

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства

Кафедра англійської і німецької філології та перекладу
імені професора І.В. Корунця

Кваліфікаційна робота магістра з перекладознавства

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ПЕРСУАЗИВНОСТІ
АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ
ТА ПЕРЕКЛАД ЇХ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Студентки групи МПа 52-18
денної форми навчання
факультету перекладачів
спеціальності 035 Філологія,
спеціалізації 035.041 Германські мови і
літератури (переклад включно),
перша – англійська,
0 освітньо-професійної програми
Перекладознавство: професійно-орієнтований
переклад (англійська мова і друга іноземна мова)
Бабич Вікторії Владиславівни

Допущена до захисту
«___» _____ 2019 року

Завідувач кафедри

_____ проф. Ніконова В.Г.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Науковий керівник:
кандидат філологічних наук
доцент Скрябіна В.Б,

Національна шкала _____

Кількість балів: _____

Оцінка: ЄКТС _____

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY

School of Translation Studies

Korunets Department of English and German Philology and Translation

Master Qualifying Paper in Translation Studies

LEXICAL, GRAMMATICAL AND STYLISTIC MEANS OF PERSUASION
IN ENGLISH MOTIVATIONAL DISCOURSE AND THEIR RENDERING IN
UKRAINIAN

Group MPa 52-18
Faculty of translation
Full-time student
Majoring 035 Philology,
Specialization 035.041 Germanic Languages and
Literature (including Translation), English as the
first language, Educational Programme
Translation Studies: Specialized Translation
(English and Second Foreign Language)
Viktoriia V. Babych

Research supervisor:
V.B. Skriabina
Candidate of Science (Linguistics),
Associate Prof.

Kyiv – 2019

Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської і німецької філології та перекладу
імені професора І.В. Корунця

Затверджую:

Завідувач кафедри англійської і німецької філології
та перекладу імені професора І.В. Корунця
_____ (підпис)
д.ф.н., проф. Ніконова В.Г.
“10” вересня 2019 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу магістра з перекладознавства

студента(ки) 2 курсу МПа 52-18 групи факультету перекладознавства КНЛУ
Бабич Вікторії Владиславівни
_____ (ПІБ студента)

спеціальності 035. Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Тема роботи Лексико-граматичні та стилістичні засоби персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу та переклад їх українською мовою

Науковий керівник кандидат філологічних наук, доцент Скрябіна В.Б.

Дата видачі завдання “12” вересня 2018 р.

Графік виконання кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства

№ п/п	Найменування частин і план кваліфікаційної роботи	Графік виконання	Підписи студента і керівника
1.	Аналіз наукових першоджерел і складання бібліографії	Жовтень 2018 р.	
2.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 1)	Листопад 2018 р.	
3.	Добір мовного матеріалу тексту і складання Додатку (100 англійськомовних речень та їх переклад)	Грудень 2018 р.	
4.	Аналіз мовного матеріалу тексту, який досліджується, і написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 2)	Березень 2019 р.	
5.	Проведення перекладацького аналізу досліджуваного мовного явища і написання практичної частини кваліфікаційної роботи (розділ 3)	Травень 2019 р.	
6.	Написання вступу і висновків дослідження, подання завершеної кваліфікаційної роботи науковому керівнику для попереднього перегляду	Вересень 2019 р.	
7.	Попередній захист кваліфікаційної роботи і подання завершеної кваліфікаційної роботи на кафедру	17 жовтня 2019 р.	
8.	Оформлення документації (відгуки) і підготовка презентації до захисту кваліфікаційної роботи	Жовтень 2019 р.	
9.	Захист кваліфікаційної роботи магістра з перекладознавства	Грудень 2019 р.	

Науковий керівник _____ (підпис)

Студент _____ (підпис)

**ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА**

студента(ки) 2 курсу групи МПа 52-18 факультету перекладознавства спеціальності 035. Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, освітньо-професійної програми Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Бабич Вікторії Владиславівни
(ПІБ студента)

за темою Лексико-граматичні та стилістичні засоби персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу та переклад їх українською мовою

Відповідність кваліфікаційної роботи нормативним вимогам (необхідне позначити ✓ або +)		
1.	Наявність основних структурних компонентів	<input type="checkbox"/> усі компоненти присутні , <input type="checkbox"/> один компонент відсутній <input type="checkbox"/> декілька компонентів відсутні
2.	Відповідність оформлення, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> незначні помилки в оформленні <input type="checkbox"/> оформлення неправильне
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження	<input type="checkbox"/> повна відповідність <input type="checkbox"/> відповідність неповна <input type="checkbox"/> не відповідає вимогам

Особиста думка керівника _____

Кваліфікаційна робота _____ може бути (не може бути)
(ПІБ студента)

рекомендована до захисту

(підпис керівника)

(ПІБ керівника)

” ___ ” _____ 2019 року.

РЕЦЕНЗІЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА З ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

студента(ки) 2 курсу групи МПа 52-18 факультету перекладознавства спеціальності 035. Філологія, спеціалізації 035.041 Германські мови і літератури (переклад включно), перша – англійська, **освітньо-професійної програми** Перекладознавство: професійно-орієнтований переклад (англійська мова і друга іноземна мова)

Бабич Вікторії Владиславівни

(ПІБ студента)

за темою Лексико-граматичні та стилістичні засоби персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу та переклад їх українською мовою

	Критерії	Оцінка в балах
1.	Наявність основних компонентів структури роботи — <i>загалом 10 балів</i> (усі компоненти присутні – 10 , один компонент відсутній – 5 , декілька компонентів відсутні – 0)	
2.	Відповідність оформлення роботи, посилань і списку використаних джерел нормативним вимогам до кваліфікаційної роботи — <i>загалом 10 балів</i> (повна відповідність – 10 , поодинокі огріхи у форматуванні – 8 , незначні помилки в оформленні – 6 , значні помилки в оформленні – 4 , оформлення переважно не відповідає вимогам – 0)	
3.	Відповідність побудови вступу нормативним вимогам — <i>загалом 10 балів</i> (повна відповідність – 10 , поодинокі огріхи стилістичного характеру – 8 , несуттєві помилки у формулюваннях – 6 , суттєві помилки у формулюваннях – 4 , не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
4.	Відповідність огляду наукової літератури нормативним вимогам — <i>загалом 10 балів</i> (повна відповідність – 10 , несуттєві помилки у формулюваннях – 8 , недостатня кількість проаналізованих іноземних джерел (мін. 30%) – 6 , відсутній критичний аналіз наукових праць – 4 , не відповідає вимогам за структурою і змістом – 0)	
5.	Відповідність аналітичної частини дослідження заявленій меті та завданням — <i>загалом 10 балів</i> (повна відповідність – 10 , несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8 , несуттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 6 , суттєві помилки при аналізі фактичного матеріалу – 4 , відсутність власного аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
6.	Відповідність практичної частини дослідження нормативним вимогам — <i>загалом 10 балів</i> (повна відповідність – 10 , несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8 , несуттєві помилки при перекладі фактичного матеріалу – 6 , суттєві помилки при перекладі й аналізі фактичного матеріалу – 4 , відсутність перекладацького аналізу фактичного матеріалу (100 речень) – 0)	
7.	Відповідність висновків результатам теоретичної та практичної складових дослідження — <i>загалом 10 балів</i> (повна відповідність – 10 , несуттєві огріхи стилістичного характеру – 8 , неповне висвітлення результатів дослідження – 6 , часткове висвітлення результатів дослідження – 4 , не відповідає результатам дослідження – 0)	

Усього набрано балів: _____

(ПІБ рецензента)

(підпис рецензента)

” ____ ” _____ 2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	1
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ ТА СПЕЦИФІКИ ЇЇ ПЕРЕДАЧІ В ПЕРЕКЛАДІ	5
1.1 Теоретичні основи дослідження персуазивності в сучасній лінгвістиці та перекладознавстві	5
1.2 Специфіка відтворення мовних засобів персуазивності при перекладі	13
1.3 Мотиваційний дискурс як зразок персуазивного дискурсу	18
Висновки до розділу 1	25
РОЗДІЛ 2	
МОВНІ ЗАСОБИ ПЕРСУАЗИВНОСТІ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ	27
2.1 Стилiстичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу	27
2.2 Граматичні та синтаксичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу	36
2.3 Лексичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу	42
2.4 Графічні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу	47
Висновки до розділу 2	49
РОЗДІЛ 3	
ПЕРЕКЛАД МОВНИХ ЗАСОБІВ ПЕРСУАЗИВНОСТІ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ	51
3.1 Лексико-семантичні трансформації в перекладі мовних засобів персуазивності	51
3.2 Граматичні трансформації у перекладі мовних засобів персуазивності	60
3.3 Лексико-граматичні трансформації в перекладі мовних засобів персуазивності	70
Висновки до розділу 3	77

ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	89
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	89
ДОДАТКИ.....	90
Додаток А. Мовні засоби персуазивності у текстах мотиваційного дискурсу та їх переклад українською мовою	90
Додаток Б. Ієрархія засобів персуазивності в текстах мотиваційного дискурсу	105
SUMMARY	106

ВСТУП

Кваліфікаційна робота магістра присвячена вивченню мовних засобів персуазивності в текстах англійськомовного мотиваційного дискурсу та засобів їх відтворення в українськомовних перекладах.

Інтерес до персуазивності має коріння в античній риторичі і відроджується в неориторичі, а також в лінгвістичній прагматиці, що означає, що ця проблематика органічно вбудовується в сучасну дослідницьку парадигму мовознавства, в рамках якої мовне спілкування інтерпретується як особливий вид діяльності, спрямований на здійснення людиною певних індивідуальних і соціальних цілей в сфері пізнання навколишнього світу, на формування думок і переконань, на регулювання взаємодії людей. У різний час питаннями персуазивної комунікації із позицій лінгвістики займалися такі учені, як К. І. Алексєєв, М. Баган, Ф. С. Бацевич, С. С. Борисова, Т. В. Бурмістенко, І. А. Бикова, Ю. С. Гіляєв, О. В. Голоднов, А. А. Інжечик, О. В. Іванців, В. В. Каширець, О. А. Кліменська, В. О. Климчук, С. І. Криворучко, Р. Е. Петті, Л. В. Правікова, Х. Ренк, Е. В. Роот, В. Б. Скрябіна, І. В. Смірнова, Є. С. Харджиєва, С. Дж. Хоулєнд, С. Чаїкен, В. І. Шаховський, О. В. Шелестюк,

Відтворення персуазивності текстів найчастіше вивчається у контексті емотивності та емоційності перекладу. Цього питання торкалися такі дослідники, як Є. Л. Ананьян, Н. П. Башук, В. С. Виноградов, Й. Гамбієр, Н. М. Гордієнко, В. Н. Комісаров, Л. К. Латишев, Ю. А. Лобода, Н. І. Лютянська, Ю. Найда. Відтворення персуазивності як стратегії імпліцитних смислів поставало об'єктом дослідження в роботах І. М. Баклан, О. Ю. Кошевскої, В. Б. Скрябіної.

Актуальність цього дослідження зумовлена постійним інтересом лінгвістів до мовних засобів створення мотивації, вивчення мовного впливу в окремих текстах, необхідністю комплексного вивчення та опису засобів персуазивної комунікації на матеріалі англомовних мотиваційних жанрів. Актуальність роботи визначається також тим, що воно забезпечує вихід на

вищий щабель інтерпретації і розуміння персуазивності як категорії перекладознавства. Звернення до дослідження персуазивності з позицій перекладознавчої науки пояснюється недостатньою вивченістю механізмів впливу та їх передачі при перекладі, потребою розгляду функціонування впливу на матеріалі мотиваційних жанрів та їх перекладів.

Мета роботи – проаналізувати лексико-граматичні та стилістичні засоби персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу та особливості їх перекладу українською мовою.

Поставлена мета досягається шляхом виконання низки взаємопов'язаних **завдань**:

- 1) визначити теоретичні основи дослідження персуазивності в сучасній лінгвістиці та перекладознавстві;
- 2) представити специфіку відтворення мовних засобів персуазивності при перекладі;
- 3) дослідити мотиваційний дискурс як зразок персуазивного дискурсу;
- 4) висвітлити стилістичні, граматико-синтаксичні та лексичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу;
- 5) визначити особливості графічних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу;
- 6) представити особливості застосування лексико-семантичних трансформацій у перекладі мовних засобів персуазивності;
- 7) визначити граматичні трансформації, що використовуються при перекладі мовних засобів персуазивності;
- 8) проаналізувати специфіку використання лексико-граматичних трансформацій для перекладу мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу.

Об'єкт дослідження – мовні засоби персуазивності у текстах англійськомовного мотиваційного дискурсу та українськомовному їх перекладі.

Предмет дослідження – стилістичні, граматико-синтаксичні, лексичні та графічні засоби персуазивності сучасного англійськомовного мотиваційного

дискурсу та перекладацькі трансформації, що застосовуються при відтворенні цих засобів у перекладі.

Особливості персуазивності як явища мовознавства і перекладознавства визначають застосування низки **методів** теоретичного та практичного дослідження. Теоретичні методи передбачають аналіз літературних джерел та синтез одержаної інформації з метою визначення теоретичних засад вивчення персуазивності англomовного мотиваційного дискурсу та її відтворення при перекладі. Мовознавчий аспект дослідження передбачає застосування стилістичного, прагматичного, дискурсивного та інтерпретаційного аналізу текстів мотиваційного дискурсу. Перекладацька частина дослідження здійснювалася із застосування методики перекладознавчого (трансформаційного) аналізу. Узагальнення результатів передбачало застосування методів кількісних підрахунків.

Матеріалом дослідження слугує книга Ніка Вуйчіча «Життя без обмежень» (*Life without Limits*) мовою оригіналу та в українськомовному перекладі. Загальний обсяг вибірки мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу та проаналізованих перекладацьких трансформацій складає по 123 одиниці.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в роботі здійснено спробу диференціювати рівні мовних засобів персуазивності англomовного мотиваційного дискурсу, визначити їх частотність, а отже, визначити основні мовні засоби персуазивності англomовного мотиваційного дискурсу. Вивчення перекладацьких трансформацій як засіб відтворення при перекладі мовних засобів персуазивності англomовного мотиваційного дискурсу є новим для вітчизняної перекладознавчої науки, в якій такі дослідження досі не проводилися.

Практичне значення дослідження визначається тим, що теоретичні висновки про мовні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу та засоби їх відтворення при перекладі можуть бути використані студентами при написанні

курсів та кваліфікаційних робіт із зіставного мовознавства та перекладознавства, а також фахівцями при складанні мотиваційних текстів.

Апробація роботи. Результати дослідження було апробовано на Міжнародній науково-практичній конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови», яка проходила 20-22 березня 2019 року, в КНЛУ. Матеріал відтворено в тезах доповіді «Лексико-граматичні та стилістичні засоби персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу та переклад їх українською мовою» в збірнику матеріалів конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови», 20-22 березня 2019 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2019. С. 11—13.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів із висновками до кожного з них, висновків до всієї роботи, трьох списків використаних джерел, додатку і резюме.

У першому розділі визначено теоретичні аспекти вивчення персуазивності мотиваційного дискурсу та специфіки її передачі в перекладі. Другий розділ роботи передбачає мовознавчий аналіз мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу на основі книги Н. Вуйчіча «Життя без обмежень». У третьому розділі встановлено особливості перекладу мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПЕРСУАЗИВНОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ ТА СПЕЦИФІКИ ЇЇ ПЕРЕДАЧІ В ПЕРЕКЛАДІ

1.1 Теоретичні основи дослідження персуазивності в сучасній лінгвістиці та перекладознавстві

Механізми впливу в різноманітних ситуаціях пізнання навколишнього світу спрямовані головним чином на формування думок і переконань, моделювання соціальної та індивідуальної поведінки. Ці процеси зумовили впровадження нової комунікативної форми впливу – персуазивної, яка являє собою важливу складову будь-якого впливу; здійснює процес впливу за допомогою доказів і аргументів із залученням емоційного потенціалу висловлення [8: 120].

Персуазивність, або переконання – це свідомий вплив на властиві реципієнту оцінки фактів навколишньої дійсності і дій за результатами знайомства реципієнта з цими фактами через апеляцію до його здатності критичного осмислення відповідних фактів [18: 1271]. Основою переконання є представлення фактів в контексті їх взаємозв'язку з висновками, підпорядковане рішення єдиного функціонального завдання, а саме «свідомого прийняття людиною системи оцінок і суджень згідно до іншої точки зору» [62: 278].

Поняття персуазивності існувало вже в античні часи. Саме слово «персуазивність» походить від латинського *persuadeo* (-sus, -susum, -re), що означає переконувати, запевняти, спонукати, схилити, умовляти. Вміти переконувати, схилити слухача до прийняття вигідної для мовця точки зору було дуже важливим для античного оратора, як втім, для будь-якого суспільного чи політичного діяча протягом всієї історії людства [14: 15].

Переконання, слідуючи логіці Цицерона і Аристотеля, містить базисну персуазивну формулу, яка складається з таких компонентів, як підвищення рівня знань, вибудовування довіри, стимуляція бажання, підкреслення необхідності та пошук відповіді [76: 10]. Однак дослідники стали активно проявляти науковий інтерес до цієї категорії лише в середині ХХ століття, на тлі інтенсивного розвитку психології і теорій, пов'язаних з прикордонними дисциплінами, наприклад, психолінгвістики і когнітивної лінгвістики [20: 18]. По суті сьогодні можна стверджувати, що в сфері гуманітарного знання персуазивна риторика є методологією переконання. При цьому передбачається, що функцію переконання і інтенції в суспільній практиці виконують мова і мовлення [55: 11].

Аналіз наукової літератури, присвяченої проблемам персуазивності, дозволяє об'єктивно розмежувати два напрямки, що склалися в вивченні даного феномена: психологічного [65; 68; 74] і лінгвістично орієнтованого [8; 14; 20; 70]. Явища мови і мовлення, які описуються за допомогою даного поняття, вивчалися в рамках стилістики, лінгвістики тексту, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики, теорії мовної дії, теорії аргументації [13; 15; 46; 57; 60].

Термін «персуазивність» має різні трактування у вітчизняному і англійськомовному мовознавстві. У першому розумінні це поняття розглядається в рамках лінгвістики тексту як оцінка мовцем об'єктивного змісту речення з боку його достовірності та недостовірності, вираз впевненого або невпевненого знання або як рефлексія автора щодо свого або чужого повідомлення з позиції достовірного або недостовірного характеру інформації [61: 173]. Згідно з таким підходом, мова йде не про об'єктивну можливість / неможливість висловленого, а про суб'єктивну впевненість / невпевненість мовця в його вірогідності [4: 109].

Персуазивність виражає ступінь пізнання мовцем зв'язків і відношень дійсності; вона суб'єктивна в тому, що завжди пов'язана з висновками мовця. Це зовнішньо-синтаксична категорія модусу, яку виражають здебільшого

синтагматично ізольовані елементи – модальні слова, частки, модальні фрази. Вона є модальністю повідомлення, а не дії, характеризує всі судження в цілому, а не спосіб вияву зв'язку між об'єктом і ознакою [63: 10].

Персуазивність також трактують, в більшій відповідності з внутрішньою формою цього англійського слова, як різновид маніпулювання, який протиставляється раціональному аргументуванню, або як сукупність прийомів і засобів, спрямованих на посилення аргументів у процесі аргументування [61: 173]. У сучасному мовознавстві персуазивність розуміється як «комунікативно-мовленнєва стратегія, спрямована на раціональне переконання і емоційний вплив на адресата з метою спонукання його до вчинення певних посткомунікативних дій» [21: URL]. А. В. Голоднов вважає персуазивну комунікацію однією з форм впливу на поведінку людей, та у найбільш загальному вигляді визначає її як «ментально-мовленнєву взаємодію комунікантів, що реалізує спробу впливу адресанта на ментальну сферу реципієнта з метою зміни його поведінки (спонукання до здійснення / відмови від здійснення певних посткомунікативних дій)» [13: 3].

За твердженням В. Б. Скрябіної, персуазивна комунікація як особлива форма реалізації ментально-мовленнєвої діяльності адресанта ставить на меті переконання адресата у необхідності прийняття ним рішення щодо здійснення певних дій в інтересах адресанта. У персуазивній комунікації взаємодіють процес переконання, спрямований на прийняття адресатом раціональної аргументації адресанта, і процес умовляння («зваблювання»), який підсилює аргументацію і впливає на емоційну сферу адресата, апелює до його почуттів [46: 70].

Ситуативно термін «персуазивність» може набувати негативного відтінку, тому що однойменний концепт відсилає до поняття маніпуляції, а також використання певних мовних засобів з метою впливу на думку і поведінку реципієнта. Негативна тональність може виникати ще й тому, що пряме персуазивна дія на увазі зміну (в очікувану сторону) розумового процесу в свідомості читача з подальшим перлокутивним ефектом. Тим не менш, на

думку вчених, негативна спрямованість терміна «персуазивність» залишається під питанням. Однозначно констатувати можна лише той факт, що персуазивність фокусується на впливаючому потенціалі тексту [8: 117—118].

У широкому сенсі персуазивність у лінгвістиці або, точніше, прагмалінгвістиці розуміється як цілеспрямований вплив адресанта на адресата з метою переконання його в чому-небудь, спонуканню його до вчинення або відмови від вчинення ним тих чи інших дій. При цьому виділяються дві комунікативно-прагматичні інтенції персуазивності: вплив мовними засобами на адресата, на його думку і оцінки та спонукання його до вчинення певних дій, так чи інакше пов'язаних зі зміною і направленням його поведінки [55: 14].

При здійсненні персуазивного мовленнєвого акту виникають дві комунікативно-прагматичні інтенції:

- 1) впливати на свідомість адресата, його думки, оцінки;
- 2) спонукати його до вчинення певних дій, змінити його поведінку [49: 40].

Реалізація цих інтенцій можлива двома способами:

- 1) інтелектуально, тобто з допомогою раціональних аргументів;
- 2) афективно, з опорою на уяву, на суб'єктивне – емоційні оцінки, стереотипи [49: 40].

Так, персуазивний вплив передбачає досягнення бажаної мети через переконання з опорою на раціональне обґрунтування, не виключаючи, а навпаки, припускаючи і враховуючи емоційно-оціночні засоби впливу, тобто суб'єктивні чинники [8: 119]. У таких текстах мовці використовують широкий діапазон персуазивних засобів: репрезентацію власної думки з проблеми, оцінку чи судження за темою, посилення аргументів, демонстрацію проблеми в позитивному або негативному світлі, вказівку на ймовірність, впевненість або зобов'язання, стимуляцію емоцій аудиторії, прямий заклик до дії. З метою посилення перлокутивних ефектів переконання використовуються такі технології, як:

- 1) спеціальне виділення теми і загострення підходу до обговорюваної проблеми, вибір особливого ракурсу її розгляду;
- 2) конкретизація, тобто уникнення абстракцій і навмисний вибір деталізації на шкоду до загального;
- 3) спрощення, інакше кажучи, представлення складної реальності в скороченому або адаптованому для потреб реципієнта вигляді;
- 4) поляризація як звернення уваги до протилежностей;
- 5) інтенсифікація як фокус на конфлікті, а не на консенсусі;
- 6) персоніфікація, тобто атрибуція і характеристика подій з точки зору продуцента інформації [41: 360].

А. А. Інжечик виділяє декілька рівнів персуазивної комунікації, на яких існують специфічні засоби персуазивності:

1) на змістовно-композиційному рівні персуазивний вплив надають такі композиційні компоненти:

– цифрові показники і статистичні дані дозволяють залучити до проблеми або події увагу реципієнта, надати авторитетності і достовірності словам;

– цитата як елемент є активно функціонуючим засобом ілюстрації, аргументації і залучення уваги. Цитування дозволяє переключити увагу від мови фактів, термінів і цифр до живої людської мови;

– посилення на документи, авторитетні джерела знижують критичне сприйняття інформації і володіють певним переконливим потенціалом;

2) на комунікативно-стратегічному рівні використовуються різні комунікативні тактики:

– тактика оцінного перейменування – найбільш значуща тактика. Оцінному перейменуванню піддається компаративний клас, якому приписують певну оцінку;

– тактика приписування об'єкту позитивних оцінних характеристик. Вербалізація оцінок реалізується: загальнооцінними предикатами з абстрактно-

позитивним значенням (*good, fair, right*) або частковооцінними предикатами, що виражають або переважно раціональну, або переважно емоційну оцінку;

– тактика абсолютизації оцінки має на увазі розташування певних характеристик в області максимуму оцінної шкали;

– тактика апеляції до стереотипно позитивних / негативних цінностей спрямована на включення об'єкта оцінки в систему позитивної / негативної оцінки;

– тактика створення проблемної ситуації допомагає вирішити передбачувану або реальну проблемну ситуацію або ту, яка «нав'язується» реципієнту;

– тактика «апеляція до авторитету» представляє собою звернення до єдиної або групової авторитетної думки: думки відомої особи, фахівця, організації, досвідченого інституту тощо [18: 1271—1273].

Для реалізації персуазивної функції мови у практичній діяльності людства виробилася розгалужена система засобів мовної експресії, репрезентована насамперед тропами й фігурами, «мовними жестами», котрі покликані оптимізувати комунікацію й забезпечити високий ступінь впливу тексту на реципієнта [33: 6].

Стратегії і тактики персуазивності знаходять своє відображення у мовному оформленні тексту. Засоби персуазивності в таких текстах функціонують на всіх мовних рівнях [51: URL]:

1) на лексичному рівні найважливішим моментом стає вибір правильного словесного наповнення. Персуазивні тексти є добре підготовленими для того, щоб пропагувати ідеї та плани оратора з метою отримання схвалення аудиторії та підтримки. Важливим є обрання такої теми, яка є нагальною та важливою для суспільства на певному етапі його розвитку. Відповідно, в залежності від теми, аудиторії, ситуації спілкування й відбуватися вибір лексики, а отже й лексичних засобів вираження персуазивності: часте вживання одних й тих самих слів, складних слів, формальної та неформальної форм мови тощо. Так, наприклад, для американського персуазивного дискурсу притаманне часте

використання таких слів як *faith, hope, love, courage*, вживання яких апелює до подолання труднощів та пошуку підтримки в цьому: (A, 1) *I travel the world encouraging millions of people to overcome adversity with faith, hope, love, and courage so that they may pursue their dreams* (LWL: 5);

2) на граматичному рівні засобами вираження персуазивності стають типи речень, їх довжина, структура, використання часів та способів дієслова, вживання особових займенників, повторень, вигуків, вокативів, риторичних питань тощо, наприклад: (A, 21) *Together, the possibilities for us are just ridiculous. So what do you say? Shall we give it a go, mate?* (LWL: 8).

Використання особових займенників займає важливе місце в персуазивній комунікації. Якщо використання *I / я*, може бути ознакою «егоцентризму», то «використання *we / ми* є простим, але потужним засобом стратегії залучення адресата: (A, 30) *As we begin our journey together, please take a moment to think about any limitations you've placed on your life or that you've allowed others to place on it* (LWL: 12);

3) на стилістичному рівні характерним для персуазивної комунікації є вживання літературних прийомів. Тому творчий підхід промовців до використання мови, що виділило б їхні виступи з поміж інших, є невід'ємною складовою процесу творення персуазивного дискурсу. Автори персуазивних текстів стараються знайти свій власний стиль, співзвучний з їхнім іміджем та індивідуальністю, який би давав можливість налагодити комунікацію з аудиторію найсприятливішим для них чином, наприклад: (A, 77) *Even still, once I chilled out (quite literally), my quality of life received a big boost from my newly freed toes* (LWL: 30).

Найважливішим же моментом будь-якого персуазивного повідомлення є його когерентність, свого роду невидима нитка, яка з'єднує весь дискурс. Звичайно граматична та лексична когезії також важливі, проте саме когерентність є визначальною для успішного розуміння персуазивних текстів та того звернення, яке в них закладене, адже саме завдяки їй такий текст стає

цільним, набуває логічного розвитку подій, що, в свою чергу, сприяє функції переконання [51: URL].

Оцінка адресантом комунікативної ситуації як персуазивної відбувається на основі збігу параметрів цієї ситуації з прототиповими характеристиками персуазивної комунікації, до яких відносять, насамперед, реальну або симульовану рівноправність адресанта і реципієнта як в соціальному, так і в комунікативному аспекті, завдяки чому реципієнт приймає самостійне рішення про вчинення / невчинення певної дії в інтересах адресанта. При цьому в персуазивній комунікативній ситуації обов'язковою є наявність реальних або передбачуваних розбіжностей між комунікантами з приводу необхідності / бажаності / можливості вчинення реципієнтом посткомунікативних дій, які адресант намагається усунути шляхом реалізації своєї персуазивної інтенції, тобто переконати / умовити реципієнта вчинити дані дії.

Тільки в випадку відповідності параметрів конкретної комунікативної ситуації параметрам персуазивної ситуації-прототипу, адресант (свідомо чи несвідомо) обирає мовний макроакт персуазивності як засіб потенційно успішної реалізації своєї прагматичної інтенції, а реципієнт приписує висловам адресанта персуазивну ілокутивну силу [13: 4].

Таким чином, персуазивність в роботі визначається як комунікативно-мовленнєва стратегія, спрямована на раціональне переконання і емоційний вплив на адресата з метою спонукання його до вчинення певних посткомунікативних дій; відповідно, персуазивна комунікація – це особлива форма реалізації ментально-мовленнєвої діяльності адресанта ставить на меті переконання адресата у необхідності прийняття ним рішення щодо здійснення певних дій в інтересах адресанта. Учасники персуазивної комунікації використовують широкий діапазон персуазивних засобів як на логічному рівні (акцент на певному питанні, конкретизація, спрощення, поляризація, інтенсифікація тощо), так і на мовностилістичному рівні (лексичні, граматичні та стилістичні мовні засоби переконання). Персуазивна комунікація передбачає

наявність певних розбіжностей між комунікантами, які вона має на меті подолати шляхом впливу одного із таких комунікантів на іншого.

1.2 Специфіка відтворення мовних засобів персуазивності при перекладі

Говорячи про специфіку передачі персуазивного компонента повідомлення, варто зазначити, що відносини, які виникають між перекладачем як мовною особистістю і його оточенням, є неоднозначними, оскільки, як стверджує В. Б. Скрябіна, «перекладач, долучаючись до розуміння іншої лінгвокультурної спільноти, володіючи білінгвокогнітивною свідомістю, транслює смисли, а не створює їх; тобто перекладний текст обмежений з погляду вияву в ньому характеристик мовної особистості перекладача як індивідуальності. Перекладач діє в рамках “вторинної картини світу”, але саме ця “вторинна” картина світу є основою для його творчої діяльності, і саме її він повинен донести читачеві тексту перекладу» [45: 59].

Як зазначає дослідниця, перекладацька діяльність означає не тільки взаємодію двох мов, двох культур, у завдання перекладача входить збереження індивідуального сенсу тексту і ретрансляція його з урахуванням комунікативних настанов, однією з яких є персуазивна. Персуазивна настанова в такому випадку полягає в прагненні автора усного чи письмового повідомлення здійснити певний вплив на адресата з метою переконання в чомусь, заклику до здійснення чи нездійснення певних дій [45: 60].

Оскільки, якщо мова йде про текст, персуазивний за своєю природою, сутність персуазивної настанови перекладача варто розуміти як збереження персуазивності вихідного тексту, тобто, досягнення при перекладі еквівалентності й адекватності перекладу. Розглянемо специфіку цих понять з огляду на збереження саме персуазивного потенціалу вихідного повідомлення.

Терміни «еквівалентність» та «адекватність», які використовуються в теорії та практиці перекладу, схожі, проте вчені розмежовують їх та вкладають в них різний зміст [7: 123]. Спільним для них є те, що будь-який варіант

перекладацької відповідності визначає найважливіший елемент перекладу – вектор семіотичних перетворень, здійснених перекладачем [78: 288].

Вперше поняття еквівалентності вжив Р. О. Якобсон у своїй статті «Щодо лінгвістичних аспектів перекладу» («On Linguistic Aspects of Translation») [69: URL] у 1959 році. Велика кількість лінгвістів, як вітчизняних так і зарубіжних, вважали розкриття поняття перекладацької еквівалентності центральною проблемою теорії перекладу і тому приділяли йому значне місце в своїх працях [16: 3]. Зокрема, В. Н. Комісаров визначає еквівалентність як «максимально можливу лінгвістичну близькість тексту перекладу до тексту оригіналу» [27: 152–153], що дає можливість відокремити переклад від інших типів міжмовного посередництва [52: 113].

Виділяють різні типи перекладацької еквівалентності залежно від мети, яку переслідує автор перекладу. Так, німецький теоретик перекладу А. Нойберт висуває ідею «комунікативної еквівалентності», яка характеризує текст перекладу як такий, у якому збережена комунікативна цінність [71: 143—145].

Важливою для розуміння відтворення персуазивних текстів є концепція динамічної еквівалентності Ю. Найди, який зміщує акцент із вихідного тексту на цільову аудиторію та конкретні умови здійснення перекладу, що, у свою чергу, дає можливість пояснити наявність багатьох перекладів того самого твору. Власне переклад він розглядає як динамічне поняття, що призводить до певної варіативності залежно від конкретних умов здійснення. Якщо переклад орієнтований на досягнення динамічної еквівалентності, він виходить із принципу еквівалентного ефекту та передбачає «повністю природний спосіб вираження, а одержувачу надається модус поведінки, релевантний контексту його власної культури» [73: 119]. Тобто, еквівалентними повинні бути не тексти, а реакції реципієнтів вихідного та цільового текстів, і навіть у цьому випадку еквівалентність не може бути повною [72: 25].

Не менш важливим аспектом адекватного донесення персуазивного навантаження тексту до читача перекладу є відтворення його емоційно-естетичного навантаження, що присутнє у тексті завдяки його ціннісному

компоненту. У цьому знаходиться вираження формально-естетична еквівалентність, тобто збереження естетичних особливостей та ознак індивідуального стилю автора. Однією з основних рис персуазивного є емоційний та естетичний вплив, що перетворюється на органічне продовження прагматичного, оскільки якісний переклад залежить не тільки від раціонального, а й від емоційно-оцінного сприйняття твору» [11: 15], що знаходить вираження у «виборі лексики, балансі, мелодиці, русі, тоні, поетичності, атмосфері місця та епохи, рівні читання» [52: 119].

Автори концепції адекватного або повноцінного перекладу А. В. Федоров та Я. І. Рецкер визначили наступні якості адекватного перекладу: по-перше, вичерпна передача значеннєвого змісту тексту, по-друге, передача змісту рівноцінними засобами, тобто такими, що виконують функцію, аналогічну мовним засобам першоджерела [31: 7]. Тобто, адекватність перекладу полягає у «відтворенні функціональної домінанти вихідного повідомлення відповідно до комунікативної інтенції відправника, що спрямована на забезпечення певного комунікативного ефекту з боку реципієнта перекладу» [44: 203]. Отже, переклад повинен повністю відтворювати ідею першотвору, стильові своєрідності оригіналу, зберігати його красу, відтворювати життя епохи та країни, до якої належить оригінал. З метою створення адекватного перекладу перекладач змушений передати в перекладі всі наміри автора, тобто справити аналогічний ідейно-емоціональний вплив на читача, зберегти образність, колорит, ритм першотвору в перекладі. При цьому неминуче перекладачу доведеться вдатися до прагматичної адаптації вихідного тексту, враховуючи специфічні для ареали мови перекладу історичні, соціально-культурні та психологічні фактори, що найчастіше істотно впливають на сприйняття перекладу [16: 3].

Тому вважаємо, що, забезпечуючи належне відтворення персуазивний текстів, перекладач повинен враховувати та збалансовувати різноманітні фактори у процесі перекладу, щоб досягти певної комунікативної мети та щоб переклад вважався функціонально адекватним у цільовій культурі [67: 890], а

мета перекладу полягає у створенні цільовою мовою тексту «рівної цінності» [75: 82] як у смисловому, так і в аксіологічному аспекті, оскільки персуазивні тексти можуть супроводжуватися різними оцінками як відображенням світу цінностей різних лінгво-соціокультурних спільнот залежно від пресупозицій спілкування [10: 163]. Переклад у такому випадку стає процесом міжмовної та міжкультурної комунікації, при якому на основі цілеспрямованого перекладацького аналізу вихідного тексту створюється вторинний текст перекладу, що замінює вихідний у новому середовищі [2: 130].

Загалом, виділяють дві стратегії відтворення у перекладі імпліцитності повідомлення, що є досить справедливим і для персуазивних текстів:

1) стратегія відтворення імпліцитності охоплює способи збереження та вербалізації імпліцитності. Збереження імпліцитності на лексичному рівні відбувається завдяки прийомам транскрипції, транслітерації та калькування, які допомагають внести в текст перекладу елементи вихідної мови разом із закладеним у них імпліцитним смислом. Завдяки трансформації модуляції відбувається збереження імпліцитності на лексико-семантичному рівні. Трансформації компенсації та антонімічного перекладу є характерними як для лексичного, так і для граматичного рівнів. На граматичному рівні з метою збереження імпліцитності застосовуються комплексні морфологічні та синтаксичні перетворення, синтаксичне уподібнення та перестановка. Остання слугує реалізації тема-рематичного членування висловлювання. Вербалізація імпліцитності означає розкриття домислюваних смислів. Вона спостерігається на лексико-семантичному рівні і виражена за допомогою прийому конкретизації. Перекладацький прийом додавання (експлікації) слугує реалізації вербалізації на граматичному рівні;

2) стратегія невідтворення імпліцитності пов'язана зі способом елімінації, який охоплює прийом генералізації на лексико-семантичному рівні, а також прийоми вилучення і заміни на граматичному рівні. Корелюючою до стратегій відтворення / невідтворення імпліцитності є стратегія імплікації експліцитних смислів у перекладі. Вона охоплює способи і прийоми, якими послуговується

стратегія невідтворення імпліцитності (спосіб елімінації з прийомами генералізації та вилучення) [5: 9].

Алгоритм перекладацької дії при передачі персуазивності вихідного тексту в перекладі полягає у виявленні імпліцитних смислів, їх правильному тлумаченні та пошуку адекватного перекладацького рішення. За І. М. Баклан, ідентифікація імпліцитних смислів відбувається за допомогою фахової, жанрової, дискурсної та прагматичної компетенцій:

1) фахова компетенція враховує не лише знання мови і перекладацькі здібності, а й знання основних положень теорії імплікації, комунікативної лінгвістики і лінгвопрагматики;

2) жанрова компетенція перекладача враховує існуючі особливості окремих текстів у вихідній мові і мові перекладу. Вона допомагає виявити жанрові та стильові зміщення, які є маркерами імпліцитності;

3) дискурсна і прагматична компетенції дають змогу цілісно уявити процес перебігу комунікації і встановити прагматичні особливості функціонування тексту в певній комунікативній ситуації;

4) прагматична компетенція допомагає перекладачу змоделювати комунікативну ситуацію та прийняти адекватне перекладацьке рішення, спираючись на екстралінгвальні знання щодо ситуації спілкування, а також досвід учасників комунікації [5: 8].

Важливим при відтворенні персуазивності вихідного тексту в перекладі є, за твердженням В. І. Шаховського, розуміння емоційного іншокультурного висловлювання і емоційне розуміння іншокультурного висловлювання, які можуть виникати під час цього процесу та накладатися одна на одну: [59: URL].

Для подолання цієї перешкоди міжкультурні партнери – бікультурні мовні особистості (до цих особистостей належить і особистість перекладача) – повинні володіти адекватною емоційною емотивною компетенцією, що, за В. І. Шаховським, включає:

- 1) знання загальних лінгвокультурних кодів емоційного спілкування;
- 2) знання емоційних домінант цих кодів у формі емоційних концептів;

3) знання правил code switching і їх кореляцію з загальнолюдськими / національно-культурними цінностями;

4) знання маркерів емоційно-етнічної ідентифікації мовних партнерів правил емоційного спілкування з ними;

5) знання і володіння засобами номінації, експресії і дескрипції своїх і чужих емоцій в обох лінгвокультурних кодах [59: URL].

Обидва види цієї компетенції – частина інтелекту / менталітету мовленнєвих партнерів. Вони поширюється лише на вихованців своєї культури, за межами якої, всередині будівель інших культур, цим знанням мовних особистостей треба навчати спеціально, як зовнішнім знанням [59: URL].

Таким чином, перекладач у процесі своєї діяльності повинен не створювати, а транслювати уже закладені у персуазивний текст смисли, реалізуючи прагнення автора повідомлення здійснити певний вплив на адресата з метою переконання в чомусь, що і є основою персуазивної комунікації. Тому основою роботи перекладача при передачі персуазивних текстів є досягнення еквівалентності та адекватності перекладу, що постають як комунікативна, емоційно-естетична та прагматична відповідність тексту оригіналу текстові перекладу, створюючи вторинний текст перекладу, що замінює вихідний у новому середовищі. Процес перекладу таких текстів можна умовно звести до застосування двох протилежних стратегій – стратегії відтворення або невідтворення імпліцитності вихідного тексту. Для адекватної передачі персуазивності такого тексту перекладач повинен володіти такими компетенціями, як фахова, жанрова, дискурсивна та прагматична, а також адекватною емоційною емотивною компетенцією.

1.3 Мотиваційний дискурс як зразок персуазивного дискурсу

Друга половина двадцятого століття характеризується підвищенням уваги лінгвістів до вивчення дискурсу [17; 34; 42; 48; 77]. Витоки теорії дискурсу слід шукати у дослідженнях мовних засобів (німецька школа П. Хартмана), в

соціолінгвістичному аналізу комунікації (американська школа Є. Щеглова, Р. Закса), у моделюванні породження мови, в описі етнографії комунікації та в антропологічних дослідженнях (А. Греймас) [30: 30]. Зараз термін «дискурс» використовується у різних значеннях, що дає змогу вченим стверджувати про «розмитість» його поняттєвих меж. Зокрема, поняття дискурсу асоціюється з виявами комунікації в суспільстві (комунікативний дискурс) [48: 3] та комунікацією у межах певних каналів (візуальний дискурс) [34: 19]. Крім того, дискурс пов'язують з виявом правил спілкування, способів викладу та втілення прагматичної мети мовців (дидактичний дискурс). Дискурс також сприймається як вияв культурної комунікації. Наприклад, виділяють дискурс модернізму. Зважаючи на етнокультурні особливості спілкування виділяють міжкультурний дискурс [34: 19]. Соціальні, вікові та статеві характеристики учасників комунікації також ототожнюються з типами дискурсу. У таких випадках говорять, зокрема, про політичний дискурс [47: 2] та феміністичний дискурс [42: 1].

Існування значної кількості концепцій дискурсу вплинуло на появу низки його тлумачень, проте досі немає єдиного чіткого визначення, яке б відобразило усю багатоплановість цього феномена в загальнонаукових категоріях [19: 37]. З огляду на різноманіття тлумачень поняття «дискурс» існує таке його визначення як «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву, відбувається в межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників» [6: 38].

Характерною рисою розвитку дискурсології на сучасному етапі мовознавства є інтеграція комунікативного та діяльнісного напрямів дослідження. В межах діяльнісного підходу, за яким мова є одним із засобів забезпечення соціальної активності мовної особистості [38: 7], дискурс розглядається як соціальне конструювання реальності та форма вияву знань [17]. Тому у «Лінгвістичному енциклопедичному словнику» Н. Д. Арутюнова визначає дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними –

прагматичними, соціокультурними. психологічними та іншими чинниками; текст, узятий в подієвому аспекті... Дискурс – це мова, “занурена в життя”» [79: 137], тобто дискурс – це «не просто мовне / мовленнєве формоутворення, складніше за окреме речення, а тотальне культурне явище: результат і чинник комунікації, переплетіння мовних взаємодій агентів комунікації, живе середовище спілкування, яке, як відомо, створює нові фізичні дії, ментальні й психічні продукти» [64: 15]. З огляду на це виділяють різні види дискурсу, серед яких науковий, політичний, економічний, мас-медійний [56: URL] і, зокрема, мотиваційний дискурс.

«Мотив» є однією із базисних психологічних категорій, а категорія мотиву відповідає реальності як «системи особливих предметно-орієнтованих енергетично-динамічних відносин суб’єкта із дійсністю, заданої взаємодією природних і соціокультурних начал у його психічній організації» [38: 204]. Мотивація – сукупність усіх детермінант поведінки, внутрішніх і зовнішніх (стимули, потреби, ідеали, цінності тощо). Це свого роду родовий термін для позначення усіх динамічних і векторних змінних, які визначають поведінку людини [25: 77].

Наукова теорія мотивації є цілком конструкцією міжвоєнного періоду – 20-30-х років ХХ ст. – і пов’язує її розробку (у США) із певними соціально-економічними процесами того часу: популяризацією психоаналізу і його глобальним екскурсом у проблеми спричинення людської поведінки (відповідно, конкуренцією і бажанням офіційної науки мати першість у цій царині), проблемами освіти (усвідомлення можливості втрати учнями бажання навчатися і відсутністю адекватних пояснень), появою сфери профорієнтації (і залученням через неї психологів до сфери практики), включенням психологів у вирішення проблем реклами (приміром, відкриття ще у 1925 р. того, що найефективнішою рекламою є та, яка створює «нові бажання»), запит промисловості на вирішення проблем небажання працювати та задоволення роботою (у зв’язку відсутності результатів від простих винагород і покарань) [22: 138–139].

Мотиваційний дискурс розуміється В. О. Климчуком як «сукупність текстів із мотиваційними конструкціями, які перебувають у полі прочитання окремої особистості, мають чітку адресність і існують в рамках інших дискурсивних жанрів (переважно політичного, маркетингового та освітнього)», як «фрагмент цілісного соціокультурного дискурсу, в якому відбувається конструювання мотиваційних дискурсів особистості» [23: 11]. За Ж. І. Подоляк, мотиваційний дискурс – це «вербальна взаємодія адресанта і адресата з метою справити позитивний вплив на емоційну, вольову і діяльнісну сферу останнього» [39: URL]. Як і інші типи дискурсу, мотиваційний дискурс володіє набором характеристик, які вимагають всебічного вивчення.

Особливу важливість мотиваційного дискурсу для сучасного англійськомовного соціуму можна підтвердити наявністю окремих усних і письмових жанрів, що виконують мотивуючу функцію. До усних жанрів англійськомовного мотиваційного дискурсу можна віднести, наприклад, “commencement speech” – напутні промови на церемонії закінчення університету, “per talk” – промову тренера перед матчем, “keynote speech” – мотивуючу промову відомої людини на корпоративному заході, а також проповіді. Письмові жанри представлені численними мотиваційними книгами (“motivational books”). Характерною особливістю мотиваційного дискурсу є наявність також креолізованного (полікодового) жанру – мотиваторів і карнавального жанру демотиваторів, а також появою професії мотиваційного оратора (“motivational speaker”) [39: URL].

Тексти мотиваційного дискурсу володіють власними лінгвопрагматичними характеристиками. Зокрема, неоднозначне з методологічної точки зору знання, що повідомляється творцями текстів мотиваційного дискурсу, спирається на їх життєвий досвід і сформований ними світогляд. Описуючи і конструюючи ефективні моделі поведінки, вони часто пропонують на підтвердження їх істинності особисті спостереження, опис власних почуттів і емоцій, думок. Наприклад: *Although I have been using these principles for several years, just telling about them gets me excited all over again.* I

want *all of you to get out of life* what these truths are doing for me (М. Лі). У цьому випадку стилістично нейтральна перша частина першого речення відрізняється від емоційно насиченої другої частини, в якій експресивна лексика в вигляді розмовних виразів *get excited* і *all over again* демонструє ставлення фахівця. Друга частина фрагмента передає індивідуальний досвід автора і його наснагу з цього приводу – на мовному рівні це есплікується знову ж розмовною лексикою (*get out of life, all of you*) і нестандартним синтаксисом, характерним для еліптичних структур неформальної комунікації [12: 70].

Крім образної лексики, яскраво вираженої орієнтації на адресата, численних звернень до особистості читача або, навпаки, до власної персоналії і особистого досвіду, автори текстів мотиваційного дискурсу в своїх працях постійно посилаються на якісь наукові джерела без вказівки конкретних робіт і авторів теорій, відкриттів, методів і т. п. У більшості випадків такі відсилання виглядають як пояснення для новачків: *In the early 1800's, when students of human behavior first began to realize that the mind was dual in its operation, the mind below the level of consciousness was named the subconscious mind*. Варто все ж зазначити, що деякі автори дають бібліографічні списки в кінці глави або книги, але вони не обов'язково містять всі джерела, згадані в тексті, а часто є переліками видань для більш детального вивчення проблеми [12: 71].

Автори мотиваційної літератури користуються загальнонауковими і, в меншій мірі, спеціальними термінами, проте намагаються донести їх зміст в доступній читачеві формі, вдаючись до порівнянь і метафор. Одну з типологічних рис жанру описує у своїй статті К. І. Алексєєв [1]. За спостереженнями дослідника, метафора *psychological laws* широко поширена в дискурсі прикладної та популярної психології (напр., *psychological laws of management*), в той час як в сучасному науковому дискурсі вона не використовується, і про нові знання психологи говорять вже не в термінах закону, а механізму (*mechanism*). Метафора закону, на думку вченого, надає дискурсу популярної психології відтінок наукоподібності, стаючи ще одним засобом персуазивного змісту. При цьому підкреслюється, що класична наука

володіє суворими правилами і процедурами обґрунтування знання, тоді як у прикладній і особливо популярній психології така суворість відсутня [1: 115—116]. Справді, свобода інтерпретації теорій, концепцій і окремих понять спостерігається у багатьох авторів цього напрямку, а їх пристрась до розмовно-повсякденного способу викладу думки нівелює створюваний ними ж науковий підхід до питання і породжує своєрідне стильове протиріччя – протиріччя у прагненні представити інформацію авторитетно і разом з тим у простому для сприйняття, тривіальному вигляді [12: 71].

У низці випадків автори поміщають в кінці книги глосарій термінів і ключових понять, згаданих в тексті. Наявність такого структурного елемента зближує мотиваційну літературу з науково-навчальною та науково-пізнавальною, для яких глосарій або предметний покажчик – композиційно значуща складова.

Часто з метою переконати читача в професійному погляді на проблему автори мотиваційних текстів вказують в книзі свої титули і регалії. Так, надбавка до імені у вигляді *Ph.D.* стимулює реципієнта інформації сприймати всі наведені факти і докази як науково обґрунтовані, а самого автора як експерта і вченого, який отримав визнання в академічних колах. В окремих випадках, як вказує Ю. В. Гілясєв, «така “декламація” статусу відповідає реальності, з урахуванням західної традиції самопрезентації в суспільстві. Однак іноді згадка заслуг і звань носить явно персуазивний характер. Так, автор посібника з саморозвитку “Притягуй гроші зараз” вказує себе як *Dr. Joe Vitale*, підвищуючи свій авторитет в очах читача. При цьому в самому виданні не згадується, що він є доктором метафізики. Фактично такого ступеню не існує, а присудила його йому неакредитована освітня установа» [12: 72].

Елементи художнього стилю на рівні лексичних засобів можуть бути виділені без винятку у всіх зразках текстів мотиваційного дискурсу. Автори застосовують різні тропи і фігури мови, щоб перейти з рівня теоретичної абстракції на рівень образної белетристики, наприклад: *It will not be hard to let the sunshine of happiness show through* (М. Лі). Такі тексти часто навантажені

книжковою лексикою, наприклад: ...*the span of their illustrious careers, soporific, cast your mind back* (Б. Проктор). Часто – зокрема в реченні *Most folks are lousy public speakers* (Д. Шварц) – мовна експресія доповнюється оцінністю, коли автор прагне висловитися яскраво і помітно, а також продемонструвати своє ставлення. У таких випадках образність вже поступається місцем риторичі, через що мотиваційний дискурс набуває ще й риси публіцистики [12: 72].

Емоційність – основна якість публіцистичного стилю, що виражається, як і в художньому стилі, через образні, стилістично-марковані слова і синтаксичні колокації. Однак в риторичі та публіцистиці вони актуалізують в першу чергу «індивідуально-авторське ставлення до описуваних явищ, безпосередньо співвідносяться з реалізацією мовної функції впливу» [54: 31].

В основі всіх комунікативних установок мотиваційного дискурсу лежить прагматика переконання. «Реалізація мовної функції повідомлення не властива текстам публіцистичного стилю в цілому, більш того, її наявність може розглядатися в якості параметра, що відмежовує континуум текстів публіцистичного стилю від таких формалізованих функціональних різновидів мови, як інтелективний та офіційно-діловий стилі, в яких вона має переважну функцію реалізації» [54: 30].

При цьому й емоційно-образна складова інформації, що транслюється, виявляється в підлеглому положенні стосовно прагматичної домінанти повідомлення. Впливаючи на уяву, основну властивість людської психіки, комунікатор здійснює маніпуляції свідомістю, яка багато в чому спирається на емоційно-чуттєві образи [12: 72]. У підсумку, за словами А. Т. Ліпатова, відбувається «вживлення» в свідомість певних уявлень, потрібних маніпуляторам («мотиваторам») [32: 170]. Однак, на відміну від політичного або іншого типу дискурсу, автори текстів мотиваційного дискурсу вбачають своєю метою зміну звичок мислення, поглядів, поведінки з позитивним ефектом для реципієнтів [12: 73].

Таким чином, процес та результат комунікації на сучасному етапі розвитку мовознавства розглядається з позицій дискурсивного підходу, в якому

дискурс розуміється як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими чинниками; текст, узятий в подієвому аспекті, що, у свою чергу, дозволяє виділяти різні типи дискурсу, одним із яких є мотиваційний дискурс. Мотиваційний дискурс у цьому дослідженні розуміється як вербальна взаємодія адресанта і адресата з метою справити позитивний вплив на емоційну, волюву і діяльнісну сферу останнього. Жанри мотиваційного дискурсу поділяються на усні (мотиваційні промови, проповіді), письмові (мотиваційні книги) та креолізовані (так звані мотиватори та демотиватори). Для текстів мотиваційного дискурсу характерною є прагматична настанова на вплив на адресата, що зумовлює вибір певних мовних засобів: тропів та фігур мовлення, книжної лексики, конструкцій виразного синтаксису.

Висновки до розділу 1

1. Персуазивність – це комунікативно-мовленнєва стратегія, спрямована на раціональне переконання і емоційний вплив на адресата з метою спонукання його до вчинення певних посткомунікативних дій. Персуазивність комунікації досягається шляхом використання різнорівневих персуазивних засобів: логічних (акцент на певному питанні, конкретизація, спрощення, поляризація, інтенсифікація тощо) і мовностилістичних (лексичні, граматичні та стилістичні мовні засоби переконання). Метою персуазивної комунікації є переконання, подолання розбіжностей між учасниками комунікативного процесу шляхом впливу одного учасника на іншого.

2. Відтворення персуазивної комунікації при перекладі передбачає передачу прагнення автора повідомлення вплинути на адресата з метою переконання в чомусь, що і є основою персуазивної комунікації, тому вимоги досягнення еквівалентності та адекватності перекладу постають надзвичайно важливим. Перекладач повинен мати на меті створити ситуацію комунікативної, емоційно-естетичної та прагматичної відповідності тексту

оригіналу текстові перекладу, створюючи вторинний текст перекладу, що замінює вихідний у новому середовищі. Для адекватної передачі персуазивності такого тексту перекладач повинен володіти такими компетенціями, як фахова, жанрова, дискурсивна та прагматична, а також адекватною емоційною емотивною компетенцією.

3. Персуазивність в роботі розглядаємо на матеріалі текстів мотиваційного дискурсу, що визначається як вербальна взаємодія адресанта і адресата з метою справити позитивний вплив на емоційну, вольову і діяльнісну сферу останнього. Мотиваційний дискурс характеризується різноманіттям жанрів: усні (мотиваційні промови, проповіді), письмові (мотиваційні книги) та креолізовані (так звані мотиватори та демотиватори). Однією з його найбільш характерних рис є прагматична настанова на вплив на адресата, що зумовлює вибір певних мовних засобів, тобто, засобів створення персуазивності.

РОЗДІЛ 2

МОВНІ ЗАСОБИ ПЕРСУАЗИВНОСТІ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ

Персуазивність текстів мотиваційного дискурсу є комплексним явищем, що виявляється на всіх рівнях мови та підпорядковується єдиній меті – переконанні читача у правильності і доцільності того, що пропонується автором тексту. Основні мовні засоби персуазивності у текстах мотиваційного дискурсу в роботі розподілено на чотири категорії відповідно до рівня мовних засобів та частоти їх застосування: стилістичні, граматико-синтаксичні, лексичні та графічні.

2.1 Стилiстичнi засоби персуазивностi мотивацiйного дискурсу

Стилiстичнi засоби персуазивностi мотивацiйного дискурсу є найбільш поширеними у нашому матеріалі, оскільки передбачають використання авторами мотиваційних текстів експресивних засобів мови для створення в уявленні читача неповторних образів тих об'єктів чи явищ, про які говорить автор, закарбовуючи у свідомості читача оцінну інформацію про них.

Одним із стилістичних засобів творення персуазивності мотиваційного дискурсу є **епітет** – художнє образне означення, що підкреслює характерну рису, визначальну якість предмета, поняття, дії. Найчастіше епітетами виступають означення-прикметники, у широкому розумінні епітетами називають іменники-прикладки, а також прислівники, які метафорично пояснюють дієслово» [37: 76].

Зокрема, в мотиваційних текстах використовуються епітети, що базуються на стереотипних уявленнях суспільства про світло та темряву для того, щоб продемонструвати той контраст між життям «до» та «після», який хоче передати автор з метою переконати читача змінювати своє життя: (А, 14)

What I didn't know back in those dark days could fill a book: the one you're holding, actually (LWL: 7).

Оскільки аналізований матеріал тісно переплітається із релігійною тематикою, деякі епітети мають релігійну природу, зокрема, епітет *blissful ignorance*, що демонструє втручання в життя автора Бога як його безпосереднього захисника: (A, 69) *My blissful ignorance was a blessing at that age* (LWL: 26).

Епітети мотиваційного дискурсу також використовуються для того, щоб представити опис чогось маленького, але позитивного, на фоні значної кількості негативних явищ. Описуючи свою єдину ногу, автор використовує вислів *handy little foot*, акцентуючи увагу на її корисності, яка в подальшому змінила його життя: (A, 75) *My parents and doctors felt that the handy little foot might be of greater use. There were two toes, but they were fused together when I was born* (LWL: 28). У наведеному фрагменті автор показує, що, хоча більшості кінцівок він позбавлений, він сконцентрувався на єдиній доступній, таким чином, відшукуючи позитивне у, здавалося б, повністю невігідній ситуації.

У текстах мотиваційного дискурсу досить часто використовуються епітети на основі оцінної лексики, що виносить означуване на крайні полюси позитивної чи негативної оцінки. Такі епітети є найбільш прямим вираження ставлення автора до певних явищ його життя. Це – слова *perfect, unbelievable, powerful*, тощо: (A, 42) *You and I are perfectly suited to be who we were meant to be!* (LWL: 13); (A, 100) *Feeling down is natural; it is part of being perfectly human* (LWL: 35); (A, 57) *Suffering is universal and often unbelievably cruel, but even in the worst of slums and after the most horrible tragedies, I have been heartened to see people not only surviving but thriving* (LWL: 19); (A, 86) *The older I become, the more I realize what a powerful gift it is to be loved like that* (LWL: 32).

Як засіб персуазивності в мотиваційному дискурсу широко використовується **метафора**. У сучасній лінгвістиці метафора розглядається не просто як троп, риторичний механізм прикрашення мовлення, а як фундаментальний когнітивний агент, що організує наші думки, оформлює

судження та структурує мову, «це специфічний мисленнєвий процес, в якому ми розуміємо одну сферу досвіду в поняттях іншої сфери» [53: 317].

Аналіз ілюстративного матеріалу дозволяє виділити певні семантичні поля, до яких належать використані у тексті метафори. По-перше, це стосується опису життя як боротьби з метою продемонструвати читачеві, що потрібно завжди боротися з проблемами та ніколи не здаватися: (A, 5) *That is a lesson I struggled many years to learn* (LWL: 5); (A, 18) *If you are one of the many people struggling each day, keep in mind that beyond my own struggles there was a purpose for my life awaiting me. And it has proven to be far, far, far beyond anything I ever could have imagined* (LWL: 8). Моральні перетворення, у свою чергу, представляються як дорога, тобто, шлях з метою досягнути певної мети: (A, 17) *If you've seen one of my talks posted on the Internet, the happiness I have that shines through in those videos is the result of the journey I've made* (LWL: 7). Концептуальні метафори, що використовуються у наведених прикладах, покликані створити певний асоціативний ряд у свідомості читача для того, щоб міцніше «закріпити» представлену інформацію та створити довготривалу мотивацію.

Внутрішні емоції знаходяться наче глибоко в тілі та є найбільш сокровенними для автора, що він намагається передати і читачеві: (A, 10) *Yes, I do have distinct challenges, but I also am blessed with a loving family, with a keen enough mind, and with a deep and abiding faith* (LWL: 6). Метафора, що використовується у цьому прикладі, показує душу людини як посуд, як фізичне тіло, де глибоко знаходиться віра, таким чином, указуючи на те, що кожна людина може відшукати в собі віру, якщо зазирне «глибше».

Серце як орган чуття та орган, що за стереотипами відчуває за почуття, уособлює собою душу, яка може боліти: (A, 13) *My heart ached. I was depressed, overwhelmed with negative thoughts, and didn't see any point in my life* (LWL: 7). Внутрішні емоції передаються як вплив природних явищ на людину: (A, 59) *This was one of the worst as far as the environment, but it was also one of the most*

heart-warming in spirit (LWL: 20); (A, 61) *They were simply beaming at me. My life has rarely seemed so blessed* (LWL: 20).

Вплив автора на життя своїх послідовників в аналізованому тексті порівнюється із фізичним дотиком, таким чином, демонструючи, що кожна людина фактично впливає на інших не лише діями, а і словами: (A, 7) *They approach me in airports, hotels, and restaurants and hug me, telling me that I have touched their lives in some way* (LWL: 6).

Метафори на основі протиставлення темряви й світла дозволяють створити відчуття змін, коли життя «до» протиставляється життю «після»: (A, 97) *Part of the problem was that I'd spent more time with adults and older cousins than with kids my own age. I had a more mature outlook, and my more serious thoughts sometimes took me into dark places* (LWL: 34); (A, 15) *I'll light the path to the other side of grief where you can emerge stronger, more determined, and empowered to pursue the life you want, and perhaps even to find a life beyond any you could have imagined* (LWL: 7).

Ще одним метафоричним протиставленням, що використовується в мотиваційному дискурсі, це невдача як падіння та розвиток як підйом: (A, 19) *You may fall down and feel as though you don't have the strength to get back up* (LWL: 8).

Те, що говорять про людину інші, автор представляє як товар, який можна або купувати, або ні. Тобто, метафора *buy into* представляє ситуацію, коли читач може обирати, чи враховувати чужу точку зору, чи ні: (A, 36) *We buy into what others say about us, or we put restrictions on ourselves* (LWL: 12). Ще однією метафорою, пов'язаною з торгівлею, є метафора в наступному фрагменті: (A, 72) *Doing tasks my way, even if it was the hard way became my trademark!* (LWL: 27) У цьому випадку відмінна риса представляється як «торгова марка», тобто, певний знак, що легко впізнати та відрізнити серед інших.

Таким же чином, віра представляється як механічний процес. Зокрема, якщо людина втрачає мрії, то вона наче відкладає Бога в коробку, тобто,

відрікається від нього «до кращих часів»: (A, 38) *When you give up on your dreams, you put God in a box* (LWL: 13). Бог, у свою чергу, представляється як творець усього живого, при чому він творить своїх дітей із любові, тобто, з любов'ю: (A, 87) *Even if at times you feel alone, you should know that you are loved too and recognize that God created you out of love* (LWL: 32).

Ще одним механічним процесом, що описується в аналізованому тексті, є вплив людини на її оточення. Людина у цьому випадку представляється як вісь, ложка, що перемішує готову справу у горщику: (A, 94) *You should consider yourself the stick and the world your pot of stew* (LWL: 33).

Очікування дива для автора представляється як очікування фактичного приходу чогось фізичного, приходу людини: (A, 90) *There is no reason to panic if your miracle doesn't arrive, or if your wish doesn't come true right this minute* (LWL: 33).

Наступний механічний процес – це плин часу. Він сприймається як фізичний процес руху стрілок на годиннику – хвилини цокають, наче годинник, таким чином, роблячи сприйняття часу фізичним та відчутним: (A, 50) *As the seconds ticked by and they were still not bringing the baby for her to see, she sensed even more that something was wrong* (LWL: 14).

Стереотипне уявлення про життя як щось приємне, «рожеве», засуджується у наступному контексті: (A, 43) *Adjustments are necessary along the way because life isn't always rosy, but it is always worth living* (LWL: 13). У свою чергу, автор бачить життя як вітерець, який дує то в один бік, то в інший, і це варто розуміти і брати до уваги: (A, 92) *For the longest time I thought that if my body were more “normal,” my life would be a breeze* (LWL: 33).

Одночасне використання **епітету** та **метафори** дозволяє створювати такі речення, в яких автор створює образний опис свого життя як чогось абсолютно неймовірного: (A, 2) *My goal is to encourage you to overcome your own challenges and hardships so you can find your own purpose and pathway to a ridiculously good life* (LWL: 5). Прислівник *ridiculously* є одночасно метафорою й епітетом, що наче демонструє здивування самого автора щодо того, як змінилося його життя.

Порівняння – це стилістична фігура, представлена різними синтаксичними конструкціями, що відображають мисленнєву операцію поєднання обох предметів, явищ, ситуацій, ознак на підставі їхнього уподібнення, установлення аналогій між ними [83: 475].

Значення порівняння для створення персуазивних текстів полягає в тому, що за допомогою цього стилістичного прийому автор має здатність описати щось невідоме читачеві через те, що йому або добре відоме, або уже закарбоване у свідомості читача як певний образ з певними характеристиками, наприклад, бик як уособлення сили або куля потужна зброя: (А, 73) *Using my head was my only option in those early days, – a fact that developed my massive intellect (kidding!) while also giving me the neck strength of a Brahma bull and a forehead hard as a bullet* (LWL: 27).

Гіпербола розглядається як стилістичний прийом, спрямований на навмисне перебільшення або інтенсифікацію ознаки предмета, явища чи дії, що базується на контрастному протиставленні реальної та нереальної утрируваної кількісної або якісної характеристики. Цей прийом є контекстуально-зумовленим і може бути зрозумілим тільки, якщо автор та реципієнт поділяють спільні фонові або контекстуальні знання [66: 10]

Художнє перебільшення використовується автором, у першу чергу, для демонстрації неймовірних результатів, яких він досяг, прийнявши своє тіло та Бога. Автор говорить, що його життя стало таким, про яке він ніколи не міг навіть мріяти: (А, 6) *Today, though, my life is beyond anything we could have imagined* (LWL: 6).

Він говорить про те, що людина є найбільшою цінністю: (А, 41) *As God's child, you are beautiful and precious, worth more than all the diamonds in the world* (LWL: 13). І, якщо кожен повірить у себе, його життя також зміниться на краще: (А, 83) *I'm telling you that you can't even imagine the good that awaits you if you refuse to give up* (LWL: 31). Перебільшення в наведених вище фрагментах створене за рахунок використання порівняльної конструкції (*more than all the*

diamonds in the world), модальних дієслів (*could have imagined, can't even imagine*), прикметника (*all*).

Гіпербола використовується також для опису ситуації, яка призвела до інвалідності автор. Для того, щоб показати, що від вроджених вад не захищений ніхто, і що такі вади можуть не бути провиною батьків, автор описує роботу своєї матері, яка щодня мала справу з молодими мамами та їх дітьми, а отже, знала практично все про підготовку до пологів та не могла ставитися до цього халатно: (A, 49) *She'd been a midwife and worked as a pediatric nurse in charge in the delivery room where she provided care for hundreds of mothers and their babies* (LWL: 14). У цьому реченні гіпербола виражена мовною одиницею кількісної семантики *hundreds*. Очевидно, що вона мріяла про те, що в неї народиться здорова дитина, однак цього не сталося: (A, 65) *As I was growing up, of course, they did not let on that I was not exactly the child of their dreams* (LWL: 26).

Наступний стилістичний прийом, що використовується для створення персуазивності мотиваційного дискурсу, – це **протиставлення** – підкреслення протилежного в житті для більшої виразності зображуваного [83: URL].

Важливо зазначити, що більшість ідей мотиваційного дискурсу Н. Вуйчича виражається за схемою «до» та «після». До емоційного перетворення автор відчував як неповноцінна людина та страждав від цього, а після перетворення він почав почуватися набагато більш впевненим та щасливим. Саме на цьому логічному протиставленні будуються стилістичні протиставлення у тексті.

Наприклад, протиставлення використовується для того, щоб продемонструвати переосмислення автором ролі його фізичного стану в його житті: (A, 9) *What my family and I could not foresee was that my disability – my “burden” – could also be a blessing, offering me unique opportunities for reaching out to others, empathizing with them, understanding their pain, and offering them comfort* (LWL: 6); (A, 33) *My unique challenges have opened up unique opportunities to reach so many in need* (LWL: 12). Основою протиставлення у

наведених вище фрагментах слугують антоніми (*burden – blessing, challenges – opportunities*).

На основі протиставлення автор демонструє те, як можна ставитися до своїх так званих недосконалостей, і що прийняття цих недосконалостей дозволяє людині зрозуміти, що вона гарна саме така, якою вона є: (A, 26) *I found happiness when I realized that as imperfect as I may be, I am the perfect Nick Vujicic* (LWL: 12). У цьому реченні протиставлення базується на префіксальному способі (*imperfect – perfect*).

Префіксальний засіб також використаний для протиставлення, що дозволяє продемонструвати відмінності внутрішнього стану від зовнішнього, як у наступному фрагменті: (A, 32) *I'm officially disabled, but I'm truly enabled because of my lack of limbs* (LWL: 12).

Своє ставлення до свого тіла в минулому автор представляє як протиставлення двох полярних станів – прийняття і здатність пожартувати та повне неприйняття та скутість: (A, 96) *On my good days I won them over with my wit, my willingness to poke fun at myself, and by throwing my body around on the playground. On my worst days I hid behind the shrubbery or in empty classrooms to avoid being hurt or mocked* (LWL: 34). Використання такого протиставлення покликане показати, що у будь-якої людини є сумніви щодо себе, і такі емоції відчувати нормально. Це підтверджується наступним протиставленням, в якому демонструється, що всі проблеми можуть бути вирішені, а тому варто пам'ятати, що хороші часи все ж настануть: (A, 45) *As bad as circumstances appear, there are better days ahead* (LWL: 13). Автор говорить про те, що страхи можуть перетворюватися у радість, здивування щодо чудового минулого: (A, 74) *There is nothing wrong with looking ahead and planning for the future, but know that your worst fears could just as easily prove to be your best surprise* (LWL: 28). Тут протиставлення засноване на використанні антонімічних прикметників вищого ступеня порівняння.

Значну роль у розповіді автора відіграє Бог як вища сутність, що любить кожну людину: (A, 88) *His love for you is unconditional. He doesn't love you if... He*

loves you always. Remind yourself of that when feelings of loneliness and despair come over you (LWL: 32). Протиставлення у цьому випадку представлене фразою як засіб переконати читача в тому, що для Бога всі люди рівні, що він любить їх усіх без будь-яких умов, а лише за те, що вони є на цьому світі.

Алюзія розуміється як рекурсивний зв'язок із певними текстами (з тими, що вже створені), занурення тексту до континууму інших текстів, а також прокурсивний зв'язок як зв'язок з тим, що ще буде створено, прогностичний вплив певного тексту на дальший розвиток текстами, жанру, семіосфери, до якої належить текст [83: 210].

Для Н. Вуйчіча основне джерело алюзій – Біблія. Автор використовує алюзії для того, щоб підтвердити слова автора «авторитетним» джерелом, що робить оповідь більш переконливою. Алюзія може використовуватися як у вигляді цитат: (A, 4) *But the Bible says, “Consider it pure joy, whenever you face trials of any kinds”* (LWL: 5); так і у вигляді «переказів» біблійних творів: (A, 27) *I am God's creation, designed according to His plan for me* (LWL: 12).

Себе автор представляє як таку ж людину, як і інші, незважаючи на його тілесні вади: (A, 12) *Of course, I'm all too human and wanted to be like everyone else, but there seemed little chance for that* (LWL: 7). При цьому автор вживає знамениту фразу *all too human*, що є алюзією на назву книги Ф. Ніцше *Human, All Too Human: A Book for Free Spirits*.

Останнім стилістичним засобом створення персуазивності, що буде розглянуто в роботі, є **емфаза** – художній троп, який описує ті випадки, коли вагомими є імпліцитні смисли (*more is implied than is said* – початковий смисл в англійському запозиченні) [85: URL]. У сучасних лінгвістичних словниках емфазу тлумачать як виділення якогось елементу висловлення з метою посилення емоційної виразності мовлення, акцентування уваги [83: URL].

Основним засобом створення емфазу у текстах мотиваційного дискурсу є використання підсилювального дієслова *do*, що дозволяє акцентувати увагу на певних ментальних та фізичних діях, які здійснюються автором тексту: (A, 28) *I*

do believe my life has no limits (LWL: 12); (A, 76) *I did present challenges beyond the training of most health care professionals* (LWL: 29).

До емпатичних також належить синтаксична конструкція *as... as...*, стилістичним призначенням якої постає підвищення значимості того, про що говориться у такому фрагменті: (A, 56) *For my part, I came to see that as great as my challenges were, many people had heavier burdens than mine* (LWL: 19).

Отже, аналіз мовних засобів створення персуазивності в текстах мотиваційного дискурсу дозволив виявити такі стилістичні засоби персуазивності, як епітет, метафора, поєднання епітета та метафори, порівняння, гіпербола, протиставлення, алюзія та емпфаза.

2.2 Граматичні та синтаксичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу

Створення персуазивності мотиваційного дискурсу на граматико-синтаксичному рівні відбувається шляхом використання в мотиваційних текстах таких граматичних форм і синтаксичних конструкцій, що здатні впливати на сприйняття тексту читачем з метою його переконання на основі зіставлення явищ, інтенсифікації оцінки, прямих або опосередкованих закликів до дії тощо. Розглянемо специфіку використання таких засобів в текстах мотиваційного дискурсу.

Фігура **повтору** є стилістичною фігурою мови, яка складається з повторення звуків, слів, морфем, синонімів або синтаксичних конструкцій в умовах достатньої тісноти ряду, тобто, досить близько, щоб бути помітними читачу [3: 244].

Повтор використовується для того, щоб продемонструвати інтенсивність внутрішньої боротьби автора та людей, що його оточують: (A, 18) *If you are one of the many people struggling each day, keep in mind that beyond my own struggles there was a purpose for my life awaiting me. And it has proven to be far, far, far beyond anything I ever could have imagined* (LWL: 8).

Використання повтору дозволяє сформувавши у читача висновок про те, що, незважаючи на всі проблеми, незважаючи на чисельні недоліки, людина має широкі можливості: (А, 35) *Too often we tell ourselves we aren't smart enough or attractive enough or talented enough to pursue our dreams* (LWL: 12).

Повтор певних стилістичних конструкцій з використанням різних займенників дозволяє автору продемонструвати, що те, що зробив він, можливе і для інших людей: (А, 39) *I have a choice. You have a choice* (LWL: 13).

Якщо ж повтору відбувається у площині цілісної синтаксичної конструкції, відбувається інтенсифікація. Це – «повтор-нагадування», що дозволяє акцентувати увагу на тому головному, що може, на думку автора, змінити життя будь-якої людини: (А, 40) *We can choose to dwell on disappointments and shortcomings. We can choose to be bitter, angry, or sad* (LWL: 13).

У деяких випадках повтор одного слова у різних контекстах створює ситуацію зіставлення, яка демонструє взаємозв'язок між діями людини та їх результатами: (А, 91) *Remember, God helps those who help themselves* (LWL: 33).

Наступна синтаксична фігура, що використовується в мотиваційному дискурсі для створення персуазивності, – це **полісиндетон** – зумисне нагромадженням сполучників (іноді прийменників) зі стилістичною метою, зокрема для підсилення кожного з компонентів висловлювання [80: 335].

Зокрема, повторення сполучника *or* дозволяє створити ситуацію вибору між альтернативами. Зокрема, у наступному фрагменті автор використовує полісиндетон для того, щоб показати, що в нього з'являється значна кількість негативних думок і сумнівів, таким чином, представляючи себе як звичайну людину і наближаючись до читача: (А, 24) *Seeing a guy like this being happy makes me wonder why the hell I feel sorry for myself sometimes... or feel that I'm not attractive enough, or funny enough, or WHATEVER* (LWL: 11).

Перерахування – це використання однорідних членів речення, які виконують однакову синтаксичну функцію, відносяться до одного й того самого члена речення і поєднуються між собою сурядним зв'язком. Однорідні

члени речення рівноправні і не залежать одне від одного. Вони називають поняття, близькі за своєю сутністю [82: 1].

З використанням перерахування автор мотиваційного тексту створює конструкції, в яких інтенсифіковано його ідею. Випадки перерахування, представлені номінаціями позитивних рис людини та позитивних емоцій, використовуються для того, щоб продемонструвати, що саме позитивне ставлення до життя є ключем до перетворень: (A, 1) *I travel the world encouraging millions of people to overcome adversity with faith, hope, love, and courage so that they may pursue their dreams* (LWL: 5).

Ще одним прикладом використання перерахування є використання надзвичайно близьких семантично слів, як позитивних, так і негативних, для того, щоб інтенсифікувати розповідь та підвищити її емоційність. Використання однорідних номінацій негативних емоцій, зокрема, дозволяє передати відчуття людей, коли вони зіштовхуються із труднощами: (A, 64) *In recent years my parents have been candid in describing their fears and nightmares immediately following my birth* (LWL: 26); у свою чергу, використання однорідних номінацій позитивних емоцій демонструє неперевершений результат емоційних зусиль людини: (A, 60) *As I began speaking, I was struck by the joy and happiness radiating from my audience* (LWL: 20).

Вставні конструкції – це такі конструкції, які вживаються для доповнення, роз'яснення чи уточнення предметного змісту речення. Вони властиві усному мовленню. У художній літературі та публіцистиці вони використовуються для стислості викладу або експресії [81: 1].

У текстах мотиваційного дискурсу використовуються вставні конструкції, які демонструють власне ставлення автора до того, про що він говорить. Це, наприклад, конструкція *to be honest* дозволяє авторові акцентувати увагу на тому, що він виражає власні емоції та передає свій власний досвід: (A, 16) *To be honest, I didn't always believe it myself* (LWL: 7). Апелювання до чесності також відбувається шляхом використання конструкції *I'll concede*, яка наче відкриває

щирі розповіді про власний досвід: (A, 85) *I'll concede that for a long time I did not believe that I had any power over how my own story would turn out* (LWL: 31).

Вставні конструкції також використовуються для вираження впевненості автора в тому, що він пише. До таких конструкцій належить, наприклад, *to be sure*: (A, 58) *The people there live hard lives, to be sure, but those I met were very caring, seemingly happy, and filled with faith* (LWL: 20).

Ще одним випадком використання вставних конструкцій є їх застосування з метою демонстрації роздумів: (A, 80) *Raising me was certainly not easy, but I think they'll tell you that for all the challenges, we had plenty of laughter and joy* (LWL: 30); (A, 81) *All things considered, I had an amazingly normal childhood in which I enjoyed tormenting my siblings, Aaron and Michelle, just like all big brothers!* (LWL: 30).

Окрім того, вставні конструкції можуть використовуватися для створення когезії тексту, для зв'язування висловлених ідей та для звернення безпосередньо до читача: (A, 70) *You see, I don't think we are ever given more than we can handle* (LWL: 26); (A, 20) *As we begin our journey together, please take a moment to think about any limitations you've placed on your life or that you've allowed others to place on it* (LWL: 12).

Вставні конструкції використовуються також для створення оцінності в тексті, здебільшого для демонстрації інтенсивності певного явища: (A, 52) *Even so, when my mum told me that she didn't want to hold me after I was born, it was hard to take, to say the least* (LWL: 18); (A, 63) *My dad went back to teaching computing and management in the College of Technical and Further Education. My mum devoted her life to my brother and sister and, mostly, me* (LWL: 25).

У деяких випадках вставні конструкції також можуть бути елементом прийому створення комічного, коли за певним жартом у дужках приховано підказку для читача: (A, 73) *Using my head was my only option in those early days, – a fact that developed my massive intellect (kidding!) while also giving me the neck strength of a Brahma bull and a forehead hard as a bullet* (LWL: 27); (A, 77) *Even still, once I chilled out (quite literally), my quality of life received a big boost*

from my newly freed toes (LWL: 30). Комічне розслабляє читача, створюючи особливо тісний зв'язок між автором та читачем.

Імператив, або наказовий спосіб дієслова, використовується як засіб прямого спонукання читача до здійснення певних дій: (А, 67) *Don't put your life on hold so that you can dwell on the unfairness of past hurts* (LWL: 26); (А, 93) *Take responsibility and then take action* (LWL: 33).

Однак здебільшого використання імперативу спонукає до здійснення саме ментальних дій, що передбачають переосмислення читачем написаного та формулювання висновків, що очікуються автором: (А, 48) *It's important to recognize your own value. Know that you also have something to contribute* (LWL: 13); (А, 53) *I was insecure enough as it was, but to hear that my own mother could not bear to look at me was... well, imagine how you might feel* (LWL: 18); (А 88) *His love for you is unconditional. He doesn't love you if... He loves you always. Remind yourself of that when feelings of loneliness and despair come over you* (LWL: 32); (А, 89) *Remember, those are just feelings* (LWL: 32).

Риторичне запитання – це твердження чи заперечення, вбране у форму запитання. Воно містить відповідь в собі самому, тому не передбачає однозначної відповіді «так» чи «ні». Воно викликає певні вербальні та невербальні реакції (думки, судження, почуття, емоції), підвищує експресивність мови, надає їй естетичну цінність (не випадково дана фігура отримала назву «риторичної», оскільки її стилістична функція є очевидною) [9: 15].

Риторичні питання, в першу чергу, використовуються як засіб спонукання читача до роздумів, як у наступних прикладах: (А, 22) *All in all, those are pretty ordinary activities that just about anybody can do, right? So why do you think that video has been viewed millions of times?* (LWL: 11); (А, 47) *What good is a life without limbs? Just by looking at me, people know that I faced and overcame many obstacles and hardships* (LWL: 13); (А, 62) *How can prisoners sing with joy? They rise above by accepting that certain events are beyond their control and beyond their*

understanding too, and then focusing instead on what they can understand and control (LWL: 21).

Саме риторичні питання дозволяють авторові поставити читача на місце його персонажів та зрозуміти мотиви їх вчинків: (A, 54) *She was in shock and frightened. How would I have responded as a parent?* (LWL: 19);

Риторичні питання також дозволяють спонукати читача мріяти, що є сильним прийомом створення мотивації до змін: (A, 31) *Now think about what it would be like to be free of those limitations. What would your life be if anything were possible?* (LWL: 12).

Риторичні питання із зверненням безпосередньо до читача також є мотивуючим до дій, оскільки пропонують читачеві спільно з автором почати вирішувати проблеми: (A, 21) *Together, the possibilities for us are just ridiculous. So what do you say? Shall we give it a go, mate?* (LWL: 8).

Окличні речення активізують увагу адресата та сприяють реалізації однієї з головних прагматичних цілей – підсиленню емоційного впливу на читача. Вони широко представлені в різних функціональних стилях: художньому, розмовному, публіцистичному та ін. [26: 282]

Розповідні окличні речення виражають емоційно-піднесене ставлення автора до викладених фактів дійсності. При цьому не змінюється модальне значення й цілеспрямованість повідомлення. Відбувається, так би мовити, нашарування емоційного змісту на інтелектуальний та подальше їх співіснування в семантиці речення: (A, 37) *What's worse is that when you consider yourself unworthy, you are putting limits on how God can work through you!* (LWL: 12).

Спонукально-окличні речення є вираженням емоційного забарвлення спонукування. Головною метою такого типу речень є, передусім, спонукування, заклик до активної дії, підкріплене специфічною інтонацією: (A, 34) *Just imagine what is possible for you!* (LWL: 12); (A, 84) *My life is an adventure still being written – and so is yours. Start writing the first chapter now!* (LWL: 31).

Отже, на граматико-синтаксичному рівні персуазивність мотиваційного дискурсу створюється шляхом використання таких засобів, як повтор, полісиндетон, однорідні члени речення, вставні конструкції, імперативи, риторичні питання та окличні речення.

2.3 Лексичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу

На лексичному рівні засобом створення персуазивності мотиваційного дискурсу є характерний для таких текстів вибір словесного наповнення, що передбачає широке використання оцінної лексики, інтенсифікаторів, емотивів, розмовної лексики, евфемізмів, ідіоматичних сполучень.

Оцінна лексика – це так звані «конотативні слова», лінгвістичний феномен, особливий компонент, за допомогою якого виражається психічний стан мовця, його ставлення до предмета, об'єкта, адресата мовлення, тобто все те, що складає мету емотивної функції слова [50: 321]. Використання оцінної лексики дозволяє автору тексту не лише продемонструвати власне ставлення до описуваних явищ, а і передати, «заразити» цим ставленням читача з метою модифікації його свідомості у вигідному авторові напрямку.

Наприклад, автор пропонує стійку негативну оцінку явищ, що ускладнюють життя людини: (А, 3) *Hard times and tough circumstances can trigger self-doubt and despair* (LWL: 5). У наведеному фрагменті словосполучення *hard times* та *tough circumstances* не лише демонструють складності життя, а й через наданням цим явищам негативної оцінки представляють їх як негативні фактори, що не залежать від людини, а тому людина не може бути «винна» в тому, що вони впливають на її життя. Мотиваційний аспект представленого фрагменту полягає в тому, що демонстрація подій, які не залежать від людини, їх емоційний опис, демонструють, що у кожного можуть настати важкі часи, однак це – не привід скласти руки і переставати діяти для того, щоб покращити життя.

З іншого боку, характеристики окремих людей у творах мотиваційного дискурсу, особливо такого, що пов'язаний із релігією (а книга Н. Вуйчича має саме релігійне спрямування), є позитивними. Наприклад, автор використовує слово *loving* для характеристики свої батьків, які не кинули його у скрутному становищі, та словосполучення *keen enough*, щоб продемонструвати свої старання та уміння: (A, 10) *Yes, I do have distinct challenges, but I also am blessed with a loving family, with a keen enough mind, and with a deep and abiding faith* (LWL: 6). У цьому випадку мотивація полягає в тому, що, описуючи свою люблячу родину, автор демонструє, що завжди знайдуться люди, які допоможуть читачеві, а особливо підтримку варто шукати серед родини.

Навіть говорячи про тих, хто якимось чином ставився до нього негативно, автор використовує словосполучення *typically blunt kids*, щоб показати, що діти не були злими, а просто не розуміли, як правильно ставитися до людей з особливими потребами: (A, 95) *Often those who hurt me didn't set out to be cruel; they were just being typically blunt kids* (LWL: 34). Мотиваційний аспект речення актуалізується через пом'якшення провини людей, які негативно ставляться до людей з обмеженими можливостями – автор показує, що не варто серйозно ставитися до цього, оскільки їх мотивом є не ненависть, а нерозуміння невідомого.

Для того, щоб створити емоційний контакт із читачем, автор використовує оцінну лексику також для самопрезентації. Наприклад, прикметник *candid* у наступному реченні використовується для того, щоб наголосити на власній чесності, через що читач сприйматиме подальшу інформацію як правдиву: (A, 11) *I'll be candid here and throughout the book in sharing that neither my faith nor my sense of purpose grew strong until I went through some very scary times* (LWL: 6).

Широко використовується оцінна лексика також для характеристики вражень автора від тих чи інших подій чи явищ, наприклад: (A, 78) *It's amazing what a little foot and a couple of toes can do for a bloke with no arms and no legs* (LWL: 30); (A, 81) *All things considered, I had an amazingly normal childhood in*

which I enjoyed tormenting my siblings, Aaron and Michelle, just like all big brothers! (LWL: 30).

Для підвищення мовленнєвого впливу автор мотиваційного тексту в своєму мовленні використовує підсилювальні засоби, тобто **інтенсифікатори** – «мовні засоби, спрямовані на посилення мовного впливу на адресата» [29: 401]. Інтенсифікатори використовуються одночасно із **оцінною лексикою** з метою підсилення ефекту від висловлювання.

Зокрема, інтенсифікаторами може виступати власне оцінна лексика, як у наступному фрагменті: (A, 8) *I am truly blessed. I am ridiculously happy* (LWL: 6). Словосполучення *truly blessed* та *ridiculously happy* покликані продемонструвати крайній ступінь задоволення життям, до якого автор прийшов через прийняття своїх недоліків та усвідомлення переваг.

Іншим лексичним засобом створення персуазивності мотиваційного дискурсу є використання **емотивів**, що розуміються як мовна одиниця, призначена для типізованого вираження емоцій. Власне емотиви і складають лексичний відділ емотивних засобів мови [58: 100]. Виражаючи людські емоції, емотиви використовуються в мотиваційному дискурсі для того, щоб продемонструвати, що будь-яка людина може відчувати всі емоції надзвичайно широкого спектру, притаманного людині, однак варто пам'ятати, що ніщо не вічне, а отже, не можна концентруватися на негативних аспектах життя.

У першу чергу, емотиви виражають власні емоції автора щодо світу, що його оточують. Це – його уподобання, виражені словом *like*, а також емоційні стани, що викликаються його життям та характеризуються прикметниками *adventurous* та *fulfilling*: (A, 23) *People often expect someone with a severe disability to be inactive, maybe even angry and withdrawn. I like to surprise them by showing that I lead a very adventurous and fulfilling existence* (LWL: 11).

Свою вдячність до батьків автор передає прикметником *glad*, демонструючи, що їх ставлення до нього викликає й нього радість: (A, 55) *I'm glad that we waited until I was secure, knowing deep in my heart of hearts that they loved me* (LWL: 19).

Використання емотивів дозволяє створити додаткову емоційність оповіді, як у наступному фрагменті: (А, 99) *Then, to my everlasting shock and gratitude, as I moved into my teen years, I gradually won acceptance, first from myself and then from others* (LWL: 34). У цьому випадку емоції автора описуються словосполученням *everlasting shock* та *gratitude*, описуючи, що саме ці емоції він відчував як результат дій його батьків, що намагалися всіма силами допомогти йому.

З іншого боку, щоб продемонструвати, що йому довелося пройти через складні часи, автор говорить про такі емоції, як страх та стан депресії, використовуючи відповідно прикметник *scary* та іменник *depression*: (А, 98) *I went through a very scary period of depression at a young age* (LWL: 34).

Широкий спектр емоцій автор пропонує читачеві для того, щоб продемонструвати його здатність обирати саме ті емоції, які йому більш подобаються. Це – такі емотивні прикметники, як *bitter*, *angry* та *sad*: (А, 40) *We can choose to dwell on disappointments and shortcomings. We can choose to be bitter, angry, or sad* (LWL: 13).

Використання емотивів також дозволяє авторові висловити своє ставлення до того, про що він говорить. У цьому випадку він наголошує на почутті впевненості, використовуючи прикметник *certain*, та прагнучи передати цю впевненість читачеві: (А, 46) *I'm certain of that because it's been true in my life* (LWL: 13).

Ще одним прикладом використання емотивів у текстах мотиваційного дискурсу є опис невербальних засобів спілкування з метою передати певні емоції. Вираз *put a hand on your shoulder* використовується як індикатор близького спілкування та щирого співчуття до співрозмовника: (А, 44) *I can't put a hand on your shoulder to reassure you, but I can speak from the heart* (LWL: 13).

До **розмовної лексики** належать слова, що «протиставляються стилістично нейтральній та книжній лексиці літературної мови своїм емоційно-експресивним забарвленням і функціонально-стильовим навантаженням.

Розмовність охоплює широку гаму стильових і емоційних оцінок у невимушеному, переважно побутовому спілкуванні» [84: 521].

Використання розмовної лексики при звертанні безпосередньо до читача дозволяє автору встановити особливий дружній зв'язок із читачем, атмосферу довіри та взаємного розуміння: (А, 20) *I know the feeling, mate. We all do* (LWL: 8).

Наступним засобом персуазивності, що розглядається в роботі, є використання **евфемізмів**. Евфемізм – це слово або вислів, троп, що вживається для непрямих, прихованих, зокрема пом'якшених, ввічливих, позначення певних предметів, явищ, дій замість прямої їх назви [84: 168].

Евфемізми в текстах мотиваційного дискурсу використовуються в моменти, коли не можна уникнути розмови про неприємні речі, однак автор хоче їх максимально пом'якшити для того, щоб акцентувати увагу на іншому. Словосполучення *off with God* використовується на заміну прикметника *dead* «мертвий» для того, щоб з одного боку, описати емоційний стан мовця у той час, а з іншого – не акцентувати увагу на смерті: (А, 66) *If I was helpless and unable to experience life, he felt I would be better off with God* (LWL: 26).

До лексичних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу також належать **ідіоми**. Ідіоми, або фразеологічні одиниці, – це «стійкі словосполучення, семантика яких не виводиться зі значень її складників, а інтегрована ними формально; виникає внаслідок втрати мотиваційних відношень» [83: URL].

Використання ідіоматичних виразів дозволяє більш образно та стисло охарактеризувати ті об'єкти чи явища, про які говорить автор: (А, 79) *You may not be able to see a bright light at the end of your own dark tunnel right now, but know that my parents could not envision what a wonderful life I would have one day* (LWL: 30); (А, 82) *Life may be kicking you around right now* (LWL: 31).

Отже, до лексичних засобів створення персуазивності у текстах мотиваційного дискурсу належать оцінна лексика, поєднання оцінної лексики та інтенсифікаторів, емотиви, розмовна лексика, евфемізми та ідіоми. Лексичні засоби персуазивності повинні обов'язково розглядатися в контексті, в якому

вони використовуються, оскільки саме контекст у більшості випадків дозволяє продемонструвати мотиваційний потенціал таких засобів.

2.4 Графічні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу

Використання графічних прийомів персуазивності не є значно поширеним у текстах мотиваційного дискурсу, однак їх розгляд також потребує уваги, оскільки вони представляють собою окремий рівень персуазивного спілкування.

В аналізованому тексті основним засобом персуазивності на графічному рівні є **написання всього слова з великих літер**. Використання такого прийому виділяє слово серед усього тексту, акцентуючи на ньому увагу та привертаючи до нього читача. Наприклад, у наступному фрагменті графічне виділення слова *happy* демонструє несподіваність щастя головного героя, що не відповідає стереотипним уявленням суспільства про життя людини-інваліда: (A, 25) *How can I even think thoughts like that when this guy is living without limbs and still being HAPPY!?* (LWL: 11).

Розглянемо ще один приклад: (A, 24) *Seeing a guy like this being happy makes me wonder why the hell I feel sorry for myself sometimes... or feel that I'm not attractive enough, or funny enough, or WHATEVER* (LWL: 11). У цьому випадку графічне виділення слова *whatever* акцентує увагу на тому факті, що людина може вважати, що в неї надзвичайна безліч проблем, проте кожна людина має можливість бути щасливою.

Таким чином, графічні засоби персуазивності в аналізованому тексті представлені написання слова з великої літери, що дозволяє авторів виділити це слово серед великого масиву тексту.

Проведене дослідження дозволило отримати кількісні результати щодо частотності використання в текстах мотиваційного дискурсу засобів персуазивності кожного рівня, представлені в таблиці 2.1. Як результат

узагальнення кількісного матеріалу, в роботі побудовано ієрархію основних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу (Додаток Б).

Таблиця 2.1

Мовні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу: кількісний аспект

Засоби персуазивності	Кількість	Частка
1. Стилiстичнi засоби	50	40,7%
епiтет	8	6,5%
метафора	23	18,7%
порiвняння	1	0,8%
гiпербола	6	4,9%
протиставлення	8	6,5%
алюзiя	2	1,6%
емфаза	2	1,6%
2. Граматико-синтаксичнi засоби	39	31,7%
повтор	7	5,7%
полiсиндетон	2	1,6%
однорiднi члени речення	3	2,4%
вставнi конструкцiї	11	8,9%
iмператив	6	4,9%
риторичне запитання	7	5,7%
окличне речення	3	2,4%
3. Лексичнi засоби	32	26%
оцiнна лексика	11	8,9%
iнтенсифiкатор	3	2,4%
емотиви	14	11,4%
розмовна лексика	1	0,8%
евфемiзм	1	0,8%
iдiома	2	1,6%
4. Графiчнi засоби	2	1,6%
написання всього слова з великої лiтери	2	1,6%
Загалом:	123	100%

Як демонструють отримані результати, в текстах мотиваційного дискурсу домінують стилістичні засоби персуазивності (40,7%), серед яких основними є

метафора (18,7%), епітет (6,5%), протиставлення (6,5%) та гіпербола (4,9%). Такі стилістичні засоби дозволяють створювати образність оповіді, таким чином, не лише мотивуючи читача, а і створюючи в його свідомості образи, які викликають у нього мотивацію в подальшому, коли він знову стикатиметься з описуваними явищами. Досить частотним також є використання граматико-синтаксичних засобів персуазивності (31,7%), серед яких виділяємо вставні конструкції (8,9%), риторичні запитання (5,7%), повтори (5,7%) та імперативи (4,9%). Граматико-синтаксичні засоби структурують оповідь таким чином, щоб зробити їх сенс максимально доступним для читача, акцентують його увагу на тому, про що хоче повідомити автор, або ж, як у випадку з риторичними питаннями, дозволяють автору звернутися до читача та змусити його додатково замислитися над прочитаним, дати йому власну оцінку. Частка лексичних засобів персуазивності складає 26%. У цій групі основними засобами є емотиви (11,4%) та оцінна лексика (8,9%). Частка графічних засобів, представлених написанням всього слова з великої літери, складає лише 1,6%.

Висновки до розділу 2

1. Стилiстичнi засоби персуазивностi передбачають створення експресивних виразiв та стiйких образiв, що здатнi здiйснювати вплив на свiдомiсть читача шляхом спiвставлення об'єктiв, явищ та їх характеристик (епiтет, метафора, порiвняння), перебiльшення характеристик або значення тих чи iнших об'єктiв чи явищ (гiпербола), їх протиставлення один одному (стилiстичний прийом протиставлення), апелювання до авторитетних джерел (алюзiя) та видiлення окремих, найбiльш важливих для автора, аспектiв життя (емфаза). Серед стилiстичних засобiв найбiльш частотними метафора (18,7%), епiтет (6,5%), протиставлення (6,5%) та гiпербола (4,9%).

2. Сутнiсть граматико-синтаксичних засобiв персуазивностi текстiв мотивацiйного дискурсу полягає у специфiчнiй органiзацiї тексту, в якiй граматичнi форми та синтаксичнi конструкцiї дозволяють поставити акцент на

потрібній інформації (повтор, полісиндетон, однорідні члени речення) або викликати у читача потрібні автору почуття (вставні конструкції, імператив, риторичні питання, окличні речення). У цій групі найбільш частотними є такі засоби, як вставні конструкції (8,9%), риторичні запитання (5,7%), повтори (5,7%) та імперативи (4,9%).

3. Лексичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу являють собою такий вибір словесного наповнення, що дозволяє максимально вплинути на читача через апелювання до його почуттів (оцінна лексика, інтенсифікатори, емотиви), спробу створити дружні стосунки із читачем (розмовна лексика), уникання негативних акцентів комунікації (евфемізм), апелювання до народної мудрості (ідіоматичні вирази). У цій групі основними засобами є емотиви (11,4%) та оцінна лексика (8,9%).

4. Графічне оформлення тексту також може здійснювати персуазивний вплив на читача, зокрема, шляхом написання всього слова великими літерами (1,6%), що дозволяє привернути увагу до того чи іншого слова.

РОЗДІЛ 3

ПЕРЕКЛАД МОВНИХ ЗАСОБІВ ПЕРСУАЗИВНОСТІ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ

Відтворення при перекладі мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу відбувається шляхом застосування перекладацьких трансформацій – перетворень на різних мовних рівнях. Перекладацькі трансформації в роботі класифіковано на лексико-семантичні, граматичні та лексико-граматичні. Особливості застосування перекладацьких трансформацій прослідковано на основі виділення для кожного текстового фрагменту основної трансформації, покликаної на передачу саме персуазивного ефекту від висловлювання.

3.1 Лексико-семантичні трансформації в перекладі мовних засобів персуазивності

Лексико-семантичні перекладацькі трансформації базуються на прийомах логічного мислення, які дозволяють розкрити значення іншомовного слова у контексті та визначити найбільш доцільний відповідник. Сутність лексико-семантичних перекладацьких трансформацій полягає у заміні лексичної одиниці, що перекладається, словом або словосполученням, яке реалізує сему цієї одиниці мови оригіналу. Аналіз фактичного матеріалу дослідження дозволяє виявити такі лексико-семантичні трансформації, що використовуються при відтворенні в українськомовних перекладах мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу: генералізація, конкретизація, диференціація та модуляція.

Під **генералізацією** значення розуміється заміна слова оригіналу з більш вузькою семантикою словом мови перекладу з більш широкою семантикою [35: 113]. Застосування генералізації при відтворенні текстів мотиваційного дискурсу дозволяє модифікувати значення лексичної одиниці мови оригіналу в

перекладі таким чином, що мотиваційний вплив оригіналу зберігається у перекладі.

У першу чергу, генералізація дозволяє здійснити пом'якшення значень лексичних одиниць, що, у свою чергу, призводить до уникання дискримінації осіб, які стикаються з проблемами. Наприклад, *challenges* «виклики» як характеристика людини з обмеженими можливостями передано при перекладі наступного фрагменту як *стан*, що дозволяє акцентувати увагу на тому, що проблемою є саме стан людини, в якому вона не винна: (А, 33) *My unique challenges have opened up unique opportunities to reach so many in need* (LWL: 12) – Унікальний стан відкрив переді мною унікальну можливість – можливість спілкуватися з тими, кому важко (ЖБО: 10).

Застосування генералізації також може мати ефект нейтралізації, створюючи дистантне ставлення до того, що описується. Так, характеризуючи свою ногу, автор використовує словосполучення *handy little foot*, в якому *foot* «нога» відтворюється при перекладі більш загальним *кінцівка*, що дозволяє створити враження про ставлення до ноги як до засобу виконання завдання радше ніж як до частини власного тіла: (А, 75) *My parents and doctors felt that the handy little foot might be of greater use. There were two toes, but they were fused together when I was born* (LWL: 28) – Батьки і лікарі вважали, що цією крихітною кінцівкою можна користуватися ще активніше, оскільки на ній було два пальці, але від народження вони зрослися (ЖБО: 17).

Застосування генералізації як засобу відтворення персуазивності мотиваційного дискурсу також покликане особливістю світосприйняття американців та українців. Зокрема, час для американців – більш конкретне явище, ніж для українців, тому іменник *second* «секунда», ужитий при характеристиці плину часу в наступному фрагменті, відтворено більш загальним іменником *час*: (А, 50) *As the seconds ticked by and they were still not bringing the baby for her to see, she sensed even more that something was wrong* (LWL: 14) – Спливав час, а мамі все ще не показували немовляти. Вона відчула недобре (ЖБО: 11).

Генералізація може застосовуватися і при відтворенні в перекладі словосполучень, дозволяючи спростити сприйняття тексту в перекладі. Наприклад, коли автор книги говорить про те, що люди покликані бути саме тими, ким вони є, він застосовує словосполучення *perfectly suited* «ідеально пристосовані». У перекладі обирається більш загальне дієслово *створені*, що характеризує стан людини як те, з чим вона народилася та повинна жити: (А, 42) *You and I are perfectly suited to be who we were meant to be!* (LWL: 13) – *Ми з вами створені для того, щоб стати тими, ким повинні стати!* (ЖБО: 10)

Наступна перекладацька трансформація, яка використовується при перекладі українською мовою мовних засобів англійськомовного мотиваційного дискурсу, – це **конкретизація**, яка визначається як перекладацька трансформація, що передбачає заміну слова з більш широким значенням у мові оригіналу словом із вузьким значенням у мові перекладу [35: 113]. Застосування конкретизації, на відміну від генералізації, призводить до підвищення рівня експресивності висловлювання, а отже, підвищення рівня мотиваційного впливу на особистість читача.

У першу чергу, така трансформація застосовується при відтворенні епітетів, які характеризують особливості життя автора книги. Наприклад, у наступному фрагменті незгоди, які припали на його долю, характеризуються епітетом *dark days* «темні дні», що передається в перекладі як *чорні дні*. Перекладач таким чином ставить акцент на тому, що автор стикався із серйозними проблемами: (А, 14) *What I didn't know back in those dark days could fill a book: the one you're holding, actually* (LWL: 7) – *Те, чого я не знав у чорні дні мого дитинства, могло б вистачити на книжку. Ту, що її ви зараз тримаєте у руках* (ЖБО: 7).

Аналогічно, більш нейтральний прикметник *bad* «поганий» при перекладі замінюється більш конкретним *сумний*, що дозволяє замість загальної оцінки надавати характеристику емоційному стану автора книги: (А, 45) *As bad as circumstances appear, there are better days ahead* (LWL: 13) – *Хай якими сумними були обставини, попереду на вас чекає щось хороше* (ЖБО: 10).

Така сама ситуація спостерігається при використанні оцінних прикметників *good* «хороший» та *worst* «найгірший» як показників контрастності станів автора. Наведені прикметники відтворюються відповідно прикметниками *вдалий* та *жахливий*, які підвищують емоційне навантаження представленого фрагменту: (А, 96) *On my good days I won them over with my wit, my willingness to poke fun at myself, and by throwing my body around on the playground. On my worst days I hid behind the shrubbery or in empty classrooms to avoid being hurt or mocked* (LWL: 34) – Часом вдалими днями мені вдавалося викликати їхню симпатію своєю дотепністю, готовністю посміятися над собою і певними успіхами на ігровому майданчику. Були й жахливі дні, коли я ховався в кущах або в порожніх класах, щоб мене не мучили і не дразнили (ЖБО: 19).

Створюючи метафори, автор книги вдається до порівняння людини із знаряддям праці. Людина у наступному фрагменті представляється як вісь, ложка, що перемішує готову справу у горщику. У перекладі метафора спрощується, доводиться до більш загального поняття осі землі. У цьому випадку *stick* «палиця» передається більш конкретним *вісь* як уявна палиця, що має певне призначення: (А, 94) *You should consider yourself the stick and the world your pot of stew* (LWL: 33) – Ви – вісь, і цей світ обертається довкола вас (ЖБО: 19).

Диференціація значення викликана тим, що велика кількість слів англійської мови з широкою семантикою не мають еквівалентів в українській мові. У таких випадках словники пропонують декілька значень, що лише частково покривають значення вихідного слова, і перекладач повинен обирати з наявних варіантів таких відповідників, що найкраще підходить до певного контексту [35: 114]. Застосування диференціації при відтворенні текстів мотиваційного дискурсу зумовлене необхідністю уточнення значення багатозначних слів або апелювання до конотативного значення такого слова.

Наприклад, іменник *courage* має досить різноманітні відтінки значення: «мужність», «доблесть», «відвага», «завзяття». Вимоги контексту в наступному

фрагменті детермінують відтворення цього іменника українським іменником *смівлівість*, що використовується як одна із характеристик людини та не виходить за межі загального значення позитивних рис людини: (А, 1) *I travel the world encouraging millions of people to overcome adversity with faith, hope, love, and courage so that they may pursue their dreams* (LWL: 5) – Я мандрую світом, аби надихнути мільйони людей. Я закликаю всіх озброїтися вірою, надією, любов'ю та смівлівістю і здолати всі перепони, що стоять на шляху до здійснення мрій (ЖБО: 7).

Іменник з негативним значенням *burden* також є досить багатозначним: «тягар», «вага», «ноша». У наступному фрагменті наведений іменник використовується у протиставленні до іменника *blessing*, що визначає необхідність його перекладу як *тягар*: (А, 9) *What my family and I could not foresee was that my disability – my “burden” – could also be a blessing, offering me unique opportunities for reaching out to others, empathizing with them, understanding their pain, and offering them comfort* (LWL: 6) – Ми з батьками навіть не уявляли, що моя вада – мій «тягар» – може стати благословенням, а інвалідність відкриє переді мною неймовірні можливості, дозволивши спілкуватися з іншими людьми, підтримувати їх, розуміти їхній біль і дарувати їм розраду (ЖБО: 7).

Негативні емоції характеризуються у текстах мотиваційного дискурсу також із перерахуванням таких іменників, як *fears* «страхи», «побоювання» та *nightmares* «нічні кошмари», «жахіття». Оскільки в наступному фрагменті йдеться саме про емоційні переживання автора, при перекладі обрано варіанти *страхи* і *жахи* відповідно: (А, 64) *In recent years my parents have been candid in describing their fears and nightmares immediately following my birth* (LWL: 26) – Не так давно батьки відверто поділилися зі мною власними страхами і жахами, що мучили їх після мого народження (ЖБО: 16).

Прикметник *amazing* «дивовижний», «дивний», «разючий» у наступному фрагменті відтворено прислівником *дивно*, який дозволяє передати той стан подиву, з яким зіткнувся автор, коли зрозумів, що навіть неповноцінна нога дає

йому хоч якісь можливості до самотійного існування: (А, 78) *It's amazing what a little foot and a couple of toes can do for a bloke with no arms and no legs* (LWL: 30) – *Дивно, що можна зробити за допомогою крихітної ступні й пари пальців, коли в тебе немає рук і ніг!* (ЖБО: 17)

Наступний приклад диференціації – відтворення прикметника *powerful* «потужний», ужитого для того, щоб продемонструвати, наскільки сильно автор цінує любов людей до нього. При перекладі застосовується прикметник *величезний*, використання якого зумовлене, окрім необхідності передачі значення, особливостями слововживання в українській мові, що має готове словосполучення *величезний дар*: (А, 86) *The older I become, the more I realize what a powerful gift it is to be loved like that* (LWL: 32) – *Із віком я чіткіше усвідомив, що подібна любов – величезний дар* (ЖБО: 19).

Дієслово *be* є, мабуть, одним із найбільш багатозначних дієслів в англійській мові, тому його переклад також вимагає застосування диференціації, особливо у випадках, коли наведене дієслово постає частиною риторичного питання, покликаного змусити читача замислитися над тим, про що говорить автор. Відповідно, у наступному фрагменті дієслово *be* відтворене як *склалося*, акцентуючи увагу на тому, що не все у житті залежить особисто від людини: (А, 31) *Now think about what it would be like to be free of those limitations. What would your life be if anything were possible?* (LWL: 12) – *А тепер подумайте, як би воно було, коли б раптом зникли ці обмеження? Як склалося б ваше життя, коли б ви могли все?* (ЖБО: 10)

Ще один приклад диференціації – використання прикметника *certain* «певний», «безсумнівний», «відомий». У наступному фрагменті йдеться про впевненість автора у тому, про що він говорить, тому доцільним варіантом перекладу постає прикметник *впевнений*: (А, 46) *I'm certain of that because it's been true in my life* (LWL: 13) – *Я впевнений в цьому, адже підтвердженням цього є моє життя* (ЖБО: 10).

Диференціація застосовується також при відтворенні окремих прислівників, наприклад, вставного слова *mostly* «в основному», «звичайно»,

«здебільшого», яке використовується у представленому нижче фрагменті для того, щоб продемонструвати місце автора у житті його батьків. Для того, щоб показати, наскільки роль автора переважала над ролями інших дітей, у перекладі застосовано прислівник *переважно*: (А, 63) *My dad went back to teaching computing and management in the College of Technical and Further Education. My mum devoted her life to my brother and sister and, mostly, me* (LWL: 25) – Батько став викладати інформатику в технічному коледжі, а мама присвятила своє життя дітям і, переважно, мені (ЖБО: 15).

Модуляція – це така перекладацька трансформація, що полягає у заміні словникового еквіваленту контекстуальним, який є логічно пов'язаним із вихідним словом [35: 114]. Оскільки персуазивність мотиваційного дискурсу базується на емоційному впливі, модуляція дозволяє апелювати саме до таких почуттів читача, які здатні змусити його діяти або хоча б прийняти точку зору автора.

У першу чергу, модуляція стосується відтворення метафоричних виразів, таких як *I have touched their lives*, в якому *touched* «торкнувся» передається як *змінив*, тобто, при перекладі акцентується увага саме на результаті дії: (А, 7) *They approach me in airports, hotels, and restaurants and hug me, telling me that I have touched their lives in some way* (LWL: 6) – Люди підходять до мене в аеропортах, готелях і ресторанах. Вони обіймають мене і кажуть, що я змінив їхнє життя (ЖБО: 7).

Така ж ситуація спостерігається у наступному фрагменті, в якому *I'll light the path* передано як *я хочу показати шлях*, тобто, замість способу демонстрації шляху читачеві у перекладі акцентується увага на самому акті демонстрації цього шляху: (А, 15) *I'll light the path to the other side of grief where you can emerge stronger, more determined, and empowered to pursue the life you want, and perhaps even to find a life beyond any you could have imagined* (LWL: 7) – Я хочу показати шлях по той бік горя, де ви станете сильнішими, наполегливішими, сповнені бажання змінити власне життя так, як ви навіть і не мріяли (ЖБО: 7).

Розглянемо наступний фрагмент: (А, 69) *My blissful ignorance was a blessing at that age* (LWL: 26) – *І це щасливе невідання було моїм благословенням* (ЖБО: 16). Прикметник *blissful*, що використовується у представленому реченні, має значення «блаженний». Особливість значення цього слова в українській мові є те, що блаженними зазвичай називали людей не сповна розуму. Тому при перекладі наведене слово доцільно замінити іншим – *щасливий*, що демонструє результат незнання радше ніж його причину.

Ще один приклад модуляції – передача емоційних станів автора іменниками-емотивами. У наступному фрагменті використано іменник *gratitude* «вдячність», що характеризує саме емоційний стан автора, а не його ставлення до оточуючих. Тому при перекладі застосовано іменник *радість*, що передає емоцію, яка викликає стан вдячності: (А, 99) *Then, to my everlasting shock and gratitude, as I moved into my teen years, I gradually won acceptance, first from myself and then from others* (LWL: 34) – *Та в підлітковому віці я, на подив і радість, навчився сприймати себе, а потім заслужив сприйняття з боку інших людей* (ЖБО: 20).

Конструкція, яка передає обіцянку, *I promise you*, в якій використовується дієслово *promise* «обіцяю», відтворена конструкцією *повірте мені*, де *повірте* – це результат того, що людина дала іншим певну обіцянку: (А, 71) *I promise you that for every disability you have, you are blessed with more than enough abilities to overcome your challenges* (LWL: 26) – *Повірте мені, на кожну вашу перешкоду і проблему є набагато більше благодаті, ніж ви можете собі уявити. І з її допомогою ви зможете подолати все на світі* (ЖБО: 16).

У наступному фрагменті відмінна риса представляється як «торгова марка», тобто, певний знак, що легко впізнати та відрізнити серед інших: (А, 72) *Doing tasks my way, even if it was the hard way became my trademark!* (LWL: 27) – *Я все завжди робив по-своєму, навіть коли це було важко!* (ЖБО: 16) Така схильність до торгівлі не властива українському суспільству, тому не можна передавати цю метафору відповідною українською. Як

результат, перекладач використовує прислівник *завжди*, що передає основну сутність метафори, не вдаючись до порівняння діяльності автора із торгівлею.

Дієслово *take* у словосполученні *take responsibility* є сталим виразом в англійській мові та передається українською як *визнайте* (*визнайте свою відповідальність*), що дозволяє зупинитися на необхідності в першу чергу зрозуміти, що людина в першу чергу, повинна зрозуміти, що вона відповідала за своє життя, і лише після цього починати діяти: (А, 93) *Take responsibility and then take action* (LWL: 33) – *Визнайте свою відповідальність і почніть діяти* (ЖБО: 19).

У деяких випадках модуляції можуть підлягати і прийменники, наприклад: (А, 87) *Even if at times you feel alone, you should know that you are loved too and recognize that God created you out of love* (LWL: 32) – *Навіть якщо часом ви відчуваєте самотність, ви повинні знати, що вас люблять. Повірте, Бог створив вас задля любові* (ЖБО: 19). Використання сполучення *out of love* акцентує увагу на тому, що Бог створює людини із любов'ю. Однак для того, щоб показати, що кожна людина заслуговує любові, перекладач замінює любов як засіб любов'ю як метою, застосовуючи прийменник *задля* – *задля любові*.

Також модуляція застосовується при передачі метафори у вигляді фразових дієслів, наприклад: (А, 36) *We buy into what others say about us, or we put restrictions on ourselves* (LWL: 12) – *Ми покладаємося на оцінку інших людей, обмежуючи власні можливості* (ЖБО: 10). Значення підкресленої метафори – «купуємося», тобто, автор наголошує на тому, що слова інших можуть вводити читача в оману щодо його власних можливостей. Для того, щоб охарактеризувати можливу надмірну довірливість читача, у перекладі застосовано дієслово *покладаємося*.

Розглянемо ще один метафоричний вираз – *put God in a box*, у якому *put in a box* означає «відкласти в ящик», тобто, зменшити актуальність питання для певного часового проміжку. У перекладі застосовано словосполучення *обмежуєте силу Бога*, яке демонструє результат такого «відкладання в ящик»:

(A, 38) *When you give up on your dreams, you put God in a box* (LWL: 13) –
Відмовляючись від власних мрій, ви обмежуєте силу Бога (ЖБО: 10).

Отже, лексико-семантичні перекладацькі трансформації, які використовуються при відтворенні в українськомовних перекладах персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу, полягають у тому, що через розширення / звуження, уточнення, модифікацію значення досягається необхідний емоційний вплив на читача перекладу, що зумовлює персуазивний ефект від текстів мотиваційного дискурсу.

3.2 Граматичні трансформації у перекладі мовних засобів персуазивності

Граматичні трансформації полягають у перетворенні структури речення у процесі перекладу згідно з нормами мови перекладу. Це – такі перекладацькі перетворення, що передбачають заміну в процесі перекладі граматичних форм і структур одиниць вихідної мови формально нееквівалентними формами та структурами мови перекладу при збереженні змістовної відповідності між ними. До граматичних трансформацій, що використовуються при відтворенні українською мовою мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу, належать транспозиція (перестановка), граматичні заміни, додавання та вилучення.

Транспозиція – це перекладацька трансформація, яка полягає у зміні порядку слів у вислові чи реченні, що часто викликана структурними відмінностями у вираженні теми і реми у мові оригіналу та мові перекладу [35: 112]. Тобто, транспозиція передбачає перестановку компонентів речення, що дозволяє досягнути необхідного емоційного навантаження текстового фрагменту, таким чином, передаючи персуазивний вплив текстів мотиваційного дискурсу в перекладі.

Наприклад, хоча прямий порядок слів у реченні не є обов'язковим для української мови, зміна порядку підмета та присудка призводить до створення стилістичного ефекту поетичності висловлювання, наприклад, при передачі

метафори *heart ached* як *боліло серце* у наступному фрагменті: (А, 13) *My heart ached. I was depressed, overwhelmed with negative thoughts, and didn't see any point in my life* (LWL: 7) – *У мене боліло серце. Я був пригнічений, нещасний, не бачив сенсу жити, страждав від того, що приречений вічно бути тягарем для близьких, мене опосідали чорні думки* (ЖБО: 7).

Ще одним прикладом застосування трансформації транспозиції є висунення на перший план у висловлюванні його ключового аспекту, що відбувається, наприклад, при передачі словосполучення *your worst fears* як *найбільші* *ваші страхи*: (А, 74) *There is nothing wrong with looking ahead and planning for the future, but know that your worst fears could just as easily prove to be your best surprise* (LWL: 28) – *Немає нічого поганого в тому, щоб зазирати вперед і планувати майбутнє. Та знайте: найбільші ваші страхи можуть обернутися приємним сюрпризом* (ЖБО: 17).

Під **граматичними замінами** розуміємо заміну слова, що належить до однієї частини мови, словом, що належить до іншої (морфологічні заміни), або ж заміну однієї синтаксичної конструкції іншою (синтаксичні заміни) [35: 113].

Найбільш значна частина граматичних замін, що застосовуються при відтворенні мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу, належить до **морфологічних замін**, тобто, замін слова, що належить до однієї частини мови, словом, що належить до іншої. В аналізованому матеріалі спостерігаються такі випадки застосування морфологічних замін:

1) заміна прислівника дієсловом: (А, 6) *Today, though, my life is beyond anything we could have imagined* (LWL: 6) – *Та сьогодні моє життя перевершує те, про що ми навіть не мріяли* (ЖБО: 7);

2) заміна прикметника прислівником: (А, 11) *I'll be candid here and throughout the book in sharing that neither my faith nor my sense of purpose grew strong until I went through some very scary times* (LWL: 6) – *Я відверто поділюся з вами тим, як після пережитих незгод до мене прийшли віра і усвідомлення сенсу життя* (ЖБО: 7);

3) заміна прикметника іменником: (A, 32) *I'm officially disabled, but I'm truly enabled because of my lack of limbs* (LWL: 12) – Я – справжній інвалід, однак живу повним життям (ЖБО: 10);

4) заміна дієприкметника теперішнього часу (Participle I) іменником: (A, 18) *If you are one of the many people struggling each day, keep in mind that beyond my own struggles there was a purpose for my life awaiting me. And it has proven to be far, far, far beyond anything I ever could have imagined* (LWL: 8) – Якщо ви – один із тих, для кого кожен день – тяжка боротьба, пам'ятайте, що в моєму житті була не лишень боротьба. А ще й відчуття сенсу і мети життя, завдяки чому життя моє стало таким, про яке я навіть мріяти не міг (ЖБО: 8); (A, 73) *Using my head was my only option in those early days, – a fact that developed my massive intellect (kidding!) while also giving me the neck strength of a Brahma bull and a forehead hard as a bullet* (LWL: 27) – Змалку я міг користуватися тільки головою – напевно, саме тому в мене так швидко і сильно розвинувся інтелект (жарт!). Крім того, шия зміцніла, немов у бика, а лоб став таким твердим, що й куля б його не взяла (ЖБО: 16);

5) заміна дієприкметника теперішнього часу (Participle I) дієсловом: (A, 60) *As I began speaking, I was struck by the joy and happiness radiating from my audience* (LWL: 20) – Коли я заговорив, то був вражений радістю і щастям, що їх випромінювали ці люди (ЖБО: 13);

б) заміна іменника дієсловом: (A, 27) *I am God's creation, designed according to His plan for me* (LWL: 12) – Мене створив Бог відповідно до власних планів, що їх Він мав тільки на мене (ЖБО: 10); (A, 68) *My advice is to know that everything happens for a reason and in the end good will come of it* (LWL: 26) – Я раджу вам зрозуміти: все відбувається з певної причини. Все, що робиться, – на краще (ЖБО: 16).

Морфологічні заміни викликані здебільшого граматичними відмінностями між мовою оригіналу та мовою перекладу. Їх застосування визначається контекстом, в якому використані ті чи інші лексичні одиниці, та

особливостями сполучуваності слів у словосполучення та речення в англійській та українській мовах.

Синтаксичні заміни передбачають заміну однієї синтаксичної конструкції іншою. Такі перекладацькі трансформації передбачають заміну категорії числа, часу тощо, а також переструктурування речення відповідно до норм мови перекладу. В аналізованому матеріалі спостерігаються такі випадки синтаксичних замін:

1) заміна категорії числа з множини на однину: (А, 33) *My unique challenges have opened up unique opportunities to reach so many in need* (LWL: 12) – *Унікальний стан відкрив переді мною унікальну можливість – можливість спілкуватися з тими, кому важко* (ЖБО: 10);

2) заміна ступеню порівняння прикметника: (А, 45) *As bad as circumstances appear, there are better days ahead* (LWL: 13) – *Хай якими сумними були обставини, попереду на вас чекає щось хороше* (ЖБО: 10);

3) заміна типу речення з двоскладного на односкладне означено-особове: (А, 23) *People often expect someone with a severe disability to be inactive, maybe even angry and withdrawn. I like to surprise them by showing that I lead a very adventurous and fulfilling existence* (LWL: 11) – *Досить часто люди вважають, що інваліди – бездіяльні й слабкі, а ще, можливо, навіть озлоблені й відлюдькуваті. Мені подобається дивувати їх тим, що я веду дуже активний і часом навіть екстремальний спосіб життя* (ЖБО: 9);

4) додавання граматичної основи в реченні: (А, 29) *I want you to feel the same way about your life, no matter what your challenges may be* (LWL: 12) – *І хай там які б проблеми вас не гнітили, я хочу, щоб ви ставилися до свого життя так само, як я* (ЖБО: 10).

Трансформація **додавання** полягає у введенні в переклад лексичних елементів, що відсутні в оригіналі, з метою правильної передачі смислу речення (оригіналу), що перекладається, та / або дотримання мовленнєвих і мовних норм, що існують у культурі мови перекладу [35: 113]. Додавання відіграє особливу роль при перекладі мовних засобів персуазивності мотиваційного

дискурсу, оскільки ця перекладацька трансформація покликана ввести до тексту додаткову інформацію, що дозволяє адекватно передати емоційний вплив на читача, закладений у тексті оригіналу.

Зокрема, перекладач може додавати слова або цілі фрагменти тексту для того, щоб додати висловлюванню образності та підвищити емоційний, а отже, і персуазивний, вплив на читача: (А, 43) *Adjustments are necessary along the way because life isn't always rosy, but it is always worth living* (LWL: 13) – *Не завжди ваш шлях буде встелений трояндами, і ви не маєте рухатися ним, як танк* (ЖБО: 10).

Використання додавання у дозволяє вносити пояснення до оповіді, акцентуючи увагу на найбільш важливих її емоційних аспектах за допомогою прикметників або прикметникових словосполучень: (А, 98) *I went through a very scary period of depression at a young age* (LWL: 34) – *У дитинстві я пережив страшний період важкої депресії* (ЖБО: 20); (А, 47) *What good is a life without limbs? Just by looking at me, people know that I faced and overcame many obstacles and hardships* (LWL: 13) – *Що може бути доброго у житті безрукого і безногого інваліда? Дивлячись на мене, люди розуміють, з чим я зіткнувся, які труднощі й перешкоди подолав* (ЖБО: 10); (А, 89) *There is no reason to panic if your miracle doesn't arrive, or if your wish doesn't come true right this minute* (LWL: 33) – *Не треба панікувати, якщо бажаного дива так і не сталося, і ваше бажання не здійснилося вмить* (ЖБО: 19).

Додавання також може використовуватися з метою пояснення справжнього ставлення автора до того, що він описує. Наприклад, описуючи дітей, які в дитинстві знущалися з автора, він не несе негатива, а виправдовує їх як людей, що просто не знали, як правильно поводитися з людиною з обмеженими можливостями: (А, 95) *Often those who hurt me didn't set out to be cruel; they were just being typically blunt kids* (LWL: 34) – *Ті, хто в дитинстві завдавали мені болю, вочевидь, не думали бути жорстокими. Це були звичайні діти і багато чого не розуміли* (ЖБО: 19). Додавання сполучення *багато чого*

не розуміли здійснене в цьому фрагменті для того, щоб показати виправдовувальну позицію автора щодо його кривдників.

Додавання дозволяє зробити текст «звичним» для читача, використовуючи мовні звороти, типові для спілкування українською мовою. Наприклад, для того, щоб показати проблеми боротьби із труднощами, автор використовує сполучення *don't have the strength to get back up*. Для того, щоб передати наведений вислів в українськомовному перекладу, здійснено додавання додатка *не стане сил звестися на ноги*: (А, 19) *You may fall down and feel as though you don't have the strength to get back up* (LWL: 8) – *Людина падає, і, здається, що вже не стане сил звестися на ноги* (ЖБО: 8).

Інтенсифікувати експресивний вплив на читача дозволяє додавання у наступному фрагменті сполучення *часом навіть* для того, щоб продемонструвати екстраординарність описуваної ситуації: (А, 23) *People often expect someone with a severe disability to be inactive, maybe even angry and withdrawn. I like to surprise them by showing that I lead a very adventurous and fulfilling existence* (LWL: 11) – *Досить часто люди вважають, що інваліди – бездіяльні й слабкі, а ще, можливо, навіть озлоблені й відлюдькуваті. Мені подобається дивувати їх тим, що я веду дуже активний і часом навіть екстремальний спосіб життя* (ЖБО: 9).

Додавання окремих сполучників також уможливорює інтенсифікацію емоційного впливу. Зокрема, додавання сполучника *й* у наступному фрагменті наголошує на несподіваності висновку, до якого прийшов автор: (А, 83) *I'm telling you that you can't even imagine the good that awaits you if you refuse to give up* (LWL: 31) – *Кажу вам, ви й уявити собі не можете, яке щастя ви отримаєте, коли не здастесь!* (ЖБО: 17) Додавання сполучника *то* у представленому нижче реченні, у свою чергу, підсилює емоційний заклик автора: (А, 84) *My life is an adventure still being written – and so is yours. Start writing the first chapter now!* (LWL: 31) – *Життя моє – то роман, що тільки-но пишеться. Ваше життя – це ваш роман. То вже зараз почніть писати перший його розділ!* (ЖБО: 18)

Використання трансформації додавання також може мати суто граматичний характер, коли наведена трансформація використовується з метою адаптації тексту до норм мови перекладу, наприклад: (A, 65) *As I was growing up, of course, they did not let on that I was not exactly the child of their dreams* (LWL: 26) – *Поки я ріс, вони, певна річ, навіть і словом не натякнули, що я – не та дитина, про яку вони завжди мріяли* (ЖБО: 16); (A, 88) *His love for you is unconditional. He doesn't love you if... He loves you always. Remind yourself of that when feelings of loneliness and despair come over you* (LWL: 32) – *Його любов до вас нескінченна і безкорислива. Він любить вас не за щось... Він любить вас навіть у хвилини самоти і відчаю, нагадуйте собі про це* (ЖБО: 19).

Вилучення розуміється як виправдане з точки зору еквівалентності перекладу, в першу чергу норм мови перекладу, усунення в тексті перекладу тих плеонастичних або тавтологічних лексичних елементів, які за нормами мови перекладу є частинами імпліцитного смислу тексту [35: 113].

Трансформація вилучення пов'язана, у першу чергу, з морфологічними замінами, коли відбувається перетворення однієї частини мови на іншу. Наприклад, у словосполученні *hard times* прикметник *hard* передається іменником *скрута*, що вимагає вилучення додаткового іменника *times* – *часи*: (A, 3) *Hard times and tough circumstances can trigger self-doubt and despair* (LWL: 5) – *Скрута і складні обставини змушують нас сумніватися в собі й призводять до розпачу* (ЖБО: 7). Ще один такий приклад – сполучення *sing with joy*, де іменник *joy* передається дієсловом *радіти*, що робить недоцільним уведення в перекладі елементу *sing with* – *співати від*: (A, 62) *How can prisoners sing with joy? They rise above by accepting that certain events are beyond their control and beyond their understanding too, and then focusing instead on what they can understand and control* (LWL: 21) – *Як можуть радіти в'язні? Ці люди піднеслися над обставинами, які були поза їхнім контролем і розумінням. А потім зосередилися на тому, що могли зрозуміти і контролювати* (ЖБО: 13); (A, 30) *As we begin our journey together, please take a moment to think about any limitations you've placed on your life or that you've allowed others to place on it*

(LWL: 12) – Починаючи нашу спільну мандрівку, будь ласка, подумайте про обмеження, що їх ви створили для себе самі або дозволили створити іншим людям (ЖБО: 10).

Вилученню при перекладі також підлягають деякі вставні конструкції, що призводить до певного зниження рівня емоційності висловлювання, однак концентрує увагу читача на головному, що дозволяє зберегти персуазивність висловлювання: (A, 22) *All in all, those are pretty ordinary activities that just about anybody can do, right? So why do you think that video has been viewed millions of times?* (LWL: 11) – Для пересічної людини це звичайнісінькі речі, чи не так? То чому ж люди переглянули моє відео мільйони разів? (ЖБО: 9); (A, 70) *You see, I don't think we are ever given more than we can handle* (LWL: 26) – На нашу долю випадає стільки випробувань, скільки ми здатні подолати (ЖБО: 16); (A, 85) *I'll concede that for a long time I did not believe that I had any power over how my own story would turn out* (LWL: 31) – Досить довго я не вірив, що зможу керувати власною долею і планувати власне життя (ЖБО: 19).

Сполучники, які формують стилістичний прийом полісиндетону, в українськомовному перекладі також можуть вилучатися за умови, якщо варіативність вибору передається іншими засобами, наприклад, використанням заперечної частки *не* при кожному випадку перелічення: (A, 24) *Seeing a guy like this being happy makes me wonder why the hell I feel sorry for myself sometimes... or feel that I'm not attractive enough, or funny enough, or WHATEVER* (LWL: 11) – Коли вже такий хлопець може бути щасливим, я замислився, чому ж часом мені так шкода себе... чому іноді мені спадає на думку, що я не достатньо гарний, не достатньо привабливий тощо (ЖБО: 9).

При відтворенні текстів англійськомовного мотиваційного дискурсу також можливе вилучення окремих значимих частин мови за умови, якщо вони не несуть основного персуазивного навантаження, зокрема, прислівників: (A, 10) *Yes, I do have distinct challenges, but I also am blessed with a loving family, with a keen enough mind, and with a deep and abiding faith* (LWL: 6) – Так, мені нелегко ведеться, та я маю люблячих родичів, Господь дав мені жвавий розум і

вселив у мою душу глибоку і щирю віру (ЖБО: 7); (A, 35) *Too often we tell ourselves we aren't smart enough or attractive enough or talented enough to pursue our dreams* (LWL: 12) – Ми занадто часто повторюємо собі про те, що не достатньо розумні, вродливі або талановиті, щоб реалізувати свої мрії (ЖБО: 10).

В окремих випадках спостерігається вилучення оцінних прикметників за умови, якщо семантика речення досі передає емоційний заклик автора: (A, 75) *My parents and doctors felt that the handy little foot might be of greater use. There were two toes, but they were fused together when I was born* (LWL: 28) – Батьки і лікарі вважали, що цією крихітною кінцівкою можна користуватися ще активніше, оскільки на ній було два пальці, але від народження вони зрослися (ЖБО: 17); (A, 79) *You may not be able to see a bright light at the end of your own dark tunnel right now, but know that my parents could not envision what a wonderful life I would have one day* (LWL: 30) – Можливо, зараз ви і не бачите світла в кінці вашого власного темного тунелю, але знайте, мої батьки не уявляли, що їхнє життя може бути щасливим (ЖБО: 17).

Однак варто зазначити, що вилучення певних лексичних одиниць може призводити до зниження персуазивного ефекту від висловлювання. Наприклад, при вилученні звертань у перекладі зв'язок між автором та потенційним читачем дещо втрачається: (A, 20) *I know the feeling, mate. We all do* (LWL: 8) – Мені знайоме це відчуття. Воно знайоме нам усім (ЖБО: 8).

До втрат призводять також вилучення повторюваних прислівників, що використовуються для оцінки міркувань автора про його життя: (A, 18) *If you are one of the many people struggling each day, keep in mind that beyond my own struggles there was a purpose for my life awaiting me. And it has proven to be far, far, far beyond anything I ever could have imagined* (LWL: 8) – Якщо ви – один із тих, для кого кожен день – тяжка боротьба, пам'ятайте, що в моєму житті була не лишень боротьба. А ще й відчуття сенсу і мети життя, завдяки чому життя моє стало таким, про яке я навіть мріяти не міг (ЖБО: 8). Вилучення

повторюваних прислівників *far, far, far* у наведеному фрагменті призводить до зниження інтенсивності позитивної оцінки автором його теперішнього життя.

Вилучення лексичних повторів у наступному фрагменті нівелює акцент на тому, що ставлення людини до життя – це її власний вибір, який повинен бути осмисленим: (A, 40) *We can choose to dwell on disappointments and shortcomings. We can choose to be bitter, angry, or sad* (LWL: 13) – *Ми можемо жити самими розчаруваннями і нестатками, відчувати гіркоту, гнів і смуток* (ЖБО: 10).

Особливі втрати спостерігаються у випадках, коли при перекладі вилучаються мовні засоби створення емпізи, зокрема, підсилювального дієслова *do*, що створює персуазивне навантаження тексту: (A, 28) *I do believe my life has no limits* (LWL: 12) – *Я вірю в те, що в моєму житті немає обмежень* (ЖБО: 10); (A, 76) *I did present challenges beyond the training of most health care professionals* (LWL: 29) – *За мене взялися найкращі фахівці* (ЖБО: 17).

Також втрати спостерігаються при вилученні оцінної лексики, покликаної передати ставлення героїв книги до того, що відбувається у їхньому житті. Таку ситуацію ілюструє наступний фрагмент: (A, 51) *She read the distress on the faces of her medical team, and she knew something was very wrong* (LWL: 14) – *Мама бачила, як засмутилися медики* (ЖБО: 11).

Таким чином, визначено, що граматичні трансформації, які використовуються при відтворенні мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу українською мовою, зумовлені не лише граматичними розбіжностями між мовою оригіналу та мовою перекладу, а і необхідністю акцентувати увагу на певних аспектах оповіді або опустити деякі з них, якщо вони не несуть основного смислового навантаження.

3.3 Лексико-граматичні трансформації в перекладі мовних засобів персуазивності

Лексико-граматичні перекладацькі трансформації, що використовуються при відтворенні мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу, являють собою зміни одночасно на лексичному та граматичному рівнях, таким чином передбачаючи найбільші перетворення у формі висловлювання з метою зберегти його прагматичну спрямованість. Такі перекладацькі трансформації включають антонімічний переклад, цілісне перетворення та компенсацію.

Антонімічний переклад – це перекладацька трансформація, що полягає в заміні форми слова або словосполучення на протилежну (позитивної – на негативну й навпаки). Зміст одиниці, котра перекладається, залишається в основному подібним [35: 115].

Зокрема, антонімічний переклад передбачає створення конструкції з подвійним запереченням, що викликається різницею у формуванні заперечних конструкцій в англійській та українській мовах, оскільки конструкції з подвійним запереченням практично відсутні в англійській та є досить типовими в українській мові: (А, 96) *On my good days I won them over with my wit, my willingness to poke fun at myself, and by throwing my body around on the playground. On my worst days I hid behind the shrubbery or in empty classrooms to avoid being hurt or mocked* (LWL: 34) – *Часом вдалимими днями мені вдавалося викликати їхню симпатію своєю дотепністю, готовністю посміятися над собою і певними успіхами на ігровому майданчику. Були й жахливі дні, коли я ховався в кущах або в порожніх класах, щоб мене не мучили і не дразнили* (ЖБО: 19).

У наступному фрагменті антонімічний переклад дозволяє зберегти акцент на негативній характеристиці страждань, які відчував автор книги. Конструкція *I do have distinct challenges* у цьому фрагменті передається фразою з прислівником *нелегко*, утвореним за допомогою префікса *не*: (А, 10) *Yes, I do*

have distinct challenges, but I also am blessed with a loving family, with a keen enough mind, and with a deep and abiding faith (LWL: 6) – Так, мені нелегко ведеться, та я маю люблячих родичів, Господь дав мені жвавий розум і вселив у мою душу глибоку і щиру віру (ЖБО: 7).

Цілісне перетворення передбачає вираження смислу сказаного на одній мові засобами іншої, які не є ані словниковими, ані контекстуальними відповідниками окремих слів [35: 115]. Наведена трансформація дозволяє передати зміст та емоційне наповнення висловлювання, часто нехтуючи його формою, однак ставлячи на меті саме ефект, який повинне надавати це висловлювання на читача, таким чином, зберігаючи персуазивність мотиваційного тексту.

Цілісне перетворення, що використовується при відтворенні персуазивності текстів мотиваційного дискурсу, часто стосується передачі ідіоматичних виразів, коли вони перекладаються описовими фразами, наприклад: (A, 82) *Life may be kicking you around right now (LWL: 31) – Можливо, сьогодні життя повертається до вас не найкращим своїм боком (ЖБО: 17).* Евфемістичні ідіоматичні вирази можуть передаватися одним ємким словом, що зменшує рівень евфемізації, однак передає смислове навантаження тексту: (A, 66) *If I was helpless and unable to experience life, he felt I would be better off with God (LWL: 26) – Якби я виявився безпорадним і нездатним упоратися з життєвими негараздами, то, як йому здавалося, ліше б мені було померти (ЖБО: 16).*

Окрім того, деякі вставні та інші конструкції можуть бути представлені у вигляді кліше-фраз, що відтворюються шляхом застосування таких клішованих фраз, які мають аналогічне емоційне навантаження, що і фрази тексту оригіналу: (A, 16) *To be honest, I didn't always believe it myself (LWL: 7) – Правду сказати, я й сам не завжди у це вірив (ЖБО: 7); (A, 52) *Even so, when my mum told me that she didn't want to hold me after I was born, it was hard to take, to say the least (LWL: 18) – Почувши, що мама не хотіла взяти мене, новонародженого, на руки, я дуже засмутився (це м'яко кажучи) (ЖБО: 12).**

У деяких випадках такі кліше-фрази можуть передаватися єдиним оцінним словом, наприклад: (А, 55) *I'm glad that we waited until I was secure, knowing deep in my heart of hearts that they loved me* (LWL: 19) – Добре, що ми почекали з цією розмовою. До цього часу я вже напевне знав, що батьки мене люблять (ЖБО: 12). Окрім того, можуть використовуватися і емоційно навантажені висловлювання, що містять кличні речення: (А, 37) *What's worse is that when you consider yourself unworthy, you are putting limits on how God can work through you!* (LWL: 12) – Хіба може щось бути гірше! Та ось так міркуючи, ви обмежуєте плани Бога, що їх Він приготував для вас! (ЖБО: 10); емфатичні конструкції: (А, 58) *The people there live hard lives, to be sure, but those I met were very caring, seemingly happy, and filled with faith* (LWL: 20) – Їхнє життя і справді важке. Але ті, з ким я зустрічався, дбали одне про одного, були щасливі й сповнені віри (ЖБО: 13); або дієприслівникові звороти: (А, 81) *All things considered, I had an amazingly normal childhood in which I enjoyed tormenting my siblings, Aaron and Michelle, just like all big brothers!* (LWL: 30) – Згадуючи минуле, можу сказати, що у мене було на подив нормальне дитинство, в якому я мучив своїх молодших брата і сестру так само, як будь-який старший брат! (ЖБО: 17)

При відтворенні мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу можлива і зворотна ситуація, коли звичайний емоційно навантажений вислів передається ідіоматичним виразом мови перекладу: (А, 8) *I am truly blessed. I am ridiculously happy* (LWL: 6) – Це справжня благодать Господня. Я неймовірно щасливий (ЖБО: 7); (А, 77) *Even still, once I chilled out (quite literally), my quality of life received a big boost from my newly freed toes* (LWL: 30) – I все ж, коли я охолов (в буквальному сенсі слова), моє життя поліпшилося. Визволені пальці придалися (ЖБО: 17).

Цілісному перетворенню часто підлягають і метафоричні висловлювання. У таких випадках передається не образність, а значення метафори, що дозволяє достатньо повно зберегти смислове навантаження тексту: (А, 5) *That is a lesson I struggled many years to learn* (LWL: 5) – I на засвоєння цього уроку в мене

пішло декілька років (ЖБО: 7); (A, 17) *If you've seen one of my talks posted on the Internet, the happiness I have that shines through in those videos is the result of the journey I've made* (LWL: 7) – Якщо ви бачили якусь із моїх бесід в Інтернеті, то напевно відчували, що щастя, яке мене сповнює, – це результат тривалої праці (ЖБО: 7); (A, 61) *They were simply beaming at me. My life has rarely seemed so blessed* (LWL: 20) – Я рідко почувався таким щасливим, і буквально купався в їхній любові (ЖБО: 13); (A, 92) *For the longest time I thought that if my body were more “normal,” my life would be a breeze* (LWL: 33) – Досить довго я думав, що, коли б моє тіло було більш «нормальним», то й життя повернуло в інше русло (ЖБО: 19); (A, 97) *Part of the problem was that I'd spent more time with adults and older cousins than with kids my own age. I had a more mature outlook, and my more serious thoughts sometimes took me into dark places* (LWL: 34) – Переважну більшість часу я перебував із дорослими, а не з ровесниками, бо занадто рано подорослішав, і моя серйозність часом завдавала душевних мук (ЖБО: 20).

Окрім того, застосування цілісного перетворення є доцільним засобом перекладу у випадках, коли перекладач стикається із граматичними конструкціями, не властивими мові перекладу, такими як *all too...:* (A, 12) *Of course, I'm all too human and wanted to be like everyone else, but there seemed little chance for that* (LWL: 7) – Я ж почувався звичайнісіньким хлопчиком і хотів бути таким, як усі. Та мені це було не під силу (ЖБО: 7); *as... as:* (A, 26) *I found happiness when I realized that as imperfect as I may be, I am the perfect Nick Vujicic* (LWL: 12) – Я пізнав щастя, коли зрозумів, що попри свою недосконалість, все ж можу бути ідеальним Ніком Вуйичичем (ЖБО: 10); (A, 56) *For my part, I came to see that as great as my challenges were, many people had heavier burdens than mine* (LWL: 19) – А я усвідомлював, що хай як мені було важко, багатьом ведеться ще важче (ЖБО: 12).

До цілісного перетворення перекладач вдається також при передачі висловлювань, що мають на меті пряме звернення до читача. Це – конструкції з імперативами: (A, 53) *I was insecure enough as it was, but to hear that my own mother could not bear to look at me was... well, imagine how you might feel*

(LWL: 18) – *Як я міг іще почуватися, коли довідався, що навіть власна мати знехтувала мною... Певна річ, я страждав (ЖБО: 12); та риторичні питання: (A, 54) *She was in shock and frightened. How would I have responded as a parent?* (LWL: 19) – *Вона була вражена і налякана. Як я повівся б на її місці?* (ЖБО: 12)*

Окремі слова можуть передаватися описово, наприклад, *enabled* як антонім до слова *disabled*: (A, 32) *I'm officially disabled, but I'm truly enabled because of my lack of limbs* (LWL: 12) – *Я – справжній інвалід, однак живу повним життям* (ЖБО: 10).

Компенсацією називається такий спосіб перекладу, при якому елементи змісту оригіналу, що були втрачені при перекладі, передаються в тексті якимось іншим чином для компенсації семантичної втрати. При перекладі мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу кожен випадок компенсації зумовлений наявністю певних втрат та необхідністю передати те емоційне навантаження, що створює вплив на читача.

Розглянемо на прикладі: (A, 2) *My goal is to encourage you to overcome your own challenges and hardships so you can find your own purpose and pathway to a ridiculously good life* (LWL: 5) – *Я хочу надихнути вас на здолаття власних проблем і незгод. Хочу, аби ви знайшли власну мету життя. Ваше життя мусить бути прекрасним* (ЖБО: 7). У цьому випадку сполучення *ridiculously good life* не передається у повній мірі, тому для того, щоб компенсувати вилучення оцінного прикметника, перекладач застосовує модальне дієслово обов'язковості *мусить* для того, щоб продемонструвати, наскільки сильно автор хоче змінити життя читача на краще. Окрім того, прикметник *good* передається більш оцінно забарвленим прикметником *прекрасне*, що також слугує меті інтенсифікації значення для компенсації втрат.

Компенсація також стосується додавання звертань у тих місцях, де вони відсутні в тексті оригіналу, щоб компенсувати їх вилучення в інших: (A, 21) *Together, the possibilities for us are just ridiculous. So what do you say? Shall we give it a go, mate?* (LWL: 8) – *І перед нами відкриваються неймовірні можливості. То що скажете, друзі? Вирушаймо цим шляхом разом?* (ЖБО: 8)

У цьому фрагменті перекладач додає звернення у першій частині питальної конструкції, таким чином, зберігаючи ідею про те, що автор по-дружньому спілкується з читачем, звертаючись до нього як до свого друга.

У наступному фрагменті прислівник *more* вилучається при перекладі, однак це вилучення компенсується додаванням фрази *і навіть більше* наприкінці речення: (А, 41) *As God's child, you are beautiful and precious, worth more than all the diamonds in the world* (LWL: 13) – *Як і всяке Боже творіння, ви прекрасні й дорогоцінні. Ви заслуговуєте на всі діаманти на світі і навіть більше* (ЖБО: 10).

Іноді перекладач не знаходить можливості прямо передати складні слова, один із компонентів яких є дієприкметником минулого часу. У таких випадках застосовується описова фраза з додаванням певного вислову, що компенсує втрати: (А, 59) *This was one of the worst as far as the environment, but it was also one of the most heart-warming in spirit* (LWL: 20) – *Каїрські нетрі виявилися найжахливішими і найбільш відразливими. Та в цьому маленькому світі панувала неймовірно тепла і дружня атмосфера* (ЖБО: 13). У представленому фрагменті *heart-warming* відтворено як *тепла і дружня*, а для того, щоб показати, що мова йде про емоційний стан мовця, використовується метафора *атмосфера*, відсутня у тексті мовою оригіналу.

Отже, дослідження демонструє, що лексико-граматичні трансформації призводять до найбільших змін у структурі висловлювання. Основна мета застосування лексико-граматичних трансформацій – збереження семантики, емоційного навантаження висловлювання з метою досягнення його основної мети – впливу на читача та направлення ходу його думок у те русло, яке є вигідним автору тексту.

Проведене дослідження дозволило отримати кількісні результати щодо частотності використання окремих перекладацьких трансформацій при відтворенні мовних засобів персуазивності і текстах мотиваційного дискурсу, представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Засоби відтворення при перекладі мовних засобів персуазивності
мотиваційного дискурсу: кількісний аспект

Перекладацькі трансформації	Кількість	Частка
1. Лексико-семантичні трансформації	32	26%
генералізація	5	4,1%
конкретизація	5	4,1%
диференціація	10	8,1%
модуляція	12	9,8%
2. Граматичні трансформації	61	49,6%
транспозиція	2	1,6%
граматичні заміни	20	16,3%
додавання	14	11,4%
вилучення	25	20,3%
3. Лексико-граматичні трансформації	30	24,4%
антонімічний переклад	2	1,6%
цілісне перетворення	24	19,5%
компенсація	4	3,3%
Загалом:	123	100%

Як демонструють одержані результати, найбільш значна частка мовних перетворень, що відбуваються при відтворенні, відбувається на граматичному рівні (49,6%). Така ситуація найчастіше пов'язана з перенасиченістю мотиваційних текстів емоційною інформацією, що дає можливість вилучати деякі фрагменти тексту при перекладі, не втрачаючи його персуазивного потенціалу (трансформація вилучення – 20,3%), або ж граматичними відмінностями між мовою оригіналу та мовою перекладу, що зумовлюють використання граматичних перекладацьких трансформацій (16,3%). Менш частотними є такі трансформації, як додавання (11,4%), сутність якого полягає у введенні в текст додаткових пояснювальних слів або словосполучень або додаванні окремих елементів, що забезпечують когезію тексту на граматичному рівні. Найменш частотною у цій групі є транспозиція (1,6%), що фактично використовується для створення емпізи у тексті перекладу.

Практично в рівній мірі використано лексико-семантичні та лексико-граматичні трансформації. Кількість лексико-семантичних трансформацій переважає (26%). Перетворення у цій групі найчастіше пов'язані з необхідністю уточнення причинно-наслідкових зав'язків між тим, про що говориться, з використанням трансформації модуляції (9,8%), або ж необхідністю передати лише одне із значень багатозначного слова або його конотацію шляхом застосування диференціації (8,1%). Менша частка лексичних одиниць передається з використанням генералізації та конкретизації – по 4,1% на кожен групу.

Третьою за частотністю групою перекладацьких трансформацій є лексико-граматичні перетворення (24,4%). У цій групі помітно домінує цілісне перетворення (19,5%), покликане передавати зміст та персуазивне навантаження тексту оригіналу в перекладі у випадках, коли перекладач не має можливості віднайти відповідні засоби у мові перекладу. У таких випадках словесне наповнення тексту змінюється з метою передачі його прагматики. Значно менш частотними є такі перекладацькі трансформації, як компенсація (3,3%) та антонімічний переклад (1,6%).

Висновки до розділу 3

1. Лексико-семантичні трансформації (26%), які використовуються при відтворенні в українськомовних перекладах персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу, дозволяють через розширення / звуження, уточнення, модифікацію значення досягти необхідного емоційного впливу на читача перекладу, що зумовлює персуазивний ефект від текстів мотиваційного дискурсу. Лексико-семантичні перетворення найчастіше пов'язані з необхідністю уточнення причинно-наслідкових зав'язків між тим, про що говориться, з використанням трансформації модуляції (9,8%), що дозволяє апелювати саме до таких почуттів читача, які здатні змусити його діяти або хоча б прийняти точку зору автора, або ж необхідністю передати лише одне із

значень багатозначного слова або його конотацію шляхом застосування диференціації (8,1%).

2. Граматичні трансформації є найбільш частотними (49,6%) та зумовлені не лише граматичними розбіжностями між мовою оригіналу та мовою перекладу, а і необхідністю акцентувати увагу на певних аспектах оповіді або опустити деякі з них, якщо вони не несуть основного смислового навантаження. Найчастіше їх застосування зумовлене перенасиченістю мотиваційних текстів емоційною інформацією, що дає можливість вилучення (20,3%) деяких фрагментів тексту при перекладі, не втрачаючи його персуазивного потенціалу, або ж граматичними відмінностями між мовою оригіналу та мовою перекладу, що зумовлюють використання граматичних перекладацьких трансформацій (16,3%).

3. Лексико-граматичні трансформації (24,4%) призводять до найбільших змін у структурі висловлювання. Основна мета застосування лексико-граматичних трансформацій – збереження семантики, емоційного навантаження висловлювання з метою досягнення його основної мети – впливу на читача та направлення ходу його думок у те русло, яке є вигідним автору тексту. У цій групі помітно домінує цілісне перетворення (19,5%), покликане передавати зміст та персуазивне навантаження тексту оригіналу в перекладі у випадках, коли перекладач не має можливості віднайти відповідні засоби у мові перекладу.

ВИСНОВКИ

Лінгвістична сутність персуазивності полягає в тому, що це – комунікативно-мовленнєва стратегія, спрямована на раціональне переконання і емоційний вплив на адресата з метою спонукання його до вчинення певних посткомунікативних дій. Засоби, що використовуються для створення персуазивності тексту представлені на всіх мовних рівнях: логічному (акцент на певному питанні, конкретизація, спрощення, поляризація, інтенсифікація тощо) і мовностилістичному (лексичні, граматичні та стилістичні мовні засоби переконання). Персуазивна комунікація має на меті переконання, подолання розбіжностей між учасниками комунікативного процесу шляхом впливу одного учасника на іншого.

При відтворенні персуазивних повідомлень у перекладі головна мета перекладача – передати прагнення автора повідомлення вплинути на адресата з метою переконання в чомусь. Тому перекладач має створити ситуацію комунікативної, емоційно-естетичної та прагматичної відповідності тексту оригіналу текстові перекладу, створюючи вторинний текст перекладу, що замінює вихідний у новому середовищі.

Домінуванням стратегії персуазивності характеризується мотиваційний дискурс як вербальна взаємодія адресанта і адресата з метою справити позитивний вплив на емоційну, вольову і діяльнісну сферу останнього. Мотиваційний дискурс втілюється у різноманітних жанрах: усних, письмових та креолізованих. Мотиваційні книги належать до письмового жанру мотиваційного дискурсу та характеризуються наявністю прагматичної настанови на вплив на адресата, що зумовлює вибір певних засобів створення персуазивності у таких текстах. Персуазивність текстів мотиваційного дискурсу виявляється на всіх рівнях мови та підпорядковується єдиній меті – переконанні читача у правильності і доцільності того, що пропонується автором тексту.

Основні мовні засоби персуазивності у текстах мотиваційного дискурсу за мовними рівнями поділяються на стилістичні, граматико-синтаксичні, лексичні та графічні. Стилiстичні засоби персуазивності (40,7%) – це експресивні вирази, що створюють стійкі образи, здатні здійснювати вплив на свідомість читача шляхом співставлення об'єктів, явищ та їх характеристик, перебільшення характеристик або значення тих чи інших об'єктів чи явищ, їх протиставлення один одному, апелювання до авторитетних джерел та виділення окремих, найбільш важливих для автора, аспектів життя. Серед стилістичних засобів, використаних в досліджуваному тексті, найчастотнішими є метафора (18,7%), епітет (6,5%), протиставлення (6,5%) та гіпербола (4,9%).

Граматико-синтаксичні засоби персуазивності (31,7%) передбачають створення специфічної організації тексту, в якій граматичні форми та синтаксичні конструкції дозволяють поставити акцент на потрібній інформації або викликати у читача потрібні автору почуття. Найбільш частотними для мотиваційного дискурсу є вставні конструкції (8,9%), риторичні запитання (5,7%), повтори (5,7%) та імперативи (4,9%).

Лексичні засоби персуазивності мотиваційного дискурсу (26%) передбачають такий вибір словесного наповнення, що дозволяє максимально вплинути на читача через апелювання до його почуттів, спробу створити дружні стосунки із читачем, уникання негативних акцентів комунікації, апелювання до народної мудрості. Основними лексичними засобами персуазивності проаналізованого тексту мотиваційного дискурсу є емотиви (11,4%) та оцінна лексика (8,9%).

Графічне оформлення тексту також може здійснювати персуазивний вплив на читача, зокрема, шляхом написання всього слова великими літерами (1,6%), що дозволяє привернути увагу до того чи іншого слова.

Відтворення при перекладі мовних засобів персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу відбувається шляхом застосування різнорівневих перекладацьких трансформацій – лексико-семантичних, граматичних та лексико-граматичних. Найбільш частотними перекладацькими

трансформаціями є граматичні (49,6%), що зумовлені граматичними розбіжностями між мовою оригіналу та мовою перекладу, а також необхідністю акцентувати увагу на певних аспектах оповіді або опустити деякі з них, якщо вони не несуть основного смислового навантаження. Основними граматичними трансформаціями при відтворенні мовних засобів персуазивності мотиваційного дискурсу є вилучення (20,3%) та граматичні заміни (16,3%).

Другими за частотністю є лексико-семантичні трансформації (26%), що дозволяють через розширення / звуження, уточнення, модифікацію значення досягти необхідного емоційного впливу на читача перекладу, що зумовлює персуазивний ефект від текстів мотиваційного дискурсу. У цій групі основними трансформаціями є модуляція (9,8%) та диференціація (8,1%).

Лексико-граматичні трансформації (24,4%) зумовлені необхідністю збереження семантики, емоційного навантаження висловлювання з метою досягнення його основної мети – впливу на читача та направлення ходу його думок у те русло, яке є вигідним автору тексту. У цій групі основною трансформацією є цілісне перетворення (19,5%).

Отже, основними перекладацькими трансформаціями, що використовуються при відтворенні в українськомовних перекладах персуазивності англійськомовного мотиваційного дискурсу є такі: вилучення (20,3%), цілісне перетворення (19,5%), граматичні заміни (16,3%), додавання (11,4%), модуляція (9,8%) та диференціація (8,1%).

Проведене дослідження вносить вклад у розвиток теорії персуазивної комунікації, лінгвістики тексту та дискурсу. В рамках дослідження персуазивності перспективними представляються наступні напрямки для подальших розвідок: аналіз комунікативних тактик і мовних засобів реалізації персуазивності у різних типах мотиваційних текстів, порівняльні дослідження різних типів мотиваційних текстів на матеріалі однієї мови, міжмовне зіставлення способів і засобів реалізації персуазивності в таких текстах, а також дослідження інших форм персуазивної комунікації (зокрема, креолізованих) на матеріалі різних мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеев К. И. Метафоры и их пресуппозиции: воздействие в научном дискурсе // Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. Москва: Институт психологии РАН, 2014. С. 112—120.
2. Ананьян Е. Л., Годунова Н. Б. До проблеми перекладу «культурного компонента» тексту // Молодий вчений. 2018. № 7 (59). С. 128—131.
3. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. 8-е изд. Москва: Флинта: Наука, 2006. 384 с.
4. Баган М. Заперечення як засіб увиразнення персуазивних значень // Проблеми гуманітарних наук. 2011. № 28. С. 108—116.
5. Баклан І. М. Відтворення імпліцитності у перекладі текстів німецькомовного офіційно-ділового дискурсу. Дис. Херсон, 2016. Автореферат. 23 с.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: 2-ге вид., доп. Київ: ВЦ «Академія», 2009. 376 с.
7. Бащук Н. П. Еквівалентність та адекватність перекладу науково-технічних текстів // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. 2017. Кн. 1. С. 122—126.
8. Борисова С. С. Персуазивные стратегии в аналитических жанрах медиатекста. Дисс. Орел, 2016. 250 с.
9. Бурмістенко Т. В. Риторичне питання як механізм аргументативного впливу в офіційній промові // Проблеми семантики слова, речення та тексту. 2013. № 30. С. 14—19.
10. Быкова И. А. Язык и символы этнокультур в опосредованной коммуникации // Известия Волгоградского государственного технического университета. 2013. № 2 (105). С. 161—164.

11. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). Москва: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.

12. Гилясев Ю. С. Прагматика англоязычного мотивационного дискурса // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2017. № 5 (166). С. 70—76.

13. Голоднов А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы). Дисс. Санкт-Петербург, 2003. Автореферат. 23 с.

14. Голоднов А. В. Риторический метадискурс: основания прагмалингвистического моделирования и социокультурной реализации (на материале современного немецкого языка). Санкт-Петербург: Астерион, 2011. 344 с.

15. Гончарова Е. А. Ещё раз о стиле как объекте современного языкознания // Текст — Дискурс — Стилль. Санкт-Петербург, 2003. С. 9—23.

16. Гордієнко Н. М. Поняття перекладацької еквівалентності як центральна проблема теорії художнього перекладу. URL: http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/03_2012_gordienko_ponyattia.pdf.

17. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ.; сост. В. В. Петрова; под ред. В. И. Герасимова; вступ. ст. Ю. Н. Караулова, В. В. Петрова. Москва: Прогресс, 1989. 312 с.

18. Инжечик А. А. Персуазивная функция языковых средств немецкого политического дискурса // Молодой ученый. 2016. № 9. С. 1270—1275.

19. Іванців О. В. Когнітивно-дискурсивні основи формування корпоративного іміджу (на матеріалі англійськомовних прес-релізів міжнародних косметичних компаній). Дис. Львів, 2015. 225 с.

20. Каширец В. В. Языковые средства реализации персуазивной стратегии в программах немецких политических партий. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2016. 89 с.

21. Клименская Е. А. Персуазивный потенциал нативной рекламы в интернет-издании Meduza // Конференция «Ломоносов 2018». URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2018/data/13260/78100_uid245654_report.pdf.

22. Климчук В. О. Мотиваційні дискурси сучасності: від метафори «відповідності» до метафори «становлення» // Психологічні перспективи. 2014. № 3. С. 137—148.

23. Климчук В. О. Мотиваційний дискурс особистості в інтеракційному просторі. Дис. Київ, 2015. Автореферат. 20 с.

24. Климчук В. О. Мотиваційний дискурс сучасного рекламного простору: тематичний вимір та лінгвістичні засоби його конструювання // Проблеми політичної психології. 2014. № 1. С. 323—332

25. Климчук В. О. Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 290 с.

26. Ковальська Н. А. Окличні речення як вищий прояв емоційної експресії в українському економічному дискурсі // Філологічні студії. 2015. № 13. С. 280—286.

27. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода. Москва: ЧеРо, 1999. 136 с.

28. Кошевская А. Ю. Особенности передачи категорий авторизации и персуазивности при переводе латинской конструкции *nominativus cum infinitivo* на литовский язык. URL: https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2017/data/10604/uid136390_f411c9af34de594321f98f6aa1e0a8b75b17c710.doc.

29. Криворучко С. И. Формы и средства оптимизации речевого воздействия // Культура народов Причерноморья. 2009. Т. 1. № 163. С.401—403.

30. Кучик Г. Б. Структурно-семантичні та дискурсивні особливості англійськомовних текстів установчих документів міжнародних організацій. Дис. Львів, 2016. 244 с.

31. Латышев Л. К. Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения. Москва, Международные отношения, 1986. 247 с.
32. Липатов А. Т. Риторика в зеркале времени: Монография. Москва: ООО «Изд-во «ЭЛПИС», 2011. 383 с.
33. Лобода Ю. А. Відтворення експресивних засобів політичних промов українською мовою (на матеріалі публічних виступів політиків Великої Британії та США). Дис. Київ, 2011. Автореферат. 21 с.
34. Лютянська Н. І. Відтворення ситуацій міжетнічної взаємодії у масмедійних британських та американських дискурсивних практиках. Дис. Миколаїв, 2017. 219 с.
35. Максимов С. Є. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Київ: Ленвіт, 2006. 175 с.
36. Мамрак А. В. Вступ до теорії перекладу. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 304 с.
37. Мацько Л., Сидоренко О. Стилістика української мови. Київ: Наука, 2003. 462 с.
38. Петровский А. В., Ярошевский М. Г. Основы теоретической психологии. Москва: Инфа-М, 1998. 528 с.
39. Подоляк Ж. И. К вопросу о выделении мотивационного дискурса // Электронный научно-практический журнал «Гуманитарные научные исследования». URL: <http://human.snauka.ru/2016/05/14850>.
40. Потапенко С. І. Сучасний англійськомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти: Монографія. Ніжин: Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с
41. Правикова Л. В. Персуазивность как когнитивная стратегия в парламентском дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 1(79). Ч. 2. С. 359—362.
42. Приходько Н. Ю. Феминистский дискурс мировых религий: статус женщины в буддийской традиции // Вестник ТГЭУ. Серия: Философия. 2009. № 4. С. 95—104.

43. Роот Э. В. Языковая реализация персуазивности в дискурсе интервью (на материале англоязычной прессы) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 9 (75): в 2-х ч. Ч. 2. С. 144—146.

44. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода. Москва: АСТ: Восток-Запад, 2007. 448 с.

45. Скрябіна В. Б. Персуазивний портрет перекладача // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ Серія Філологія. 2014. № 28. С. 59—64.

46. Скрябіна В. Б. Персуазивні стратегії любовного дискурсу: комунікативно-прагматичний аспект (на матеріалі англійськомовної художньої прози ХХ століття). Дис. Київ, 2011. Автореферат. 20 с.

47. Славова Л. Л. Мовна особистість у сучасному американському та українському політичному дискурсі. Дис. Київ, 2015. Автореферат. 36 с.

48. Слюян Г. Г. Коммуникативный дискурс справедливости. Дисс. Санкт-Петербург, 2009. Автореферат. 24 с.

49. Смирнова И. В. Использование языковых средств речевой манипуляции для реализации персуазивной стратегии в текстах программ испанских политических партий // Вестник Российского университета Дружбы народов. Серия: Вопросы образования. Языки и специальность. 2014. № 2. С. 78—84.

50. Стадній А. С. Психолінгвістичний аспект емоційно-оцінної лексики // Вісн. Дніпропетровського ун-ту. 2010. № 16, № 11, т. 18. С. 321—325.

51. Стецик Т. С. Система лінгвістичних засобів вираження персуазивності в політичному дискурсі. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2013/systema-linhvistychnyh-zasobiv-vyrazhennya-persuazyvnosti-v-politychnomu-dyskursi/>.

52. Тащенко Г. В. Лінгвокогнітивні та культурологічні особливості англо-українського перекладу прецедентних імен (на матеріалі художньої літератури). Дис. Харків, 2018. 263 с.

53. Телия В. Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. Москва, 1988. С. 173—204.

54. Федоров В. В. Инвариантные языковые черты английской публицистики // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. Петропавловск-Камчатский, 2014. № 2 (24). С. 19—31.

55. Харджиева Е. С. Персуазивность в детективно-следственном дискурсе (на материале романов Н. И. Леонова и А. В. Макеева). Дис. Ростов-на-Дону, 2016. 165 с.

56. Черниш О. А. Мовна особистість в структурі мас-медійного дискурсу. URL: <http://www.nniif.org.ua/File/14coamov.pdf>.

57. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва: Флинта; Наука, 2006. 136 с.

58. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1987. 188 с.

59. Шаховский В. И. Эмоциональная / эмотивная компетенция в межкультурной коммуникации (Есть ли неэмоциональные концепты?). URL: http://tverlingua.ru/archive/016/2_16.pdf.

60. Шейгал Е. И. Театральность политического дискурса // Единицы языка и их функционирование. 2000. № 6. С. 43—67.

61. Шелестюк Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия // Вестник Челябинского государственного университета (Серия «Филология. Искусствоведение»). 2008. Вып. 26. № 30 (131). С. 170—175.

62. Шелестюк Е. В. Способы, типы, приемы и инструменты речевого воздействия // Классическое лингвистическое образование в современном мультикультурном пространстве: материалы междунар. науч. конф.: в 2 ч. Ч. 2. 2006. С. 153—164

63. Шинкарук В. Д. Модус і диктум у структурі речення. Дис. Київ, 2003. Автореферат. 31 с.

64. Юшкевич В. І. Тематичні моделі англійськомовного ділового дискурсу. Дис. Житомир, 2016. 258 с.

65. Chaiken S., Liberman A., Eagly A. Heuristic and systematic Information Processing within and beyond the Persuasion Context // *Unintended Thought*. New York: Guilford Press, 1989. P. 212—252.

66. Claridge C. *Hyperbole in English: A corpus-based study of exaggeration*. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. 302 p.

67. Gambier Y. Rapid and Radical Changes in Translation and Translation Studies // *International Journal of Communication*, 2016. № 10. P. 887—906.

68. Hovland C. J., Janis I. L., Kelley H. H. *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. New Haven: Yale Univ. Press, 1953. 315 p.

69. Jacobson R. On Linguistic Aspects of Translation. URL: <https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/jacobson.pdf>.

70. Mann W., Thompson S.A. Rhetorical Structure Theory: toward a Functional Theory of Text Organization // *Text*.1988. № 8. P. 243—281.

71. Neubert A. *Text and Translation*. Leipzig: Verlag Enzyklopaedie, 1985. 168 p.

72. Nida E. *Toward a science of translating*. Leiden: E.J. Brill, 1964. 331 p.

73. Nida E., Taber C. R. *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: The united bible societies, 1989. 219 p

74. Petty R. E., Cacioppo J. T. *Communication and Persuasion. Central and Peripheral Routs to Attitude Change*. New York: Springer, 1986. 262 p.

75. Pym A. Natural and directional equivalence in theories of translation // *The metalanguage of translation*. Amsterdam: John Benjamins, 2009. P. 81—104.

76. Rank H. *Persuasion analysis: A companion to composition*. Park Forest: Counter-Propaganda Press, 1988. 160 p.

77. Robinson D. *Local Heroes? A Critical Discourse Analysis of the Motivations and Ideologies Underpinning Community-Based Volunteering*. Birmingham: The University of Birmingham, 2015. 291 p.

78. Sokolovsky Y. V. On the Linguistic Definition of Translation // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2010. No. 2. Vol. 3. P. 285—292.

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

79. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. Москва: Советская энциклопедия, 1990. С. 137.

80. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 4-е изд., стереотип. Москва: КомКнига, 2007. 576 с.

81. Вставні конструкції // Граматика. URL: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2016/UJA_57/um/62371073/Vstavleni_konstrukciji.pdf.

82. Однорідні члени речення // Граматика. URL: https://is.muni.cz/el/1421/jaro2016/UJA_57/um/62016880/1_Nekolikanasobne_v.c..pdf.

83. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.

84. Українська мова. Енциклопедія / редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк. Київ: Українська енциклопедія, 2000. 824 с.

85. Oxford Dictionaries. URL: <http://www.oxforddictionaries.com>

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

(ЖБО) — Вуйчич Н. Життя без обмежень. Київ: Форс Україна, 2016. 352 с.

(LWL) — Vujicic N. Life without Limits. New York – London – Toronto – Sidney – Auckland: Doubleday, 2010. 328 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Мовні засоби персуазивності у текстах мотиваційного дискурсу та їх
переклад українською мовою**

	Засоби персуазивності в контексті	Переклад
1.	<i>I travel the world encouraging millions of people to overcome adversity with <u>faith, hope, love, and courage</u> so that they may pursue their dreams (LWL: 5).</i>	<i>Я мандрую світом, аби надихнути мільйони людей. Я закликаю всіх озброїтися <u>вірою, надією, любов'ю та сміливістю</u> і здолати всі перепони, що стоять на шляху до здійснення мрій (ЖБО: 7).</i>
2.	<i>My goal is to encourage you to overcome your own challenges and hardships so you can find your own purpose and pathway to a <u>ridiculously good life</u> (LWL: 5).</i>	<i>Я хочу надихнути вас на здолаття власних проблем і незгод. Хочу, аби ви знайшли власну мету життя. Ваше <u>життя</u> мусить бути <u>прекрасним</u> (ЖБО: 7).</i>
3.	<i><u>Hard times and tough circumstances</u> can trigger self-doubt and despair (LWL: 5).</i>	<i><u>Скрута і складні обставини</u> змушують нас сумніватися в собі й призводять до розпачу (ЖБО: 7).</i>
4.	<i>But the Bible says, "<u>Consider it pure joy, whenever you face trials of any kinds</u>" (LWL: 5).</i>	<i>Та в Біблії мовиться: «<u>І в скруті шукай щирю радість</u>» (ЖБО: 7).</i>
5.	<i>That is a lesson <u>I struggled</u> many years to learn (LWL: 5).</i>	<i>І на засвоєння цього уроку <u>в мене пішло</u> декілька років (ЖБО: 7).</i>
6.	<i>Today, though, my life is <u>beyond anything we could have imagined</u> (LWL: 6).</i>	<i>Та сьогодні моє життя <u>перевершує</u> те, про що ми навіть не мріяли (ЖБО: 7).</i>

7.	<i>They approach me in airports, hotels, and restaurants and hug me, telling me that <u>I have touched their lives</u> in some way (LWL: 6).</i>	Люди підходять до мене в аеропортах, готелях і ресторанах. Вони обіймають мене і кажуть, що <u>я змінив їхнє життя</u> (ЖБО: 7).
8.	<i><u>I am truly blessed. I am ridiculously happy</u> (LWL: 6).</i>	<u>Це справжня благодать Господня. Я неймовірно щасливий</u> (ЖБО: 7).
9.	<i>What my family and I could not foresee was that my disability – my “burden” – could also be <u>a blessing</u>, offering me unique opportunities for reaching out to others, empathizing with them, understanding their pain, and offering them comfort (LWL: 6).</i>	Ми з батьками навіть не уявляли, що моя вада – мій «тягар» – може стати <u>благословенням</u> , а інвалідність відкриє переді мною неймовірні можливості, дозволивши спілкуватися з іншими людьми, підтримувати їх, розуміти їхній біль і дарувати їм розраду (ЖБО: 7).
10.	<i>Yes, I do have distinct challenges, but I also am blessed with a <u>loving family</u>, with a <u>keen enough mind</u>, and with a <u>deep and abiding faith</u> (LWL: 6).</i>	Так, мені нелегко ведеться, та я маю <u>люблячих родичів</u> , Господь дав мені <u>жвавий розум</u> і вселив у мою душу <u>глибоку і щиру віру</u> (ЖБО: 7).
11.	<i>I'll be <u>candid</u> here and throughout the book in sharing that neither my faith nor my sense of purpose grew strong until I went through some very scary times (LWL: 6).</i>	Я <u>відверто</u> поділюся з вами тим, як після пережитих незгод до мене прийшли віра і усвідомлення сенсу життя (ЖБО: 7).
12.	<i>Of course, I'm <u>all too human</u> and wanted to be like everyone else, but there seemed little chance for that (LWL: 7).</i>	Я ж <u>почувався звичайнісіньким хлопчиком</u> і хотів бути таким, як усі. Та мені це було не під силу (ЖБО: 7).
13.	<i>My <u>heart ached</u>. I was depressed,</i>	У мене <u>боліло серце</u> . Я був

	<i>overwhelmed with negative thoughts, and didn't see any point in my life (LWL: 7).</i>	<i>пригнічений, нещасний, не бачив сенсу жити, страждав від того, що приречений вічно бути тягарем для близьких, мене опосідали чорні думки (ЖБО: 7).</i>
14.	<i>What I didn't know back in those <u>dark days</u> could fill a book: the one you're holding, actually (LWL: 7).</i>	<i>Те, чого я не знав у <u>чорні дні</u> мого дитинства, могло б вистачити на книжку. Ту, що її ви зараз тримаєте у руках (ЖБО: 7).</i>
15.	<i>I'll light the path to the other side of <u>grief</u> where you can emerge stronger, more determined, and empowered to pursue the life you want, and perhaps even to find a life beyond any you could have imagined (LWL: 7).</i>	<i>Я хочу показати шлях <u>по той бік горя</u>, де ви станете сильнішими, наполегливішими, сповнені бажання змінити власне життя так, як ви навіть і не мріяли (ЖБО: 7).</i>
16.	<i>To be honest, I didn't always believe it myself (LWL: 7).</i>	<i>Правду сказати, я й сам не завжди у це вірив (ЖБО: 7).</i>
17.	<i>If you've seen one of my talks posted on the Internet, the happiness I have that shines through in those videos is the result of <u>the journey I've made</u> (LWL: 7).</i>	<i>Якщо ви бачили якусь із моїх бесід в Інтернеті, то напевно відчули, що щастя, яке мене сповнює, – це результат <u>тривалої праці</u> (ЖБО: 7).</i>
18.	<i>If you are one of the many people <u>struggling</u> each day, keep in mind that beyond my own <u>struggles</u> there was a purpose for my life awaiting me. And it has proven to be <u>far, far, far</u> beyond anything I ever could</i>	<i>Якщо ви – один із тих, для кого кожен день – тяжка <u>боротьба</u>, пам'ятайте, що в моєму житті була не лишень <u>боротьба</u>. А ще й відчуття сенсу і мети життя, завдяки чому життя моє стало</i>

	<i>have imagined (LWL: 8).</i>	<i>таким, про яке я навіть мріяти не міг (ЖБО: 8).</i>
19.	<i>You may <u>fall down</u> and feel as though you <u>don't have the strength to get back up</u> (LWL: 8).</i>	<i>Людина <u>падає</u>, і, здається, що вже <u>не стане сил звестися на ноги</u> (ЖБО: 8).</i>
20.	<i>I know the feeling, <u>mate</u>. We all do (LWL: 8).</i>	<i>Мені знайоме це відчуття. Воно знайоме нам усім (ЖБО: 8).</i>
21.	<i>Together, the possibilities for us are just ridiculous. <u>So what do you say? Shall we give it a go, mate?</u> (LWL: 8)</i>	<i>І перед нами відкриваються неймовірні можливості. <u>То що скажете, друзі? Вирушаймо цим шляхом разом?</u> (ЖБО: 8)</i>
22.	<i><u>All in all, those are pretty ordinary activities that just about anybody can do, right? So why do you think that video has been viewed millions of times?</u> (LWL: 11)</i>	<i><u>Для пересічної людини це звичайнісінькі речі, чи не так? То чому ж люди переглянули моє відео мільйони разів?</u> (ЖБО: 9)</i>
23.	<i>People often expect someone with a severe disability to be inactive, maybe even angry and withdrawn. <u>I like to surprise them by showing that I lead a very adventurous and fulfilling existence</u> (LWL: 11).</i>	<i>Досить часто люди вважають, що інваліди – бездіяльні й слабкі, а ще, можливо, навіть озлоблені й відлюдькуваті. <u>Мені подобається дивувати їх тим, що я веду дуже активний і часом навіть екстремальний спосіб життя</u> (ЖБО: 9).</i>
24.	<i>Seeing a guy like this being happy makes me wonder why the hell I feel sorry for myself sometimes... <u>or feel that I'm not attractive enough, or funny enough, or <u>WHATEVER</u></u></i>	<i>Коли вже такий хлопець може бути щасливим, я замислився, чому ж часом мені так шкода себе... чому іноді мені спадає на думку, що я не достатньо гарний, не достатньо</i>

	(LWL: 11).	привабливий <u>тощо</u> (ЖБО: 9)
25.	<i>How can I even think thoughts like that when this guy is living without limbs and still being <u>HAPPY!</u>?</i> (LWL: 11)	<i>Як такі думки можуть опосідати мою голову, коли цей хлопець без рук і ніг <u>ЩАСЛИВИЙ?!</u></i> (ЖБО: 9)
26.	<i>I found happiness when I realized that <u>as imperfect as I may be, I am the perfect Nick Vujicic</u></i> (LWL: 12).	<i>Я пізнав щастя, коли зрозумів, що <u>попри свою недосконалість, все ж можу бути ідеальним Ніком Вуйичичем</u></i> (ЖБО: 10).
27.	<i>I am <u>God's creation</u>, designed according to <u>His plan</u> for me</i> (LWL: 12).	<i>Мене <u>створив Бог</u> відповідно до <u>власних планів</u>, що їх Він мав тільки на мене</i> (ЖБО: 10).
28.	<i>I <u>do</u> believe my life has no limits</i> (LWL: 12).	<i>Я вірю в те, що в моєму житті немає обмежень</i> (ЖБО: 10).
29.	<i>I <u>want you to</u> feel the same way about your life, no matter what your challenges may be</i> (LWL: 12).	<i>І хай там які б проблеми вас не гнітили, <u>я хочу, щоб ви ставилися до свого життя так само, як я</u></i> (ЖБО: 10).
30.	<i>As we begin our journey together, <u>please take a moment to think</u> about any limitations you've placed on your life or that you've allowed others to place on it</i> (LWL: 12).	<i>Починаючи нашу спільну мандрівку, <u>будь ласка, подумайте про обмеження, що їх ви створили для себе самі або дозволили створити іншим людям</u></i> (ЖБО: 10).
31.	<i>Now think about what it would be like to be free of those limitations. <u>What would your life be if anything were possible?</u></i> (LWL: 12)	<i>А тепер подумайте, як би воно було, коли б раптом зникли ці обмеження? <u>Як склалося б ваше життя, коли б ви могли все?</u></i> (ЖБО: 10)
32.	<i>I'm officially <u>disabled</u>, but I'm truly</i>	<i>Я – справжній <u>інвалід</u>, однак <u>живу</u></i>

	<i><u>enabled</u> because of my lack of limbs (LWL: 12).</i>	<i><u>повним життям</u> (ЖБО: 10).</i>
33.	<i>My <u>unique challenges</u> have opened up <u>unique opportunities</u> to reach so many in need (LWL: 12).</i>	<i><u>Унікальний</u> стан відкрив переді мною <u>унікальну</u> можливість – можливість спілкуватися з тими, кому важко (ЖБО: 10).</i>
34.	<i><u>Just imagine what is possible for you!</u> (LWL: 12)</i>	<i><u>Тільки уявіть, які можливості відкриються перед вами!</u> (ЖБО: 10)</i>
35.	<i>Too often we tell ourselves we aren't smart <u>enough</u> or attractive <u>enough</u> or talented <u>enough</u> to pursue our dreams (LWL: 12).</i>	<i>Ми занадто часто повторюємо собі про те, що <u>не достатньо</u> розумні, вродливі <u>або</u> талановиті, щоб реалізувати свої мрії (ЖБО: 10).</i>
36.	<i>We <u>buy into</u> what others say about us, or we put restrictions on ourselves (LWL: 12).</i>	<i>Ми <u>покладаємося</u> на оцінку інших людей, обмежуючи власні можливості (ЖБО: 10).</i>
37.	<i><u>What's worse</u> is that when you consider yourself unworthy, you are putting limits on how God can work through you! (LWL: 12)</i>	<i><u>Хіба може щось бути гірше! Та ось так міркуючи, ви обмежуєте плани Бога, що їх Він приготував для вас!</u> (ЖБО: 10)</i>
38.	<i>When you give up on your dreams, you <u>put God in a box</u> (LWL: 13).</i>	<i>Відмовляючись від власних мрій, ви <u>обмежуєте силу Бога</u> (ЖБО: 10).</i>
39.	<i>I <u>have a choice</u>. You <u>have a choice</u> (LWL: 13).</i>	<i>Я <u>маю вибір</u>. Ви <u>маєте вибір</u> (ЖБО: 10).</i>
40.	<i>We <u>can choose</u> to dwell on disappointments and shortcomings. We <u>can choose</u> to be <u>bitter, angry, or sad</u> (LWL: 13).</i>	<i>Ми можемо жити самими розчаруваннями і нестатками, відчувати гіркоту, гнів і смуток (ЖБО: 10).</i>
41.	<i>As God's child, you are beautiful and precious, <u>worth more than all the</u></i>	<i>Як і всяке Боже творіння, ви прекрасні й дорогоцінні. <u>Ви</u></i>

	<i>diamonds in the world</i> (LWL: 13).	<i>заслуговуєте на всі діаманти на світі і навіть більше</i> (ЖБО: 10).
42.	<i>You and I are <u>perfectly suited</u> to be who we were meant to be!</i> (LWL: 13)	<i>Ми з вами <u>створені</u> для того, щоб стати тими, ким повинні стати!</i> (ЖБО: 10)
43.	<i>Adjustments are necessary along the way because life <u>isn't always rosy</u>, but it is always worth living</i> (LWL: 13).	<i>Не завжди ваш шлях буде <u>встелений трояндами</u>, і ви <u>не маєте рухатися ним, як танк</u></i> (ЖБО: 10).
44.	<i>I can't put a hand on your shoulder to reassure you, but I can speak from the heart</i> (LWL: 13).	<i>Я не маю змоги покласти руку вам на плече, але здатний з вами щиро поговорити</i> (ЖБО: 10).
45.	<i>As <u>bad</u> as circumstances appear, there are <u>better</u> days ahead</i> (LWL: 13).	<i>Хай якими <u>сумними</u> були обставини, попереду на вас чекає щось <u>хороше</u></i> (ЖБО: 10).
46.	<i>I'm certain of that because it's been true in my life</i> (LWL: 13).	<i>Я впевнений в цьому, адже підтвердженням цього є моє життя</i> (ЖБО: 10).
47.	<i>What good is a life without limbs? Just by looking at me, people know that I faced and overcame many obstacles and hardships</i> (LWL: 13).	<i>Що може бути доброго у житті <u>безрукого і безногого інваліда?</u> Дивлячись на мене, люди розуміють, з чим я зіткнувся, які труднощі й перешкоди подолав</i> (ЖБО: 10).
48.	<i>It's important to recognize your own value. <u>Know</u> that you also have something to contribute</i> (LWL: 13).	<i>Дуже важливо усвідомлювати власну значущість. <u>Знайте</u>, що ви теж можете зробити свій внесок</i> (ЖБО: 10).
49.	<i>She'd been a midwife and worked as a pediatric nurse in charge in the</i>	<i>За професією акушерка, вона працювала медсестрою в</i>

	<i>delivery room where she provided care for <u>hundreds</u> of mothers and their babies (LWL: 14).</i>	<i>пологовому будинку і дбала про <u>сотні</u> матерів і немовлят (ЖБО: 11).</i>
50.	<i>As <u>the seconds ticked by</u> and they were still not bringing the baby for her to see, she sensed even more that something was wrong (LWL: 14).</i>	<i><u>Спливав час</u>, а мамі все ще не показували немовляти. Вона відчула <u>недобре</u> (ЖБО: 11).</i>
51.	<i>She read the distress on the faces of her medical team, and she knew something was <u>very wrong</u> (LWL: 14).</i>	<i>Мама бачила, як засмутилися медики (ЖБО: 11).</i>
52.	<i>Even so, when my mum told me that she didn't want to hold me after I was born, it was hard to take, <u>to say the least</u> (LWL: 18).</i>	<i>Почувши, що мама не хотіла взяти мене, новонародженого, на руки, я <u>дуже засмутився</u> (це м'яко кажучи) (ЖБО: 12).</i>
53.	<i>I was insecure enough as it was, but to hear that my own mother could not bear to look at me was... <u>well, imagine how you might feel</u> (LWL: 18).</i>	<i>Як я міг іще почуватися, коли довідався, що навіть власна мати <u>знехтувала мною</u>... <u>Певна річ, я страждав</u> (ЖБО: 12).</i>
54.	<i>She was in shock and frightened. <u>How would I have responded as a parent?</u> (LWL: 19)</i>	<i>Вона була вражена і налякана. <u>Як я повівся б на її місці?</u> (ЖБО: 12)</i>
55.	<i><u>I'm glad</u> that we waited until I was secure, knowing deep in my heart of hearts that they loved me (LWL: 19).</i>	<i><u>Добре</u>, що ми почекали з цією розмовою. До цього часу я вже <u>напевне знав</u>, що батьки мене люблять (ЖБО: 12).</i>
56.	<i>For my part, I came to see that <u>as great as my challenges were</u>, many</i>	<i>А я усвідомлював, що <u>хай як мені було важко</u>, багатьом <u>ведеться ще</u></i>

	<i>people had heavier burdens than mine (LWL: 19).</i>	<i>важче (ЖБО: 12).</i>
57.	<i>Suffering is universal and often <u>unbelievably cruel</u>, but even in the worst of slums and after the most horrible tragedies, I have been heartened to see people not only surviving but thriving (LWL: 19).</i>	<i>Страждання є скрізь і часом вони <u>нестерпні</u>. Та навіть у найжахливіших нетрях, в серці найстрашніших трагедій є люди, яким вдавалося не тільки вижити, а й залишатися щасливими (ЖБО: 12).</i>
58.	<i>The people there live hard lives, <u>to be sure</u>, but those I met were very caring, seemingly happy, and filled with faith (LWL: 20).</i>	<i>Їхнє життя і <u>справді</u> важке. Але ті, з ким я зустрічався, дбали одне про одного, були щасливі й сповнені віри (ЖБО: 13).</i>
59.	<i>This was one of the worst as far as the environment, but it was also one of <u>the most heart-warming in spirit</u> (LWL: 20).</i>	<i>Каїрські нетрі виявилися найжахливішими і найбільш відразливими. Та в цьому маленькому світі панувала <u>неймовірно тепла і дружня атмосфера</u> (ЖБО: 13).</i>
60.	<i>As I began speaking, I was struck by <u>the joy and happiness radiating from my audience</u> (LWL: 20).</i>	<i>Коли я заговорив, то був вражений <u>радістю і щастям, що їх випромінювали ці люди</u> (ЖБО: 13).</i>
61.	<i>They were simply <u>beaming at me</u>. My life has rarely seemed so blessed (LWL: 20).</i>	<i>Я рідко почувався таким щасливим, і буквально <u>купався в їхній любові</u> (ЖБО: 13).</i>
62.	<i><u>How can prisoners sing with joy?</u> They rise above by accepting that certain events are beyond their control and beyond their understanding too, and then focusing</i>	<i><u>Як можуть радіти в'язні?</u> Ці люди піднеслися над обставинами, які були поза їхнім контролем і розумінням. А потім зосередилися на тому, що могли зрозуміти і</i>

	<i>instead on what they can understand and control (LWL: 21).</i>	контролювати (ЖБО: 13).
63.	<i>My dad went back to teaching computing and management in the College of Technical and Further Education. My mum devoted her life to my brother and sister and, <u>mostly</u>, me (LWL: 25).</i>	Батько став викладати інформатику в технічному коледжі, а мама присвятила своє життя дітям і, <u>переважно</u> , мені (ЖБО: 15).
64.	<i>In recent years my parents have been candid in describing their <u>fears and nightmares</u> immediately following my birth (LWL: 26).</i>	Не так давно батьки відверто поділилися зі мною власними <u>страхами і жахами</u> , що мучили їх після мого народження (ЖБО: 16).
65.	<i>As I was growing up, of course, they did not let on that I was not exactly <u>the child of their dreams</u> (LWL: 26).</i>	Поки я ріс, вони, певна річ, навіть і словом не натякнули, що я – не та <u>дитина, про яку вони завжди мріяли</u> (ЖБО: 16).
66.	<i>If I was helpless and unable to experience life, he felt I would be <u>better off with God</u> (LWL: 26).</i>	Якби я виявився безпорадним і нездатним упоратися з життєвими негараздами, то, як йому здавалося, <u>ліпше б мені було померти</u> (ЖБО: 16).
67.	<i><u>Don't put your life on hold</u> so that you can dwell on the unfairness of past hurts (LWL: 26).</i>	<u>Ніколи не псуйте собі життя</u> наріканнями на несправедливість і випробування, що випали на вашу долю (ЖБО: 16).
68.	<i><u>My advice is to know that everything happens for a reason and in the end good will come of it</u> (LWL: 26).</i>	<u>Я раджу</u> вам зрозуміти: все відбувається з певної причини. Все, що робиться, – на краще (ЖБО: 16).
69.	<i>My <u>blissful ignorance</u> was a blessing</i>	І це <u>щасливе невідання</u> було моїм

	<i>at that age (LWL: 26).</i>	<i>благословенням (ЖБО: 16).</i>
70.	<i><u>You see</u>, I don't think we are ever given more than we can handle (LWL: 26).</i>	<i>На нашу долю випадає стільки випробувань, скільки ми здатні подолати (ЖБО: 16).</i>
71.	<i><u>I promise you</u> that for every disability you have, you are blessed with more than enough abilities to overcome your challenges (LWL: 26).</i>	<i><u>Повірте мені</u>, на кожну вашу перешкоду і проблему є набагато більше благодаті, ніж ви можете собі уявити. І з її допомогою ви зможете подолати все на світі (ЖБО: 16).</i>
72.	<i>Doing tasks my way, even if it was the hard way became my <u>trademark!</u> (LWL: 27)</i>	<i>Я все <u>завжди</u> робив по-своєму, навіть коли це було важко! (ЖБО: 16)</i>
73.	<i>Using my head was my only option in those early days, – a fact that developed my massive intellect (<u>kidding!</u>) while also giving me <u>the neck strength of a Brahma bull and a forehead hard as a bullet</u> (LWL: 27).</i>	<i>Змалку я міг користуватися тільки головою – напевно, саме тому в мене так швидко і сильно розвинувся інтелект (<u>жарт!</u>). Крім того, <u>шия зміцніла, немов у бика, а лоб став таким твердим, що й куля б його не взяла</u> (ЖБО: 16).</i>
74.	<i>There is nothing wrong with looking ahead and planning for the future, but know that <u>your worst fears</u> could just as easily prove to be <u>your best surprise</u> (LWL: 28).</i>	<i>Немає нічого поганого в тому, щоб зазирати вперед і планувати майбутнє. Та знайте: <u>найбільші ваші страхи</u> можуть обернутися <u>приємним сюрпризом</u> (ЖБО: 17).</i>
75.	<i>My parents and doctors felt that <u>the handy little foot</u> might be of greater use. There were two toes, but they were fused together when I was born</i>	<i>Батьки і лікарі вважали, що цією <u>крихітною кінцівкою</u> можна користуватися ще активніше, оскільки на ній було два пальці, але</i>

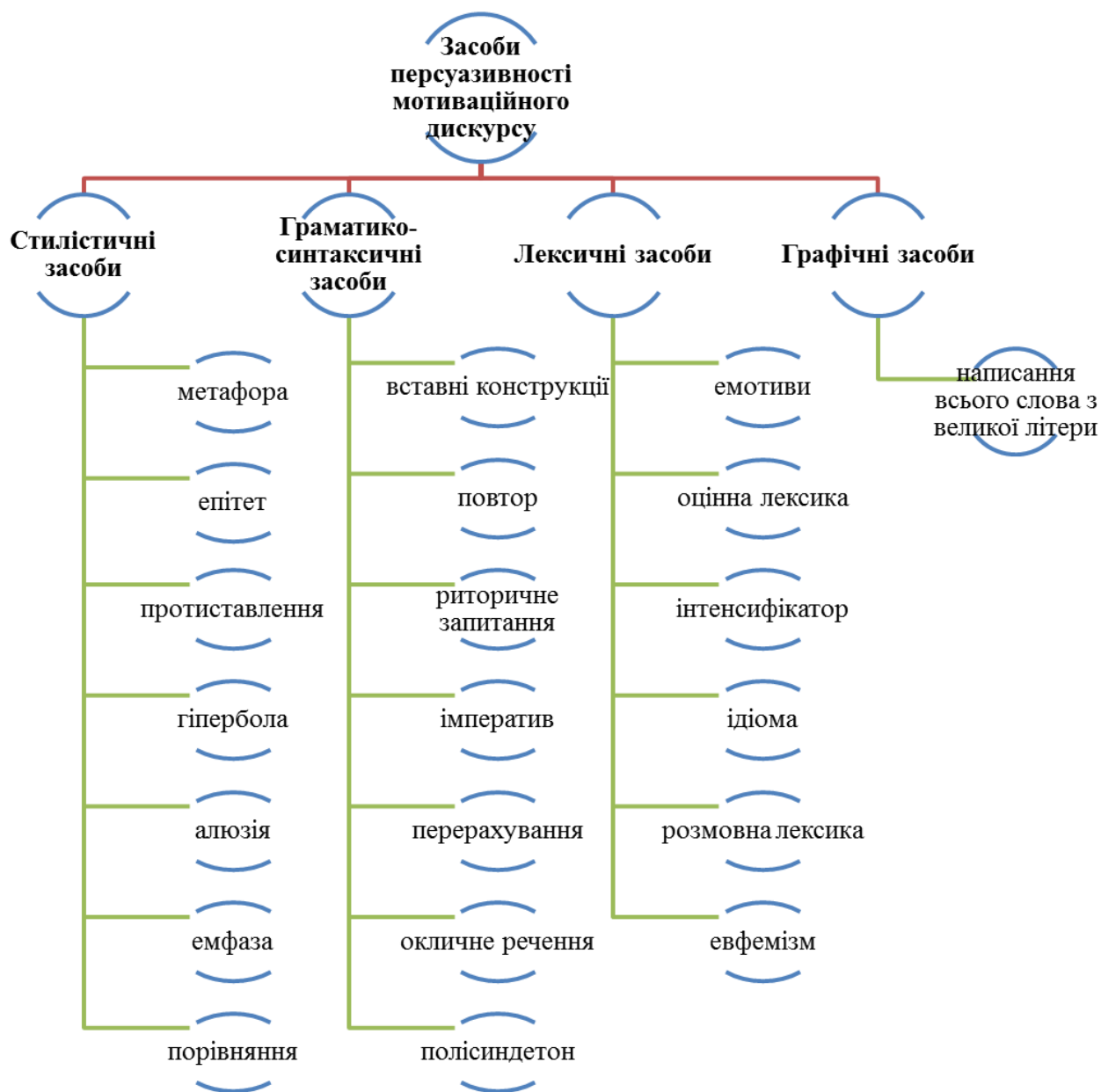
	(LWL: 28).	від народження вони зрослися (ЖБО: 17).
76.	<i>I <u>did</u> present challenges beyond the training of most health care professionals (LWL: 29).</i>	За мене взялися найкращі фахівці (ЖБО: 17).
77.	<i>Even still, once I chilled out (<u>quite literally</u>), my quality of life received a big boost from my newly freed toes (LWL: 30).</i>	І все ж, коли я охолов (<u>в буквальному сенсі слова</u>), моє життя поліпшилося. Визволені пальці придалися (ЖБО: 17).
78.	<i><u>It's amazing</u> what a little foot and a couple of toes can do for a bloke with no arms and no legs (LWL: 30).</i>	<u>Дивно</u> , що можна зробити за допомогою крихітної ступні й пари пальців, коли в тебе немає рук і ніг! (ЖБО: 17)
79.	<i>You may not be able to see a <u>bright light at the end of your own dark tunnel</u> right now, but know that my parents could not envision what a wonderful life I would have one day (LWL: 30).</i>	Можливо, зараз ви і не бачите <u>світла в кінці вашого власного темного тунелю</u> , але знайте, мої батьки не уявляли, що їхнє життя може бути щасливим (ЖБО: 17).
80.	<i>Raising me was certainly not easy, but <u>I think</u> they'll tell you that for all the challenges, we had plenty of laughter and joy (LWL: 30).</i>	Ростити мене було нелегко, та, <u>гадаю</u> , вони скажуть вам, що, крім труднощів, у нашому житті було чимало сміху і радості (ЖБО: 17).
81.	<i><u>All things considered</u>, I had an <u>amazingly</u> normal childhood in which I enjoyed tormenting my siblings, Aaron and Michelle, just like all big brothers! (LWL: 30)</i>	<u>Згадуючи минуле</u> , можу сказати, що у мене було <u>на подив</u> нормальне дитинство, в якому я мучив своїх молодших брата і сестру так само, як будь-який старший брат! (ЖБО: 17)

82.	<i>Life may be <u>kicking you around</u> right now (LWL: 31).</i>	<i>Можливо, сьогодні життя <u>повертається до вас не найкращим своїм боком</u> (ЖБО: 17).</i>
83.	<i>I'm telling you that <u>you can't even imagine</u> the good that awaits you if you refuse to give up (LWL: 31).</i>	<i>Кажу вам, <u>ви й уявити собі не можете</u>, яке щастя ви отримаєте, коли не здастесь! (ЖБО: 17)</i>
84.	<i>My life is an adventure still being written – and so is yours. <u>Start writing the first chapter now!</u> (LWL: 31)</i>	<i>Життя моє – то роман, що тільки-но пишеться. Ваше життя – це ваш роман. <u>То вже зараз почніть писати перший його розділ!</u> (ЖБО: 18)</i>
85.	<i>I'll concede that for a long time I did not believe that I had any power over how my own story would turn out (LWL: 31).</i>	<i>Досить довго я не вірив, що зможу керувати власною долею і планувати власне життя (ЖБО: 19).</i>
86.	<i>The older I become, the more I realize what <u>a powerful gift</u> it is to be loved like that (LWL: 32).</i>	<i>Із віком я чіткіше усвідомив, що подібна любов – <u>величезний дар</u> (ЖБО: 19).</i>
87.	<i>Even if at times you feel alone, you should know that you are loved too and recognize that <u>God created you out of love</u> (LWL: 32).</i>	<i>Навіть якщо часом ви відчуваєте самотність, ви повинні знати, що вас люблять. Повірте, <u>Бог створив вас задля любові</u> (ЖБО: 19).</i>
88.	<i>His love for you is unconditional. <u>He doesn't love you if... He loves you always. Remind yourself of that when feelings of loneliness and despair come over you</u> (LWL: 32).</i>	<i>Його любов до вас нескінченна і безкорислива. <u>Він любить вас не за щось... Він любить вас навіть у хвилини самоти і відчаю, нагадуйте собі про це</u> (ЖБО: 19).</i>
89.	<i><u>Remember</u>, those are just feelings (LWL: 32).</i>	<i><u>Пам'ятайте</u>, що самотність і відчай – це всього лише відчуття, а</i>

		не щось реальне (ЖБО: 19).
90.	<i>There is no reason to panic if your <u>miracle doesn't arrive</u>, or if your wish doesn't come true right this minute (LWL: 33).</i>	Не треба панікувати, якщо <u>бажаного дива так і не сталося</u> , і ваше бажання не здійснилося вмить (ЖБО: 19).
91.	<i>Remember, God <u>helps</u> those who <u>help themselves</u> (LWL: 33).</i>	Пам'ятайте: Бог <u>допомагає</u> тим, хто <u>допомагає</u> собі сам (ЖБО: 19).
92.	<i>For the longest time I thought that if my body were more "normal," my life would be a <u>breeze</u> (LWL: 33).</i>	Досить довго я думав, що, коли б моє тіло було більш «нормальним», то й життя <u>повернуло в інше русло</u> (ЖБО: 19).
93.	<i><u>Take responsibility</u> and then <u>take action</u> (LWL: 33).</i>	<u>Визнайте свою відповідальність</u> і <u>почніть діяти</u> (ЖБО: 19).
94.	<i>You should consider yourself <u>the stick and the world your pot of stew</u> (LWL: 33).</i>	Ви – <u>вісь</u> , і цей світ <u>обертається довкола вас</u> (ЖБО: 19).
95.	<i>Often those who hurt me didn't set out to be cruel; they were just being <u>typically blunt kids</u> (LWL: 34).</i>	Ті, хто в дитинстві завдавали мені болю, вочевидь, не думали бути жорстокими. Це були <u>звичайні діти</u> і багато чого не розуміли (ЖБО: 19).
96.	<i><u>On my good days</u> I won them over with my wit, my willingness to poke fun at myself, and by throwing my body around on the playground. <u>On my worst days</u> I hid behind the shrubbery or in empty classrooms to avoid being hurt or mocked (LWL: 34).</i>	Часом <u>вдалими днями</u> мені вдавалося викликати їхню симпатію своєю дотепністю, готовністю посміятися над собою і певними успіхами на ігровому майданчику. Були й <u>жахливі дні</u> , коли я ховався в куцах або в порожніх класах, щоб мене не мучили і не дражили (ЖБО: 19).

97.	<i>Part of the problem was that I'd spent more time with adults and older cousins than with kids my own age. I had a more mature outlook, and my more serious thoughts sometimes <u>took me into dark places</u> (LWL: 34).</i>	<i>Переважно більшість часу я перебував із дорослими, а не з ровесниками, бо занадто рано подорослішав, і моя серйозність часом <u>завдавала душевних мук</u> (ЖБО: 20).</i>
98.	<i>I went through a very <u>scary</u> period of <u>depression</u> at a young age (LWL: 34).</i>	<i>У дитинстві я пережив <u>страшний</u> період важкої <u>депресії</u> (ЖБО: 20).</i>
99.	<i>Then, to my <u>everlasting shock</u> and <u>gratitude</u>, as I moved into my teen years, I gradually won acceptance, first from myself and then from others (LWL: 34).</i>	<i>Та в підлітковому віці я, на <u>подив</u> і <u>радість</u>, навчився сприймати себе, а потім заслужив сприйняття з боку інших людей (ЖБО: 20).</i>
100.	<i>Feeling down is natural; it is part of being <u>perfectly human</u> (LWL: 35).</i>	<i>Це природно. Це частина <u>людського життя</u> (ЖБО: 20).</i>

Ієрархія засобів персуазивності в текстах мотиваційного дискурсу



SUMMARY

The master's qualification paper deals with the language means of persuasion used in the English texts of motivation discourse and their representation in Ukrainian translations.

The relevance of this research is predetermined by the continued interest of the linguists in the language means of creating motivation, the study of linguistic influence in certain texts, the need for a comprehensive study and description of persuasive communication in English motivation genres. The relevance of the paper is also determined by the fact that it provides access to a higher level of interpretation and understanding of persuasion as a category of translation studies. The need to address persuasion from the standpoint of translation science is explained by the insufficient study of the mechanisms of influence in motivation texts and their transfer during translation.

The aim of the paper was to analyze the lexical-grammatical and stylistic means of persuasion in English motivational discourse and specifics of their translation into Ukrainian.

This aim has been achieved through a series of interrelated **tasks**:

1) the theoretical basis for the study of persuasion in modern linguistics and translation studies has been determined;

2) the specificity of rendering linguistic means of persuasion in the process of translation has been presented;

3) motivation discourse as an example of persuasive discourse to has been investigated;

4) stylistic, grammatical, syntactic and lexical means of persuasion in motivation discourse have been characterized;

5) the features of graphic means of persuasion in motivation discourse have been determined;

6) the specifics of applying lexical and semantic transformations while rendering linguistic means of persuasion in translation has been presented;

7) grammatical transformations used in the process of translating linguistic means of persuasion have been identified;

8) the specifics of using lexical and grammatical transformations in the process of rendering linguistic means of persuasion in motivation discourse has been analyzed.

The object of the research was the linguistic means of persuasion in the texts of English motivation discourse and their translation into Ukrainian.

The subject of the study was stylistic, grammatical, syntactic, lexical and graphic means of persuasion in modern English motivation discourse and the translation transformations used while rendering them into Ukrainian.

The characteristic features of persuasion as a linguistic and translation phenomenon determine the use of a number of **methods** of theoretical and practical research:

1) theoretical methods include the analysis of literary sources and the synthesis of information obtained;

2) practical research included the use of the methods of stylistic, pragmatic, discursive and interpretative analysis of texts of motivational discourse as well as the method of translation (transformation) analysis and quantitative calculation methods.

The data source of the research was Nick Vujicic's book *Life without Limits* in the source language and its Ukrainian translation. The total sample volume of linguistic means of motivation discourse persuasion and analyzed translation transformations is 123 units each.

Persuasion is defined as a communicative and speech strategy aimed at rational persuasion and emotional influence on the addressee in order to make them take certain post-communicative actions. The means used in the text to persuade are presented at all language levels: logical and linguo-stylistic. When rendering persuasive messages, the translator needs to create a situation of communicative, emotionally-aesthetic and pragmatic conformity of the source text and the target text thus creating a secondary text that replaces the source one in the new environment.

The dominance of the persuasion strategy is characteristic for motivation discourse which is a verbal interaction between the addresser and the addressee the former trying to make a positive impact on the emotional, volitional and activity sphere of the latter. Motivation books belong to the written genre of motivation discourse and are characterized by the use of various means of persuasion.

According to the language levels, the main linguistic means of persuasion in the texts of motivation discourse are divided into stylistic, grammatical and syntactic, lexical, and graphic ones.

Among the stylistic means (40.7%), the most frequent are metaphors (18.7%), epithets (6.5%), antitheses (6.5%), and hyperboles (4.9%). Their effectiveness is predetermined by the fact that they create persistent images capable of influencing the reader's consciousness by comparing objects, phenomena and their characteristics, exaggerating the characteristics or meaning of certain objects or phenomena, opposing them, appealing to authoritative sources and highlighting certain aspects of life most important to the author.

The grammatical and syntactic means of persuasion (31.7%) include introductory constructions (8.9%), rhetorical questions (5.7%), repetitions (5.7%), and imperatives (4.9%). They emphasize the necessary information in the text or make the reader have certain feeling as intended by the author.

The basic lexical means (26%) of persuasion in the analyzed text of the motivation discourse are emotive (11.4%), and evaluative lexemes (8.9%). These means provide such a choice of verbal content which allows the maximum influence on readers by appealing to their feelings, creating friendly relations with them, avoiding communicative noises, and appealing to folk wisdom.

The graphic design of the text can also have a persuasive influence on the reader, in particular, writing the whole word in capital letters (1.6%) allows drawing attention to a particular word.

Rendering the linguistic means of persuasion of English motivation discourse in Ukrainian is performed with the application of multilevel translation transformations – lexical and semantic, grammatical, and lexical and grammatical

ones. The most frequent translation transformations are grammatical ones (49.6%), among which omissions (20.3%) and grammatical replacements (16.3%) prevail. These transformations are caused by the grammatical differences between the source language and the target language, and the need to focus on certain aspects of the narration or to omit some of them if they do not carry the basic sense.

Second by frequency are lexical and semantic transformations (26%) represented mainly by modulation (9.8%) and differentiation (8.1%). These transformations allow achieving the necessary emotional impact on the target reader through widening / narrowing, modification, or adjustment of meaning thus preserving the persuasive effect of the motivation texts.

The use of lexical and grammatical transformations (24.4%) are conditioned by the need to preserve the semantics and emotivity of the motivation text in order to achieve its main purpose – to influence the reader and change his attitude or behaviour. Total rearrangement (19.5%) was the major lexical and grammatical transformation.

Thus, the main translation transformations used to render English means of persuasion of motivation discourse texts in Ukrainian are as follows: omission (20.3%), total rearrangement (19.5%), grammatical replacements (16.3%), addition (11, 4%), modulation (9.8%), and differentiation (8.1%).

The conducted research contributes to the development of the theory of persuasive communication, linguistics of text and discourse as well as translation studies.

Further research of persuasion may include determining verbal means of suggestion in the texts of motivation discourse and further study of the specifics of rendering means of suggestive influence in translation.