boat" – ця метафора ілюструє ідею про те, що для досягнення цілей необхідно використовувати певні інструменти, але після досягнення цілей вони стають непотрібними.

Повторення: Слова "struggle", "ego", "surrender" повторюються, що підкреслює основні теми промови та їх значення у житті оратора.

Запитання: "What is the thing that's creating this conflict?" – риторичне питання, яке залучає слухача до рефлексії та самосвідомості.

Паралелізм: "I just kind of surrender a little bit, and you, you'll have a flash of something real nice" – використання паралельних конструкцій для підкреслення контрасту між боротьбою та спокоєм.

Промова 8. Анджеліна Джолі [25].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "women"(9 разів), "freedom"(6 разів), "rights"(5 разів), "art"(5 разів), "voice"(5 разів), "society"(4 разів), "express"(4 рази).

## 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Позитивно забарвлені слова: "freedom", "community": підкреслює підтримку та солідарність серед жінок, "rights": асоціюється з правами та свободами, які жінки мають в суспільстві, "art": вказує на важливість творчості та її роль у вираженні ідей та думок, "express": пов'язане з можливістю відкрито висловлювати свої думки та переживання.

Негативно забарвлені слова: "censorship": вказує на обмеження свободи слова та самовираження, "conflict", "silenced": вказує на подавленість та відсутність голосу у жінок у суспільстві, "danger": вказує на ризики, з якими стикаються жінки, намагаючись висловити свої думки.

## 3. Риторичні засоби

Анафора: "We don't have to..." – повторення початку фрази підкреслює важливість свободи дій та думок для жінок.

Метафори: "We have the freedom to create, to challenge authority fearlessly" – метафоричне висловлення, яке підкреслює сміливість жінок у мистецтві та суспільстві.

Паралелізм: Використання схожих структур у реченнях ("the freedom to create", "the right to speak truth") підкреслює ключові теми промови.

Риторичні запитання: "What is the thing that's creating this conflict?" – заохочує слухачів до роздумів про проблеми, з якими стикаються жінки.

Символізм: Згадки про жінок, артистів, правда та свободу символізують боротьбу за рівність та права жінок у суспільстві.

Промова 9. Бенедикт Камбербетч [26].

## 1. Частота лексичних одиниць

Найчастіше вживані слова: "work"(11 разів),"do"(8 разів), "you"(7 разів), "your"(6 разів), "think"(6 разів), "art"(5 разів), "feel"(4 рази), "life"(4 рази).

## 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Позитивно забарвлені слова: love: виражає підтримку та дружбу, wonderful: вказує на схвалення творчості, freedom: символізує можливість та креативність, admire: вказує на захоплення роботою адресата.

Негативно забарвлені слова: worrying: відображає переживання та тривогу, agony: підкреслює емоційний біль та внутрішні конфлікти, tormenting: свідчить про самокритику та внутрішнє страждання, responsible: може викликати відчуття обов'язку та тиску.

## 3. Риторичні засоби

Анафора: "Try to do" і "Stop worrying about" – повторення підкреслює важливість дії та звільнення від тривоги.

Метафори: "You must practice being stupid, dumb, unthinking, empty" – закликає до відпустки і свободи в творчості.

Паралелізм: Використання схожих структур у реченнях ("Stop it and just do. It.") підкреслює простоту дій, які потрібно виконати.

Риторичні запитання: "Can't you leave the world and art alone?" – заохочує до саморефлексії та роздумів.

Гіпербола: "Make your own uncool" – перебільшення, що вказує на важливість самовираження.

Промова 10. Кілліан Мерфі [27].

### 1. Частота лексичних одиниць

Найчастіше вживані слова: "work"(12 разів), "you"(9 разів), "I"(8 разів), "art"(7 разів), "character"(6 разів), "do"(6 разів), "people"(5 разів), "creative" (5 разів), "find"(5 разів), "feel"(5 разів).

### 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Позитивно забарвлені слова: love: виражає пристрасть до творчості, interesting: підкреслює захоплення персонажами та історіями, exciting: свідчить про ентузіазм і захоплення в процесі творчості, freedom: вказує на можливість вільно виражати себе. \

Негативно забарвлені слова: *fear*: відображає переживання і тривогу, *confused*: вказує на невизначеність та внутрішній конфлікт, *hard*: підкреслює труднощі в розумінні персонажа та в творчому процесі, *exhausted*: вказує на втомленість від інтенсивної роботи.

### 3. Риторичні засоби

Анафора: "I love" – повторення створює акцент на захоплення персонажами та історіями.

Метафори: "Artists don't let people down like politicians let people down" – порівняння підкреслює роль художників у суспільстві.

Паралелізм: Використання схожих структур у реченнях ("You need to perform. You just compelled to do it") підкреслює важливість творчої потреби.

Риторичні запитання: "Is there anything you ever find hard to understand about Tommy?" – спонукає до глибшого аналізу характеру.

Гіпербола: "I think it has to feel a little dangerous" – перебільшення, яке підкреслює важливість викликів у творчості.

Промова 11. Емма Вотсон [28].

#### 1. Частота лексичних одиниць

Найчастіше вживані слова: *feminism* (4 рази), *rights* (5 разів), *equality* (3 рази), *men* (5 разів), *women* (8 разів), *gender* (2 рази).

#### 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Лексикологія промови акторки більшою мірою негативна, серед неї такі слова: *confused*: виражає відчуття несправедливості у молодості спікерки. *Aggressive*: негативно забарвлене слово, яке відображає критику на адресу фемінізму. *Unattractive*: підкреслює соціальний стереотип щодо жінок, які борються за свої права. *Sad*: передає розчарування спікерки щодо відсутності рівності у світі.

### 3. Риторичні засоби

Повтори: Наприклад, слово "right" повторюється багаторазово для підсилення важливості рівності прав. Повторення цього слова допомагає акцентувати увагу на різних аспектах прав, які спікерка вважає справедливими.

Риторичні запитання: "Why has the word become such an uncomfortable one?" — питання, яке залучає аудиторію до роздумів про те, чому фемінізм має негативну репутацію.

Анафора: "I think it is right..." — повторення цієї фрази на початку кількох речень посилює вплив спікерки та демонструє її впевненість у своїх переконаннях.

Особисті приклади: Спікерка наводить особистий досвід, що робить промову більш автентичною та емоційною. Це допомагає створити довірливий зв'язок з аудиторією.

Промова 12. Том Гарді [29].

#### 1. Частота лексичних одиниць

Найчастіше вживані слова: Failure (5 разів), control (2 рази), world (3 рази), passion (2 рази), art (3 рази), service (2 рази).

#### 2. Емоційна насиченість лексичних одиниць

Як і попередня промова акторки Емми Вотсон, ця насичена словами з негативним емоційним забарвленням, а саме: Flawed: виражає визнання людських слабкостей. Fear: підкреслює особисті переживання спікера. Compassion: демонструє розуміння і співпереживання іншим. Addict: відкрите визнання власних проблем і складнощів. Humiliation: акцентує важливість прийняття поразок як частини процесу навчання.

### 3. Риторичні засоби

Риторичні запитання: "What scares you?" — це питання дозволяє глибше зануритись у роздуми спікера щодо його внутрішніх страхів.

Антитеза: "You can create things or you can destroy things" — протиставлення творчості і руйнування підкреслює двоїстість людської природи і мистецтва.

Повторення: "Fail" (провал) повторюється кілька разів для підкреслення важливості невдач як частини процесу самовдосконалення.

Особистий досвід: Спікер відкрито говорить про власну боротьбу з залежністю та страхом, роблячи промову глибоко особистою та емоційно сильною.

Промова 13. Джим Керрі [30].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: Fear (5 разів), love (4 рази), faith (3 рази), ego (3 рази), light (2 рази), universe (3 рази).

### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

Промова актора насичена емоційною лексикою, можна її розподілити на пари, слова яких доповнюють одне одного за сенсом. Серед цих слів: Fear, Ego: підкреслюють внутрішню боротьбу спікера та спробу подолати особисті обмеження.

Faith, Love: символізують духовне пробудження та важливість позитивного підходу до життя.

Failure, mistake: виражають готовність до ризику та навчання через помилки.

Light, Visibility: метафорично підкреслюють потребу виявляти себе та бути відкритим до світу.

### *3. Риторичні засоби*

Метафори: "Life doesn't happen to you, it happens for you" (Життя не трапляється з тобою, воно трапляється для тебе) — метафора життя як процесу, що відбувається на користь людини, незалежно від обставин.

Антитеза: "Love or fear" (Любов чи страх) — чітке протиставлення двох основних рушійних сил людського вибору.

Повторення: "You can fail at what you don't want, so you might as well take a chance on doing what you love" — повторення ідеї ризику та прийняття помилок, що підкреслює важливість пошуку пристрасті.

Алегорія: "I'm the container. You can't contain the container" — алегорія, що символізує безмежність людської свідомості та духу.

Гумор: "It's okay to eat your feelings" (Це нормально — з'їдати свої почуття) — легкий, іронічний підхід до важливих тем.

Промова 14. Леонардо діКапріо [31].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "you" — (46 разів), "I" — (38 разів), "want" — (12 разів), "think" — (10 разів), "life" — (8 разів), "know" — (8 разів), "great" — (7 разів), "work" — (6 разів), "actor" — (6 разів), "character" — (5 разів), "believe" — (4 рази), "planet" — (3 рази).

### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

У промові актора присутня як лексика з позитивним емоційним забарвленням, так і з негативним.

Позитивно забарвлені слова: "great" (висока оцінка, прагнення досягти чогось значущого), "opportunities" (відкритість до нового), "love" (важливість людських цінностей).

Негативно забарвлені слова: "bad" (критика, усвідомлення негативного), "destructive" (негативний вплив людини на природу).

### *3. Риторичні засоби*

Риторичні запитання: "Did I do that?", "How do you fly so high without a special breathing apparatus?" — запитання, що підкреслюють роздуми та сумніви автора.

Метафори: "You're trying to constantly achieve something that great within your lifetime," "my body is contained within the limitlessness of my soul" — метафоричні образи використовуються для передачі ідей про прагнення до величі та зв'язок із чимось більшим.

Антитези: "love or fear," "good and bad" — контрасти підкреслюють складність вибору та амбівалентність людської природи.

Анафори: повторення "you" та "I" на початку речень створює ритмічність і підсилює акцент на головних ідеях.

Промова 15. Меттью Перрі [32].

### *1. Частота лексичних одиниць*

Найчастіше вживані слова: "stop" — (12 разів), "addiction" — (10 разів), "alcohol" — (8 разів), "can't" — (8 разів), "know" — (8 разів), "drink" — (7 разів), "life" — (6 разів), "people" — (6 разів), "disease" — (5 разів).

### *2. Емоційна насиченість лексичних одиниць*

Як і в попередній промові, вживаються позитивні та негативні слова, а саме:

Позитивно забарвлені слова: "help" (бажання підтримати інших), "love" (потреба в любові та підтримці), "hope" (віра у краще майбутнє).

Негативно забарвлені слова: "addiction" (залежність, негативний вплив), "obsession" (нав'язливе бажання), "grief" (глибока печаль).

### *3. Риторичні засоби*

Риторичні запитання: "Why can't you just stop?" — питання, яке підкреслює нерозуміння природи залежності іншими людьми.

Анафора: "I tried and I tried and I tried and I tried" — повторення створює відчуття безперервної боротьби та відчаю.

Метафори: "secrets are what kill us" — метафора, яка підкреслює небезпеку приховування проблем.

Антитеза: "rain and relief" — контраст між стражданням від залежності та надією на зцілення.

Проаналізувавши лексичний склад вищезазначених промов, вважаємо за доцільне перейти до аналізу стратегій мовного впливу відповідних промов.

В цьому пункті дослідження було проаналізовано лексику в мотиваційних промовах американських акторів, що надало цінну інформацію про комунікативні стратегії та емоційний вплив, який вони мають на аудиторію. Використання частотного аналізу лексичних одиниць дозволяє визначити ключові теми та особливості мовної стилістики кожного промовця. Наприклад, часте використання слів на кшталт "you" і "I" підкреслює особистий характер звернення та підсилює відчуття взаємодії з аудиторією.

Емоційна насиченість лексики демонструє, як актори впливають на аудиторію за допомогою позитивного й негативного забарвлення слів. Позитивні емоційні акценти, такі як "success", "freedom", "believe", підкреслюють досяжність цілей, тоді як негативні, наприклад, "impossible" чи "struggle", використовуються для виявлення та подолання труднощів, які з'являються на шляху до реалізації мрії. Як можна побачити на діаграмі, американські актори не надають значної переваги ані позитивно, ані негативно забарвленій лексиці. Їхні мотиваційні промови спрямовані на балансування між емоційним впливом та раціональним переконанням аудиторії. Такий підхід дозволяє створити гармонійний меседж, що одночасно надихає та спонукає до дії, використовуючи як позитивні, так і негативні емоції для підсилення аргументів.



Риторичні засоби в промовах, такі як повторення, риторичні запитання, метафори та анафора, посилюють вплив на аудиторію, роблячи промови більш емоційними, переконливими та зрозумілими. Повторення мотивуючих фраз змушує слухачів замислитися та підсилює сили, які актори хочуть донести до аудиторії.

Таким чином, після комплексного аналізу лексичного складу промов можемо перейти до аналізу стратегій мовного впливу у мотиваційних промовах американських акторів.

### **2.3 Приклади ефективного застосування стратегій мовного впливу відповідних мотиваційних промов**

Якісний аналіз застосування стратегій мовного впливу мотиваційних промов американських акторів має відповідати на такі запитання: на яку цільову аудиторію розрахована промова, якою є ключова тема промови, чи дотримано структури промови (вступ, основна частина та висновок), чи було використано стратегії переконання та емоційного впливу. Перейдемо для аналізу:

Промова 1. Арнольд Шварценеггер [18].

#### *1. Цільова аудиторія промови*

Основною аудиторією цієї промови є люди, які прагнуть досягти успіху в житті, але можуть сумніватися у своїх силах або стикатися з перешкодами. Зокрема, промова орієнтована на молодь, яка шукає натхнення та прагне знайти свою мету і здобути визнання у своїй галузі. Промова також актуальна для людей, які бажають реалізувати амбітні цілі, незважаючи на соціальні чи особисті обмеження.

#### *2. Ключова тема промови*

Головна тема промови — важливість поставлення конкретної мети в досягненні успіху. Говорячи про свої життєві труднощі та шлях до успіху, актор підкреслює, що мати чіткий план і не звертати уваги на скептиків — це ключові компоненти на шляху до великих звершень. Автор звертається до необхідності вірити в себе, не зупинятися перед "неможливим" і докладати максимальних зусиль для втілення мрії.

#### *3. Дотримання структури промови*

Промова добре структурована, починається із вступу, де автор висвітлює важливість розуміння своєї кінцевої мети. Потім він переходить до прикладів з власного життя та конкретних порад — не слухати критиків та наполегливо

працювати. Наприкінці підводить підсумок, повертаючись до ідеї непохитної віри у свої цілі. Структура підтримує логічний розвиток теми та зосереджує увагу на ключових аспектах успіху.

#### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий приклад: ділиться власною історією, що робить промову більш правдоподібною та надихає слухачів.

Заклик до дії: *"So that's rule number one, have a vision."* Прямі рекомендації від актора мотивують аудиторію взяти під контроль своє життя та діяти.

Аналогії та порівняння: він порівнює себе з іншими, відомими фігурами, що допомагає слухачам уявити власний потенціал.

Риторичні запитання та повторення: *"Do you know how great it felt that I knew where I was going?"*, *"Why don't you go and run for something smaller, you're never going to make it?"*. Це підсилює емоційне сприйняття і допомагає слухачам краще засвоїти меседж.

Історії подолання труднощів: автор згадує про свої проблеми, з якими він стикався, і про перемогу над ними, що додає промові переконливості та надихає слухачів не здаватися.

## Промова 2. Двейн Джонсон [19].

### 1. Цільова аудиторія промови

Промова адресована людям будь-якого віку, які хочуть підвищити свою продуктивність і реалізувати власний потенціал, але ще шукають себе в житті. Вона розрахована на тих, хто відчуває сумніви чи невпевненість у собі, а також прагне знайти сенс у своїх зусиллях.

### 2. Ключова тема промови

Основна тема промови — важливість віри у свої можливості та необхідність невпинної роботи над досягненням мрій. Автор наголошує на силі особистого вибору і рішучості, що можуть стати ключем до успіху. Він підкреслює, що справжній успіх полягає у наполегливості та готовності працювати понад усе, а також в розумінні, що потрібно покладатися на власний труд, а не на обставини.

### 3. Дотримання структури промови

Промова має цілісну, проте відмінну від попередньої промови структуру, адже важко сказати, де конкретно завершується вступ та починається основна частина. Початок промови – це роздуми про дитинство і сімейні цінності, потім є перехід до теми саморозвитку, а також концепції вибору та наполегливої праці. Наприкінці він завершує промову практичною порадою про важливість маленьких кроків у досягненні великої мети, що підсумовує та підсилює основний посил.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий досвід і аналогії: ділиться особистими історіями, що робить промову щирою та надихає слухачів.

Використання цитат: *"Confucius said one time, 'He who says he can and he who says he can't are both usually right."* Посилання на Конфуція і книгу "Алхімік", що додає промові мудрості та універсальності. *"One of my favorite books is The Alchemist by Paulo Coelho."* Згадка про книгу, яка вплинула на світогляд.

Емоційний виклик: висловлює сильні почуття щодо цілеспрямованості та готовності "вмерти на біговій доріжці", що підсилює ідею про абсолютну відданість. *"The only thing that I see that is distinctly different about me is I'm not afraid to die on a treadmill. Right? I will run."*

Промова 3. Вілл Сміт [20].

#### 1. Цільова аудиторія промови

Промова орієнтована на молодих людей та початківців, зокрема спортсменів або тих, хто перебуває на старті своєї кар'єри, має амбіції та прагнення досягти успіху. Вона також розрахована на тих, хто стикається з життєвими викликами та шукає мотивацію для подолання труднощів. Мова налаштовує аудиторію на наполегливість і готовність працювати понад усе.

#### 2. Ключова тема промови

Основна тема — важливість завзятості, наполегливості і готовності докладати максимум зусиль для досягнення мрій. Актор підкреслює значення

пам'яті про важкі часи як способу зміцнити свій дух, мотивувати себе і цінувати успіхи. Він закликає слухачів досягати своїх цілей за допомогою праці, самодисципліни та готовності протистояти невдачам.

### *3. Дотримання структури промови*

Промова має чітку структуру, розпочинається з особистих роздумів, історій про життєві труднощі та втрати, що допомагають підкреслити важливість впевненості й незламності. Далі промова розвивається до конкретних порад і закінчується закликом залишатися дисциплінованими, пам'ятати про свої корені і працювати на повну силу.

### *4. Стратегії переконання та емоційного впливу*

Особисті історії та приклади з власного життя: він згадує моменти боротьби, зокрема про дитинство в бідності та невдачі в спорті. Це додає промові емоційності й автентичності.

Мотивуючі фрази: "back against this mother", "no one will outwork me" — ці вирази посилюють вплив і додають енергії.

Емоційна інтонація і жорсткий стиль: використання сильних висловів створює ефект рішучості та викликає довіру до спікера.

Використання мотиваційних закликів: "be the hardest worker in the room" нагадує слухачам про важливість дисципліни і зусиль, які не можна знехтувати.

Промова 4. Раян Рейнольдс та Г'ю Джекман [21].

#### *1. Цільова аудиторія промови*

Промова адресована широкій аудиторії, а саме – людям, які стикаються з труднощами в житті та прагнуть знайти спосіб подолати внутрішні конфлікти. Актори звертаються до тих, хто цікавиться питаннями самореалізації, ментального здоров'я та ролі вразливості у власному розвитку. Також це звернення до батьків, молодих людей та тих, хто працює в стресових або творчих галузях, таких як кіноіндустрія.

#### *2. Ключова тема промови*

Промова має декілька основним тем: важливість вразливості, самоусвідомлення та відкритості, важливість відкритого обговорення ментального здоров'я, переосмислення власної ролі у вихованні та взаємодії з іншими людьми. Другорядною, але не менш важливою є тема відповідальності у професійній діяльності та важливість дотримання принципів чесності.

### 3. Дотримання структури промови

Промова має неформальний стиль. Актори поступово переходять від однієї теми до іншої, зокрема через особисті історії, професійний досвід та спогади про дитинство. Незважаючи на відсутність точної структури, промова логічно поділена на роздуми про професійний і особистий досвід, думки про важливість вразливості та усвідомленої відкритості у відносинах з іншими. Таким чином, вона має послідовну, але водночас невимушену структуру, що підкреслює щирість та емоційність.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особисті історії: актори розповідають про роботу в сфері обслуговування, досвід у Голлівуді та боротьбу з тривожністю, що робить промову близькою та автентичною.

Гумор і самоіронія: згадуючи про те, що його найбільша мрія була стати "веселим сусідом у ситкомі," один з акторів додає промові легкості та наближає себе до слухача. *"My highest goal in show business was to be the wacky neighbor in a sitcom. Quite literally."*

Тема вразливості як сили: актори наголошують на необхідності прийняття вразливості як частини сили, підкреслюючи, що тільки так можна досягти справжньої відкритості та усвідомленості. *"Vulnerability is beautiful and strong, really. Even though strength to some people might be an affirming to vulnerability, I think, like, there's, you know, you can't really have one without the other."*

Глибокі роздуми про ментальне здоров'я: згадка про пережиті труднощі та боротьбу з тривогою допомагає створити довірливу атмосферу, де ментальне здоров'я обговорюється як важливий аспект життя. *"I think we're sort of entering an age where, you know, people who don't talk about this. I mean, my father's*

*generation, they never talked about mental health or what was going on inside. It was just bottle it up."*

Соціальна відповідальність та підтримка інших: промова закінчується наголосом на тому, що допомога іншим приносить задоволення та є важливою частиною успіху. Оратори говорять про необхідність "повертати суспільству" як про частину їхнього життєвого кредо, що додає переконливості та завершує промову на мотиваційній ноті. *"I can't, you know, safely say that I would enjoy my position in life if I wasn't sharing it. You know, not just sharing wealth, but also sharing power, stepping aside where appropriate as well."*

Промова 5. Кіану Рівз [22].

### *1. Цільова аудиторія промови*

Промова адресована широкій аудиторії, яка захоплюється акторством, мистецтвом і прагне досягти успіху у цій сфері. Це також звернення до людей, які шукають натхнення, підтримку та поради щодо того, як залишатися вірними собі на шляху до своїх мрій. Молоді актори, шанувальники Голлівуду і ті, хто прагне знайти баланс між власними цілями та життєвими обставинами, можуть знайти цінні уроки в цій промові.

### *2. Ключова тема промови*

Основна тема промови — простота і вдячність у професійному житті та особистих рішеннях. Актор говорить про важливість залишатися вірним собі, незважаючи на повільні досягнення і зовнішні обставини. Він розповідає про свій шлях до Голлівуду, перші кроки в акторській кар'єрі, прагнення слідувати своїм мріям, але водночас залишатися "простою людиною". Промова також стосується важливості прийняття відповідальності та жертв, які іноді необхідні для досягнення цілей, і того, як поратися з викликами та занепокоєнням.

### *3. Дотримання структури промови*

Промова структурована як послідовна розповідь про особистий і професійний шлях актора, починаючи з перших кроків у акторській кар'єрі,

завершуючи славою та успіхом. Ця структура допомагає слухачам краще зрозуміти філософію життя актора.

#### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий досвід і щирість: актор відкрито ділиться своїм шляхом до успіху, що включає важкі рішення та необхідність робити жертви. Це створює щирий і наблизений до слухачів образ. *"I started professional acting when I was 15. And, you know, I've been really lucky to have the chance to have a career."*

Простота та вдячність: підкреслюючи свою любов до простих задовольень і відсутність зовнішньої демонстрації багатства, актор створює враження людини, яка не втратила зв'язку з реальністю, попри успіх.

Тема жертв і компромісів: актор згадує, що іноді необхідно робити жертви для досягнення цілей, однак попереджає про важливість бути уважним до цього. Це підвищує його авторитет і викликає довіру. *"There's these things that we oftentimes, we have responsibilities and so we'll make sacrifices, you know, or we'll be attracted to something and we'll make sacrifices to get something."*

Тема збереження власної ідентичності: говорячи про славу і успіх, автор розповідає, що намагався "залишатися простим хлопцем", що підкреслює його намагання зберігати автентичність і не втрачати себе у славі. *"I've always tried to keep it simple. You know, I think it's just in my nature."*

Нахнення і підтримка: промова надихає слухачів на те, щоб слідувати своїм мріям і не втрачати себе, навіть у важкі часи або на вершині успіху. Це дає позитивне піднесення і підсилює мотивацію аудиторії.

Промова 6. Том Гіддлстон [23].

#### 1. Цільова аудиторія промови

Цільова аудиторія промови складається з молодих людей, які намагаються знайти власний життєвий шлях. Це, ймовірно, студенти, молоді спеціалісти, або ті, хто тільки розпочинає свою кар'єру, адже автор звертається до внутрішніх переживань, сумнівів та перешкод, з якими стикаються люди на початкових

етапах життєвого шляху. Ця промова спрямована на натхнення, мотивацію та підтримку, щоб надати впевненості у подоланні труднощів.

## 2. Ключова тема промови

Основною темою промови є прийняття недосконалості та необхідність боротися за свої мрії, незважаючи на життєві невдачі та труднощі. Промова акцентує на важливості внутрішнього поклику, самодисципліни, віри у свої сили та обов'язковому відчутті пристрасності до своєї справи. Актор надихає слухачів не боятися виражати свої емоції, виявляти пристрасність, розвивати свої таланти, навіть якщо шлях буде складним і сповненим розчарувань.

## 3. Дотримання структури промови

Промова не має чіткої структури, вона більше схожа на відвертий монолог, що надихає на обмін думками. У промові важко визначити вступ, основну частину та кінцівку. Це надає їй емоційного та щирого звучання, але водночас і позбавляє структурованості. Актор послідовно переходить від особистих історій до універсальних ідей та порад, поступово розкриваючи свої думки про сенс життя та цінність наполегливої праці. Такий підхід допомагає створити особливу атмосферу близькості між промовцем і аудиторією.

## 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особисті приклади (описи власного досвіду в акторській кар'єрі та навчанні в драматичній школі), які створюють зв'язок з аудиторією і додають щирості та автентичності.

Апеляцію до емоцій: розповідь про молодого хлопця з YouTube, який живе останні 100 днів життя на повну, викликає емоційний відгук і змушує замислитися над цінністю кожного моменту.

Цитати з відомих творів: цитата з Вітмена «I am large. I contain multitudes» підкреслює важливість розуміння складності людської натури і додає інтелектуальної глибини. *"There's a Walt Whitman poem, The Song of Myself: 'I am large. I contain multitudes. I contradict myself.'"*

Контраст між страхом поразки та силою пристрасності, що допомагає слухачам зрозуміти, що лише через подолання страху можна досягти успіху. *"I saw an*

*amazing video on YouTube, and it was about this young guy who was told he had a terminal illness. He had about 100 days to live, and it was incurable. He basically spent the last 100 days of his life being amazing."*

Промова 7. Кріс Еванс [24].

### *1. Цільова аудиторія промови*

Основна аудиторія цієї промови складається з людей, які прагнуть саморозвитку та внутрішнього спокою, особливо тих, хто цікавиться філософськими вченнями та ідеями зосередження "тут і зараз". Це також може бути аудиторія, що вже стикалася з викликами, які вимагають витривалості й усвідомленості. Можливо, промова адресована людям, які шукають альтернативний підхід до подолання життєвих труднощів і хочуть звільнитися від тиску суспільних стандартів успіху та невдачі.

### *2. Ключова тема промови*

Ключовою темою промови є боротьба з внутрішнім "я" або власним его через практику присутності й медитації. Говорячи про силу "тут і зараз", промовець акцентує, що порівняння себе з іншими, надмірне обдумування минулого чи майбутнього, а також зайва самооцінка призводять до страждань. Філософія миттєвості пропонує звільнення від постійної внутрішньої боротьби, коли людина перестає протистояти собі й знаходить справжнє відчуття спокою.

### *3. Дотримання структури промови*

Промова побудована у формі особистих роздумів та життєвих історій. Спікер ділиться власним досвідом, спираючись на приклади з життя, медитаційні практики та прочитані твори (наприклад, книги Екгарта Толле). Структура промови не чітка, але все ж її можна розділити на три класичні частини. У вступі спікер розповідає про свої попередні розчарування та прагнення стати "кращою" версією себе, а далі – переходить до опису, як практика присутності допомогла йому подолати роздратування й постійне самообговорення. Наприкінці він ділиться своїм найбільшим відкриттям, що стосується цінності внутрішнього спокою і смирення.

#### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий досвід: Актор постійно звертається до власних переживань і особистих труднощів, що додає щирості й глибини промові. Цей підхід дозволяє аудиторії легше зрозуміти його, а також відчутти, що він пройшов через ті самі виклики, що й вони.

Філософські концепти: Використання ідей з буддизму, даосизму та книг Екгарта Толле додає промові духовної і філософської глибини, надаючи їй силу, яка здатна залучити людей, що шукають сенс життя поза матеріальними прагненнями. *"All you really have in life, I think, is just now, a series of nows." "I'm a big fan of reading, big fan of Eckhart Tolle."*

Методи переконання через цитати: Спікер наводить цитати з релігійних та філософських текстів, як, наприклад, про човен для переправи річки, який стає непотрібним після завершення подорожі. Ця метафора допомагає сприйняти його погляди на відміну від традиційного прагнення до відповіді на всі питання. *"You need the boat to cross the river, but once you cross the river, you don't need the boat."*

Промова 8. Анджеліна Джолі [25].

##### 1. Цільова аудиторія промови

Промова звернена до жінок-артисток, мисткинь, активісток та всіх, хто підтримує права жінок, особливо у сфері мистецтва та свободи самовираження. Аудиторією є жінки, які мають можливість висловлювати свої ідеї та реалізовувати творчі прагнення. Спікерка також говорить від імені жінок з різних куточків світу, які не мають таких можливостей через соціальні та політичні обмеження.

##### 2. Ключова тема промови

Головна тема промови — важливість свободи для жінок у мистецтві та культурі, а також роль жінок-артисток у суспільстві. Акторка підкреслює, що право на самовираження є фундаментальним для кожної людини та що воно має особливу значимість у сучасному світі, де жінки в багатьох країнах досі

стикаються з серйозними обмеженнями та загрозами через свої ідеї та діяльність. Вона звертає увагу на обов'язок творчих людей допомагати та підтримувати тих, хто не має доступу до свободи самовираження.

### 3. Дотримання структури промови

Промова не має класичної структури. Це послідовний виклад особистих роздумів акторки, які вона поступово розвиває, від особистих моментів до ширших соціальних проблем. Вона починає з побутових деталей життя жінки, показуючи звичайний ранок, потім поступово переходить до глобальних проблем, зокрема обмежень, з якими стикаються жінки в мистецтві та суспільстві. Закінчення містить вираз подяки та заклик до єдності та підтримки.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий приклад: Описуючи свій ранок, вона наголошує на простих моментах із життя жінок, до яких може співвіднести себе аудиторія, підкреслюючи, що для жінок природним є ставити потреби інших на перше місце. Це зближує аудиторію зі спікеркою на особистому рівні.

Контраст і порівняння: Акторка порівнює можливості жінок у мистецтві на Заході з умовами, в яких живуть жінки в інших країнах. Це створює відчуття вдячності за отримані права і підкреслює, як важливо підтримувати тих, хто не має таких свобод. *"...women who face serious danger and get hurt just trying to have a voice, just an opinion."*

Звернення до спільних цінностей: Акторка згадує права людини, свободу слова, творчість і рівноправність як спільні цінності, важливі для всіх. Це підсилює почуття обов'язку та єдності, особливо коли вона говорить про боротьбу за ці права на світовому рівні. *"Together we stand for more than our own rights and freedoms, but we do stand for the freedoms and rights of all women."*

Повага до традиції та попередниць: Акторка висловлює повагу до жінок, які боролися за свободи раніше, що додає історичну глибину її промові й мотивує присутніх продовжувати цю боротьбу заради майбутніх поколінь.

Промова 9. Бенедикт Камбербетч [26].

### *1. Цільова аудиторія промови*

Цей текст має форму особистого листа, спрямованого до конкретної особи, художниці на ім'я Єва, яка, ймовірно, переживає творчу кризу. Актор прочитав лист на заходів Лондоні, яке має назву Letters Live. Автор, Сал, звертається до Єви, розуміючи її внутрішню боротьбу та підтримуючи її в процесі створення творчих робіт. Окрім особистої адресації, лист актора також буде близьким усім, хто займається творчістю, адже він передає підтримку та заклик до вільного самовираження.

### *2. Ключова тема промови*

Основна тема — подолання сумнівів у власній творчій здатності та звільнення від внутрішніх обмежень. Сал заохочує Єву «просто робити» і дозволяти собі експериментувати, помилятися і створювати без огляду на суспільні очікування чи стандартні підходи. Він закликає Єву прийняти своє «несамовите» бачення і працювати над собою, віддаючись своєму мистецтву без вагань. Автор розвиває ідею творчої свободи, яка полягає в самовираженні без самоцензури та нав'язаних рамок.

### *3. Дотримання структури промови*

Лист написаний у формі вільного потоку думок, без чіткої структури. Він відображає характер творчої натури, яка часто не потребує строгих обмежень. Актор висловлює свої думки, відчуття та настанови по мірі того, як вони спливають. Лист можна розділити на кілька частин: відгук на стан Єви, заохочення до творчого експерименту, опис особистих переживань актора щодо своєї роботи, а також завершальний заклик до відмови від самообмежень і самокритики.

### *4. Стратегії переконання та емоційного впливу*

Сарказм та грайливість: Заклики «перестати думати» і «бути дурною» передають емоцію полегшення, а також підштовхують Єву відпустити свої переживання і звільнитися від ментальних блоків. *"Try to do something bad. Try to do some bad work. The worst thing you could think of and see what happens."*

Індивідуальне звернення та емпатія: Актор демонструє повне розуміння ситуації Єви, оскільки сам проходив через подібні сумніви. Це створює відчуття близькості й підтримки, адже читач (Єва) відчуває, що її розуміють. *"Maybe you need your agony to accomplish what you do, and maybe it goads you on to do better, but it's very painful. I know."*

Контраст між «гарним» і «поганим» мистецтвом: Актор заохочує Єву створювати «погане» мистецтво, щоб звільнитися від страху і критики. Це прийом, що допомагає усвідомити, що навіть невдалі роботи є частиною творчого процесу. *"Try to do something bad. Try to do some bad work." "Your work is very good. Try the most outrageous things you can, shock yourself."*

Прямий виклик: Сал закликає Єву робити найбільш «скандальні» речі, створювати «свій власний некрутий стиль». Це єдиний спосіб розкрити справжній потенціал, експериментуючи з різними стилями і вираженням. *"You must practice being stupid, dumb, unthinking, empty. Then you will be able to do."*

Промова 10. Кілліан Мерфі [27].

### 1. Цільова аудиторія промови

Ця промова є частиною інтерв'ю з актором, орієнтоване на шанувальників його творчості, індустрії кіно та телебачення, а також на людей, які прагнуть дізнатися більше про внутрішню мотивацію та підходи до роботи актора. Промова звернена до широкого кола читачів і слухачів, зацікавлених у внутрішніх переживаннях митця, а також у тому, як ці переживання трансформуються у його творчі рішення.

### 2. Ключова тема промови

Можна виділити три основні теми промови — пошуки творчого покликання, боротьба з сумнівами та питання професійної автентичності. Актор обговорює своє бажання дотримуватися творчих принципів, описує свої страхи, відчуття нестачі важливості, і водночас наголошує на складнощах у підтримці особистої автентичності. Він також розглядає значення ескапізму в мистецтві,

вплив життєвого досвіду на побудову персонажів і важливість збереження зв'язку з реальним життям, особливо через сім'ю.

### 3. Дотримання структури промови

Промова має вільну структуру, яка базується на питаннях журналіста та відповідях актора. Питання торкаються різних аспектів його кар'єри, тому промова структурована як серія окремих, але взаємопов'язаних відповідей, що дає змогу поступово розкрити головні теми, змотивувати слухача до роздумів про важливість мистецтва, принципів у професії, а також про складність життя і кар'єри актора.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особисті переживання та відвертість: Розповідь про свій власний життєвий досвід, зокрема про те, як акторство стало більш важливим, ніж навчання в коледжі, і як він стикався з сумнівами у власній значущості. *"I remember when I was younger, I was really disappointed that I had such a normal upbringing, and I was like, oh, I wish I had a terrible youth or something that I could draw on."*

Роздуми про суспільні питання: Актор порівнює надійність митців із розчаруванням у політиках і банкірах, що підсилює образ акторської професії як способу служіння людям. *"Artists don't let people down like politicians let people down, bankers let people down."*

Аналіз персонажів і конфліктів: Актор відзначає свою зацікавленість у складних, суперечливих характерах, що є близькими до реального життя. Це викликає в аудиторії захоплення і відчуття, що зображені персонажі реальні та зрозумілі.

Підтримка творчого процесу та значення відпочинку: Актор підкреслює необхідність робити перерви між проектами, аби підтримувати творчу мотивацію. Він також наголошує, що життя поза акторською діяльністю, зокрема через сім'ю, допомагає йому залишатися в реальності.

Промова 11. Емма Вотсон [28].

### 1. Цільова аудиторія промови

Ця промова звернена до чоловіків і жінок, які цікавляться питаннями гендерної рівності. Більшою мірою вона спрямована на людей, які мають упереджені уявлення про фемінізм. Промова закликає до осмислення істинного значення фемінізму як боротьби за рівні права, а не як форми антагонізму до чоловіків.

### 2. Ключова тема промови

Основна тема — актуальність та значення фемінізму як руху за рівноправність, а також спростування хибних уявлень, що фемінізм є «чоловіконенависницьким». Акторка наголошує на важливості змінити негативне сприйняття фемінізму та розповідає конкретні випадки з власного життя, які вплинули на її рішення підтримати цей рух.

### 3. Дотримання структури промови

Промова добре структурована і має логічний розвиток. Спікерка починає з особистої історії та поступово переходить до глобальніших тем, що стосуються суспільного значення фемінізму та необхідності змін у сприйнятті цього терміну. Її аргументація базується на особистих прикладах і підкріплюється конкретними фактами, як-от про відсутність рівності прав для жінок у будь-якій країні. Промова має зрозуміле завершення та слова подяки до аудиторії.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особисті приклади: Використовуючи моменти зі свого життя (як авторку називали «владною», коли вона брала на себе ініціативу, або як її друзі-чоловіки не могли вільно виражати свої почуття), спікерка робить свою позицію ближчою до аудиторії та показує, як гендерні упередження впливають на реальне життя.

Спростування стереотипів: акторка підкреслює, що фемінізм — це про рівність, а не про ненависть до чоловіків, спростовуючи негативне ставлення до цього руху. Це допомагає пояснити фемінізм і залучити слухачів до дискусії. *"Fighting for women's rights has too often become synonymous with man hating. If there is one thing I know for certain, it is that this has to stop."*

Використання переконливих тез: Спікерка формулює свої вимоги щодо рівних прав у простій, зрозумілій і резонуючій манері, кажучи, що вона «заслуговує на повагу, як і чоловіки», і що «її робота повинна оплачуватись на рівні з колегами чоловіками». *"Feminism by definition, is the belief that men and women should have equal rights and opportunities."*

Заключний заклик до дії: акторка завершує промову словами вдячності, що створює відчуття особистого звернення до слухачів, заохочуючи їх переосмислити свої переконання. *"This has to stop."*

Промова 12. Том Гарді [29].

### 1. Цільова аудиторія промови

Ця промова орієнтована на людей, які зацікавлені у темах саморозвитку, творчості та особистої відповідальності. Промова може особливо резонувати з тими, хто стикається з труднощами самореалізації або має власний досвід подолання залежностей та інших життєвих викликів.

### 2. Ключова тема промови

Основна тема промови — важливість самопізнання, роботи над собою та прийняття помилок як необхідної частини зростання. Актор говорить про особистий досвід, труднощі з залежностями, страх невдач і важливість самокритики та розвитку. Він також зачіпає питання відповідальності митця перед суспільством і важливість дотримання етичних принципів у своїй діяльності.

### 3. Дотримання структури промови

Промова дещо хаотична і виглядає більше як імпровізаційний монолог. Актор виражає свої думки природно, не дотримуючись чіткої структури. Спочатку він розповідає про свою кар'єру та роль у творчій індустрії, потім переходить до обговорення своїх страхів і боротьби із залежностями, підкреслюючи, що невдачі можуть бути корисними уроками. Хоча логіка промови не є формальною, вона відповідає розмовному стилю та ідеї спонтанності, що робить її емоційно виразною.

#### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Відвертість: Актор відкрито ділиться особистими проблемами, зокрема боротьбою з алкоголізмом і залежностями. Це створює атмосферу ширості, роблячи його промову близькою та зрозумілою для слухачів.

Рефлексія: Він розмірковує над глибинними питаннями, такими як значення свого життя, цінність своєї діяльності та моральна відповідальність перед суспільством. Спікер закликає слухачів задуматися про власні цінності та вибір.

Філософські питання: Спікер ставить такі запитання: «Чи світ стає кращим від моєї присутності в ньому?» і «Як ми можемо змінювати себе, щоб краще відповідати світу?» Ці запитання стимулюють слухачів до роздумів над власною роллю у світі. *"Is the world better for me having been in it?"*

Ставлення до невдач: Спікер акцентує, що помилки та приниження є необхідними кроками до успіху. Він заохочує прийняття невдач як частини життєвого досвіду, що робить його промову підтримуючою та мотивуючою для тих, хто боїться невдач або стикається з труднощами. *"I will fail. And it's okay to fail. In fact, you learn more from failing and humiliation in my game than any other that I know."*

Промова 13. Джим Керрі [30].

##### 1. Цільова аудиторія промови

Промова орієнтована на молодих людей, випускників, креативних особистостей та тих, хто шукає натхнення для змін у житті. Вона зацікавить також людей, які переживають період невизначеності або роздумують про свої життєві цілі. Актор намагається бути корисним для слухачів, які готові прийняти нові ідеї і стратегії, які допоможуть їм у житті.

##### 2. Ключова тема промови

Основна тема промови — це важливість вибору між страхом і любов'ю, а також необхідність вірити в себе та свої можливості. Актор підкреслює, що життя не є лише набором випадковостей, а швидше свідомим вибором, який кожен робить у своєму житті. Ідея про те, що «життя відбувається не для вас, а

заради вас», також є ключовим елементом його послання, яке стимулює слухачів розглядати життя з нової перспективи.

### 3. Дотримання структури промови

Промова має чітку та класичну структуру. Спікер починає з особистих історій, які встановлюють емоційний зв'язок з аудиторією, потім переходить до філософських роздумів про віру, страх і особисті вибори. Після цього він наводить приклади зі свого життя, щоб проілюструвати свої тези. Завершується промова закликом до дії, заохочуючи слухачів ризикувати і вибирати любов, а не страх. Ця структура допомагає слухачам слідкувати за логікою виступу.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особисті історії: Актор ділиться власним досвідом, що робить його промову більш автентичною та зрозумілою. Наприклад, він розповідає про свого батька та його вплив на своє життя, що викликає симпатію та співпереживання. *"My father could have been a great comedian, but he didn't believe that that was possible for him, and so he made a conservative choice. Instead, he got a safe job as an accountant."*

Емоційний тон: Спікер використовує гумор і самоіронію, щоб розрядити атмосферу, але в той же час підкреслює серйозність своїх ідей. Цей баланс робить його послання більш привабливим.

Заклик до дії: Наприкінці промови спікер закликає аудиторію зробити вибір між страхом і любов'ю, що мотивує слухачів задуматися про власні рішення і дії в житті. *"Take a chance on faith, not religion, but faith, not hope, but faith."*

Промова 14. Леонардо діКапріо [31].

#### 1. Цільова аудиторія промови

Промова спрямована на натхнення молодих акторів, студентів, амбіційних творчих осіб та загалом усіх, хто цікавиться акторським мистецтвом і творчістю. Актор намагається надихнути слухачів не лише в їхній кар'єрі, але й у житті, закликаючи їх знаходити баланс між прагненнями і реальністю, а також усвідомлювати важливість екологічних питань.

## 2. Ключова тема промови

Основна тема промови — це важливість пошуку балансу між особистими досягненнями та відповідальністю перед суспільством і природою. Актор підкреслює, що його професія — це не лише про досягнення успіху, але й про вплив на світ навколо нас. Він порушує теми самопізнання, емоційного зростання та відповідальності перед планетою.

## 3. Дотримання структури промови

Промова має логічну структуру: починається з особистих роздумів про кар'єру, переходить до питання природи амбіцій та стосунків з успіхом, а потім завершується серйозними роздумами про екологічні проблеми.

## 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий досвід: Розповіді про його шлях у акторстві та процес підготовки до ролей роблять промову більш автентичною. Актор говорить про труднощі та переживання, які він відчував, що дозволяє слухачам ідентифікувати себе з його досвідом.

Філософські роздуми: Спікер активно розмірковує про природу людських прагнень, амбіцій та відповідальності. Він використовує метафори, щоб підкреслити важливість усвідомлення своїх дій. *"The truth is, it's you know. We all have good and bad in us, you know, and that you know you have to stop yourself. You have to stop yourself, and you, you know, ultimately, need to create a balance and think about others."*

Заклик до дії: Спікер заохочує слухачів до активного життя та розвитку, а також підкреслює важливість боротьби за екологічні питання. Цей заклик мотивує аудиторію замислитися над власними вчинками та їх впливом на навколишній світ. *"We all know that reversing the course of climate change will not be easy, but the tools are in our hands if we apply them before it is too late."*

Оптимізм і надія: Хоча актор говорить про складні теми, спікер також залишає слухачам позитивний меседж про можливості змін і зростання, що є надзвичайно важливим для натхнення аудиторії. *"I want to make it exciting, and especially in my career, want to take chances."*

Промова 15. Меттью Перрі [32].

### 1. Цільова аудиторія промови

Промова адресована особам, які страждають від залежності, їхнім близьким, а також ширшій аудиторії, яку турбують проблеми алкоголізму та залежності. Актор прагне підвищити обізнаність про проблему залежності та надати підтримку і розуміння тим, хто проходить через подібні труднощі.

### 2. Ключова тема промови

Основна тема промови — це боротьба з алкоголізмом і залежністю, а також важливість підтримки і розуміння для тих, хто страждає від цих проблем. Актор акцентує на тому, що залежність є хворобою, а не простим вибором, і закликає слухачів до співчуття та підтримки тих, хто бореться зі своєю залежністю.

### 3. Дотримання структури промови

Промова має чітку структуру. Вступ, де актор ділиться особистими переживаннями з приводу своєї залежності. Далі йде основна частина — симптоми і наслідки алкоголізму, включаючи пояснення, чому це хвороба, а не вибір. Наступним артикулюється заклик до дії для слухачів, які можуть стикатися з проблемами залежності, з акцентом на необхідність підтримки та розуміння. Завершення включає особисті роздуми про важливість духовного розвитку та надії.

### 4. Стратегії переконання та емоційного впливу

Особистий досвід: Актор ділиться своїми переживаннями, які підкреслюють масштаби проблеми. Це робить його слова більш переконливими та автентичними. *"I was the last girl at the bar going, come on, let's have zambuka shots at this point, I didn't know what an end was."*

Освітлення теми: Спікер наводить факти про залежність як хворобу, спираючись на історичні дані, щоб підтвердити свої аргументи. Він пояснює складність проблеми, включаючи фізіологічні та психологічні аспекти, що допомагає слухачам краще зрозуміти, з чим стикаються люди з залежністю.

Заклик до співчуття: Він наголошує на важливості підтримки і розуміння, закликаючи слухачів виявляти співчуття до тих, хто бореться з залежністю,

замість того, щоб засуджувати їх. *"This is not his fault. So let's start there, and start with love and support and say, Look, I want to help you."*

Сподівання та підтримка: Спікер підкреслює, що змінити своє життя можливо, якщо знайти підтримку та визнати свою проблему. Він закликає слухачів ділитися своїми переживаннями та шукати допомогу, що надає надію та стимулює до дій. *"If somebody comes up to me and says, I can't stop drinking, can you help me? I can say yes and follow up and do it."*

#### 2.4 Порівняння стратегій мовного впливу різних американських акторів

Промова	Цільова аудиторія	Ключова тема	Структура	Стратегії переконання
<b>1. Арнольд Шварцнеггер</b>	молодь, що прагне успіху	важливість мети	вступ, приклади, висновок	особистий приклад, аналогії, повтори
<b>2. Двейн Джонсон</b>	Люди в пошуку себе	віра в себе, наполегливість	роздуми, поради	особистий досвід, цитати, емоційний виклик
<b>3. Вілл Сміт</b>	молоді люди та спортсмени, які шукають мотивації	завзятість та наполегливість	вступ, основна часина, висновок	особисті історії, мотиваційні фрази, емоційна інтонація

<b>4.Раян Рейнольдс та Г'ю Джекман</b>	люди, що цікавляться ментальним здоров'ям	самоусвідомлення, ментальне здоров'я	неформальна, роздуми	особисті історії, гумор, тема вразливості, соціальна відповідальність
<b>5. Кіану Рівз</b>	актори	простота та вдячність	неформальна, розповідь	особистий досвід, простота, вдячність
<b>6.Том Гіддлстон</b>	творчі особистості	прийняття недосконало - сті	вільний монолог	особисті приклади, апеляція до емоцій, цитати
<b>7. Кріс Еванс</b>	люди, які прагнуть саморозвитку	боротьба з внутрішнім «я», присутність	особисті роздуми	особистий досвід, філософські концепції
<b>8. Анджеліна Джолі</b>	жінки-артистки, активістки	свобода жінок у мистецтві, фемінізм	некласична, виклад думок	особистий приклад, контраст, звернення до спільних цінностей

<b>9. Бенедикт Камбербетч</b>	творчі особистості, ті, хто переживає творчу кризу	самовираження, подолання творчої кризи	вільний потік думок	сарказм, індивідуальне звернення, контраст
<b>10. Кілліан Мерфі</b>	Шанувальники, люди, зацікавлені у творчості	пошук творчого покликання	серія відповідей на питання журналіста	особисті переживання, роздуми про суспільство
<b>11. Емма Вотсон</b>	чоловіки і жінки, зацікавлені в гендерній рівності	гендерна рівність, фемінізм	некласична, перехід від особистого до глобального	особисті приклади, спростування стереотипів, заклик до дій
<b>12. Том Гарді</b>	люди, які стикаються з труднощами та залежностями	самопізнання, подолання залежностей	імпровізаційний монолог	відвертість, рефлексія, філософські питання
<b>13. Джим Керрі</b>	молоді люди, випускники та творчі особистості	вибір між страхом і любов'ю, віра в себе	класична структура: вступ, основна частина та висновки	особисті історії, емоційний тон, заклик до дії
<b>14. Леонардо діКапріо</b>	молоді актори,	баланс між особистим досягненням -	некласична, але логічна структура	особистий досвід, філософські

	творчі особистості	ми та відповіда льністю перед суспільс твом		роздуми, заклик до дій
<b>15. Меттью Перрі</b>	люди, які страждають від залежності та їхні близькі	боротьба з алкоголіз мом, важливість підтримки	класична структура: вступ, основна частина та висновки	особистий досвід, освітлення теми, заклик до співчуття

## Висновки до розділу 2

Проаналізувавши 15 мотиваційних промов американських акторів за такими параметрами як цільова аудиторія, ключова тема, структура та стратегії переконання, ми можемо зробити висновок, що кожна промова є унікальним прикладом комунікаційної майстерності, адаптованої до конкретних умов, теми і потреб слухачів.

Кожна промова – унікальна, але є характеристики, які їх об'єднують. Основна цільова аудиторія вищезазначених промов – це люди в пошуку себе, які бояться певних життєвих обставин, що стають перешкодою для досягнення омріяної мети. Ключовими темами найчастіше є віра в себе, боротьба з внутрішніми викликами та страх самовираження. Більшість акторів дотримуються класичної структури в своїй промові: вступ, основна частина та висновки (кінцівка). Основною стратегією переконання є власний досвід промовця, який допомагає створити довіру та емоційний зв'язок з аудиторією.

Незважаючи на схожість промов, є й такі, що значно відрізняються за характеристиками. Хтось з акторів звертається до неklasичної аудиторії.

Наприклад, до людей з певними залежностями або до людей з творчою професією. Незвичайними ключовими темами стали гендерна рівність та підтримка близьких у подоланні залежностей. Деякі актори надають перевагу неklasичній структурі промови, зберігаючи свій природній стиль спілкування, тим самим роблячи її більш автентичною. Також серед промовців можна знайти прихильників різних стратегій переконання. Деякі з них обрали гумор або філософські ідеї для кращої комунікації з аудиторією.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У магістерській роботі досягнуто мети дослідження — проаналізовано специфіку лексики та стратегії мовного впливу в мотиваційних промовах американських акторів, а також визначено ключові ораторські інструменти, які сприяють ефективному комунікативному впливу на аудиторію. Дослідження виявило, що успішні оратори використовують широкий спектр стратегій та мовних прийомів, які дозволяють не лише передати основне послання, але й глибоко вплинути на емоційний стан та світогляд слухачів, а також за потреби змотивувати їх до дій.

Можна зробити такий висновок, що американські актори приділяють особливу увагу вибору слів, які здатні підкреслити важливі цінності, такі як віра в себе, наполегливість, простота та вдячність, важливість гендерної рівності в сучасному світі, проблема подолання залежностей. Часто використовуються емпатичні слова, емоційно насичена лексика та риторичні запитання, які створюють тісний зв'язок з аудиторією.

Щодо основних стратегій мовного впливу можна виділити особистий досвід, приклади з життя, гумор, філософські роздуми та відвертість. Саме особистий досвід переконує слухача повірити промовцеві та запевнитись в істинності почутих слів, адже він розуміє, що перед ним людина, яка знає, про що розповідає. Завдяки використанню повторів, мотиваційних фраз та звернення до спільних цінностей, актори посилюють переконливість промов та надають їм більшої глибини.

Такі ораторські інструменти як звернення до емоцій, гумор та прямі заклики до дій, також показали себе як ефективні методи для утримання уваги слухачів та посилення емоційного впливу. Завдяки цим інструментам актори зуміли максимально ефективно використовувати можливості публічного виступу для досягнення бажаного впливу.

Дослідження продемонструвало, що мотиваційні промови американських акторів є не лише засобом самовираження, а й інструментом для впливу на суспільну свідомість. Правильний вибір лексики та стратегій мовного впливу створює можливість для встановлення автентичного та емоційно насиченого діалогу з аудиторією. Це підтверджує, що мистецтво публічного виступу має значний потенціал для підтримки, мотивації та розвитку індивідуальності слухачів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тараненко О. О. Лексика // Українська мова: енциклопедія / НАН України, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, Інститут української мови ; редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 294–295.
2. Мойсієнко А. Сучасна українська літературна мова: лексикологія, фонетика. Київ : Наукова думка, 2017. 87 с.
3. Культура мовлення як основний критерій: матеріали. Житомир : Житомирський державний університет, 2019. С. 67.
4. Language as a Tool for Communication and Cultural Reality Discloser. Київ : Видавництво «Наука», 2018. С. 4.
5. Language as a Tool for Communication and Cultural Reality Discloser. Київ : Видавництво «Наука», 2018. С. 6–7.
6. Остін Дж. Л. Як робити речі за допомогою слів (How to Do Things with Words). Київ : Основи, 1986. С. 32.
7. Fairclough N. Language and Power. London : Longman, 2013. С. 45–48.
8. Корнійчук Ю. Р. Маніпулятивний вплив у політичному англомовному дискурсі // Студентські наукові записки. Серія «Філологічна». 2009. № 2. С. 84.
9. Чемеркін А. В. Лінгвістичні механізми впливу: Теорія і практика. Київ : Видавничий дім «КМ Академія», 2015.
10. *Стаття на тему лінгвістичних досліджень.* 2016. С. 134.
11. Авраменко О. Українська мова (рівень стандарту): підруч. для 10 кл. закл. загальн. середн. освіти. Київ : Грамота, 2018. 208 с.
12. Основи майстерності публічного виступу. Техніка виступу. 2021. С. 55–56.

13. *Keynote Speaking*. 2012. [Електронний ресурс], доступно за посиланням: <https://2012books.lardbucket.org/books/public-speaking-practice-and-ethics>. Ліцензія: CC BY-NC-SA 3.0.
14. Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications, 2018. С. 82–101.
15. van Dijk, Teun. *Discourse and Power*. 2008. С. 3–27.
16. Lakoff, George, and Mark Johnson. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 2003. С. 3–13, 40–54.
17. King, Gary, Keohane, Robert, and Verba, Sidney. *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*. Princeton University Press, 1994. С. 34–78.
18. <https://youtu.be/1bumPyvzCyo?si=fw0zda7ANentlCz3>
19. [https://youtu.be/oEVnq6LIKOM?si=9dWXW2NaFu\\_pzoi1](https://youtu.be/oEVnq6LIKOM?si=9dWXW2NaFu_pzoi1)
20. <https://youtu.be/LhV6RItLs84?si=ldoMipgn1RVXX4ee>
21. <https://youtu.be/XI7wR9vWpno?si=XJJROoyY87LBhOHe>
22. <https://youtu.be/2nSRfURTudI?si=KEP9uTjh8dKMOXCh>
23. <https://youtu.be/VuIBw-9anxg?si=XZb24frblwaJCx2U>
24. <https://youtu.be/K5oV5cA3ydg?si=LbWvN-RifHwgbCZU>
25. <https://youtu.be/EBVPjuxNflY?si=HpFcGRAQ5qHrYQZS>
26. <https://youtu.be/7XO7kVaEgpM?si=-gaU6UNs4xGLTIg->
27. <https://youtu.be/R05sqbdzTMw?si=7EyQhsjOWo6P7AJu>
28. <https://youtu.be/nIwU-9ZTTJc?si=dpqJgJ22WcMFILAl>
29. <https://youtu.be/P0wa2QAISf4?si=3fwaV7QnHo8IrVj1>
30. <https://youtu.be/jB2nWAAuXpA?si=sJOMhCikf1Z3Lsdb>
31. <https://youtu.be/tfsfrWxXKFA?si=-ZMQHiTTOoAIQ14u>
32. <https://youtu.be/0NKw4027RXI?si=ALr3vrxAVzt24JS9>