

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ГОДІСЬ ЮЛІЯ ЯРОСЛАВІВНА

УДК 811.111'06'27'373.612.2'42-11:[7.04:17.024.4]

**КОМУНІКАТИВНО-КОГНІТИВНІ ЗАСАДИ
МОТИВАЦІЙНОГО ЖАНРУ «МИСТЕЦТВО УСПІХУ»
(на матеріалі англомовних текстів)**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Львів – 2019

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі іноземних мов для природничих факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор філологічних наук, доцент
ЯХОНТОВА ТЕТЯНА ВАДИМІВНА
Львівський національний університет
імені Івана Франка,
професор кафедри іноземних мов для
природничих факультетів

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
БИСТРОВ ЯКІВ ВОЛОДИМИРОВИЧ,
ДВНЗ «Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника»,
завідувач кафедри англійської філології

кандидат філологічних наук, доцент
КРИСАНОВА ТЕТЯНА АНАТОЛІВНА,
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
доцент кафедри практики англійської мови

Захист дисертації відбудеться 21 червня 2019 року о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 35.051.15 у Львівському національному університеті імені Івана Франка (79000, м. Львів, вул. Університетська, 1, ауд.405)

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці Львівського національного університету імені Івана Франка (79005, м. Львів, вул. Драгоманова, 5).

Автореферат розіслано «21» травня 2019 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат філологічних наук, доцент

О. В.Татаровська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Дисертацію присвячено дослідженню англомовного мотиваційного жанру «мистецтво успіху» як мовленнєвого феномену масово-культурного характеру, комунікативно-смісловою домінантою якого є експліцитне спонукання адресата до досягнення певних цілей.

Сьогодні важко уявити розв'язання багатьох лінгвістичних проблем без жанрознавчих розвідок (Ф. Бацевич, В. Бхатія, А. Вежбіцка, Б. Вітош, С. Гайда, В. Дементьєв, Дж. Свейлз, М. Федосюк, Т. Шмелева, Т. Яхонтова та ін.). Дослідження жанру як однієї з найважливіших категорій спілкування та інтеракції привело до формування у сучасній лінгвістиці нового напрямку – *лінгвістичної генології*, основним завданням якої є вивчення природи мовленнєвих жанрів, їх типів, структури, особливостей розвитку, взаємозв'язків у дискурсі, специфіки у різних мовах тощо. В глобальній комунікації постійно з'являються нові жанри мовлення, які потребують всебічного лінгвогенологічного аналізу. Це стосується, зокрема, англомовного мотиваційного жанру «мистецтво успіху». Тексти досліджуваного жанру – це своєрідні підручники з досягнення успіху, мета яких – навчити читача допомогти самому собі жити успішно та заможно у світі, що змінюється шаленими темпами.

Незважаючи на численні спроби західних науковців вивчити цей жанр з позицій соціології (М. Макгі, Р. Хейзлден), культурології (М. Еффінг, Х. Рімке), історії (Т. Батлер-Бовдон, М. Еффінг) та фольклористики (С. Долбі), кількість відповідних наукових доробків лінгвістичного характеру є доволі незначною. Мовознавці, переважно, наголошують на зв'язку між ідеологією та стилем (І. Аскехейв, З. Макков) текстів цього жанру. Помітно виділяється тут праця Д. Коая, яку можна вважати першим дослідженням мотиваційного жанру у світлі лінгвогенологічної перспективи. Однак, автор здебільшого акцентує на комунікативному аспекті жанру, залишаючи поза увагою його мовні та когнітивні характеристики.

У східноєвропейській лінгвістиці мотиваційний жанр «мистецтво успіху» досліджується як інваріант дискурсу успіху (психолого-прагматичного дискурсу) (О. Берсенєва, О. Ворожбитова, М. Зуєв). О. Шелестюк, а вслід за нею й українська дослідниця О. Багрій пропонують віднести такі тексти до жанру популярної психології.

На сьогоднішній день мотиваційний жанр «мистецтво успіху» все ще залишається маловивченим форматом спілкування й досі не існує його повної наукової категоризації. Тому у дисертації пропонується комплексний підхід до виявлення його комунікативно-когнітивних засад із залученням методологічного арсеналу різних лінгвістичних галузей, що дає можливість вийти за межі поверхневих характеристик досліджуваного явища та виявити його імпліцитні ознаки.

Актуальність дослідження зумовлено потребою дослідити мотиваційний жанр «мистецтво успіху» та визначити його місце у загальній типології жанрів; генологічним підходом, його зорієнтованістю на комплексний аналіз текстів; інтересом сучасної лінгвістики до когнітивно-комунікативної методологічної парадигми.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах наукової теми факультету іноземних мов Львівського національного університету імені Івана Франка «Дискурси і жанри іноземномовної

професійної комунікації» (шифр теми 0111U008010). Тема дисертації затверджена Вченою радою Львівського національного університету імені Івана Франка 27 квітня 2015 р. (протокол № 8).

Мета дисертації полягає у розкритті комунікативно-когнітивних засад мотиваційного жанру «мистецтво успіху» та виявленні особливостей їх репрезентації в англомовних текстах зазначеного жанру.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- здійснити аналітико-критичний огляд досліджень мотиваційного жанру «мистецтво успіху» та сформулювати теоретико-методологічні засади його аналізу;
- виявити конститутивні ознаки жанру та узагальнити їх у вигляді жанрограми;
- описати особливості композиційної та структурної організації текстів досліджуваного жанру;
- проаналізувати концептуальні аспекти жанру «мистецтво успіху»;
- з'ясувати особливості картини світу, що моделюється жанром для адресата;
- змоделювати структуру концептів SUCCESS, MONEY та FAILURE, що профілюються в текстах мотиваційного жанру «мистецтво успіху».

Об'єктом дослідження є мотиваційний жанр «мистецтво успіху» як мовленнєвий феномен та явище масової культури.

Предметом дослідження є комунікативні, структурно-композиційні, когнітивно-сміслові та стилістичні характеристики англомовних текстів досліджуваного жанру.

Матеріалом дослідження послуговували 7 книг мотиваційного жанру «мистецтво успіху» американських авторів: Bettger F. How I Raised Myself from Failure to Success in Selling; Clason G.C. The Richest Man in Babylon; Hill N. Think and Grow Rich; Kalench J. The Greatest Opportunity in the History of the World; Kehoe J. Money Success & You; Kiyosaki R. Rich Dad Poor Dad; Tracy B. Maximum Achievement. Вибір книг базувався на приналежності їх до ряду бестселерів світового масштабу за офіційними рейтингами на відомому книжковому порталі Amazon.com. До вибірки було залучено ті книги, які представляють всебічне бачення успіху і постулюють його своєрідну філософію в усіх сферах життя. Вибірка також репрезентує етапи розвитку мотиваційного жанру «мистецтво успіху». Обсяг досліджуваного матеріалу становить 1401 сторінку.

Теоретико-методологічним підґрунтям роботи є:

- провідні теоретичні надбання сучасного жанрознавства (М. Бахтін, Ф. Бацевич, В. Бхатія, А. Вежбіцка, Б. Вітош, С. Гайда, В. Дементьєв, Дж. Свейлз, М. Федосюк, Т. Шмелева, Т. Яхонтова та ін.);
- основні засади теорії концептуальної метафори (Н. Арутюнова, М. Джонсон, Дж. Лакофф, Е. Маккормак, В. Теля, М. Тернер, А. Чудінов,);
- теоретико-методологічні надбання концептології (С. Воркачев, В. Демьянков, Р. Джекендофф, С. Жаботинська, В. Карасік, Дж. Лакофф, Р. Ленекер, М. Полюжин, З. Попова, А. Приходько, Ч. Філлмор,).

Методи дослідження. Для реалізації поставлених завдань у дисертації застосовано комплексну методику дослідження з використанням *індуктивно-дедуктивного методу* – для спостереження, опису та класифікації виявлених характеристик жанру «мистецтво успіху»; *дискурс-аналізу* – для визначення

особливостей соціального контексту функціонування зазначеного жанру; *жанрового аналізу* – для з'ясування комунікативної специфіки й мовних особливостей жанру «мистецтво успіху» та узагальнення його параметрів у формі жанрограми; *прагматичної інтерпретації тексту* – для аналізу інтенційного змісту тексту мотиваційного жанру та розгляду комунікативно-прагматичних особливостей його складових частин; *концептуального аналізу* – для дослідження структури жанрових концептів, що профілюються в мотиваційному жанрі; *концептуального моделювання* – для виокремлення домінантних метафоричних моделей та аналізу вербальної репрезентації концептуальних метафор; *кількісного аналізу* – для фіксування квантитативних показників та їхньої подальшої інтерпретації.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що в дисертації *уперше* здійснено *комплексний* різноаспектний аналіз сучасного мотиваційного жанру «мистецтво успіху» з урахуванням найновіших досліджень у мовознавстві, лінгвогенології, когнітивній лінгвістиці, психолінгвістиці та теорії концептуальної метафори; виявлено типологічні ознаки мотиваційного жанру та узагальнено їх у вигляді жанрограми; проаналізовано функціонально-смыслову організацію та інтенційний зміст мотиваційних текстів, з'ясовано їх сугестивний потенціал; досліджено структуру жанрових концептів, що профілюються в мотиваційних текстах; виокремлено домінантні метафоричні моделі та проаналізовано їх фреймово-слотову організацію.

На захист виносяться такі положення:

1. Сучасний мотиваційний жанр «мистецтво успіху» – це мовленнєвий феномен масово-культурного характеру, розрахований на широке коло читачів та експліцитно спрямований на навчання та спонукування адресата до досягнення успіху. Масовість цільової аудиторії зумовлює розмаїття тематичного репертуару, ядро якого складають такі аспекти, як психологія особистості, філософія накопичень, сім'я (відносини між партнерами, батьками і дітьми) та робота (кар'єрний ріст). Стратегічна організація текстів підпорядкована комплексній комунікативній меті жанру, яка полягає у тому, щоб навчити потенційного адресата жити успішно та заможного в сучасних умовах, досягати мети й реалізувати свій потенціал та, водночас, імпліцитно коректувати його аксіологію та світоглядні уявлення.

2. У мотиваційному жанрі «мистецтво успіху» взаємодіють психологічний, науковий, рекламний, художній, дидактичний та бізнес- дискурси. Це – особливий *гібридний жанр*, що характеризується органічною інтеграцією когнітивних та комунікативних стандартів кожного з дискурсів-донорів. Інтердискурсивна гібридність значно підвищує впливовий потенціал «мистецтва успіху», роблячи його тексти потужним механізмом виховання та творення «нової» людини.

3. Паратекст у структурі досліджуваного жанру є фоном, де формуються беззаперечна довіра до адресанта та інтрига, що змушує адресата звернутись до основного тексту. Вектор кожного паратекстового елемента спрямований на підтримку прагматики паратексту в цілому.

4. Функціонально-семантичну структуру текстів «мистецтва успіху» можна представити у вигляді моделі РАМС (PROBLEM – ADVICE – MOTIVATION –

CONCLUSIONS). Провідну роль у ній відіграє функціонально-семантичний текстовий блок MOTIVATION, що містить особливий текст, який активізує мозкові механізми запуску прищепленої програми поведінки сучасної успішної людини. Навмисне вживання у цьому блоці *Present Simple* замість *Future Simple*, однотипні конструкції та різнорівневі повтори покликані створити монотонний ритм і, таким чином, ввести адресата у психологічний стан, подібний до трансю. Такий стан забезпечує некритичне сприйняття інформації та можливість нав'язати певні ідеї, тобто імпліцитно модифікувати картину світу потенційного реципієнта.

5. Мотиваційний жанр «мистецтво успіху» не лише відображає ціннісну складову культурної матриці суспільства, а й виступає її активним модератором. «Мистецтво успіху» постає як середовище, де генеруються нові смисли і, як наслідок, формуються нові концептуальні ознаки у змісті жанрових концептів SUCCESS, MONEY та FAILURE – ментальних матриць культури, що домінують над мотиваційними текстами і складають їхнє змістово-тематичне ядро. Концептуалізація успіху у текстах жанру здійснюється за посередництвом дев'яти домінантних метафоричних моделей, які відображають трансформовану картину світу, де гроші – це радше природний, ніж матеріальний ресурс, більше суб'єкт, ніж об'єкт дії. Успішна людина моделюється як вільна (фінансово незалежна), підприємлива особистість з новим способом мислення (так званий *positive/mountaintop thinking*, який постійно треба практикувати), причому невдача є невід'ємним складником успіху і вчителем, який дає цінні уроки і мотивує до постійного руху вгору або вперед.

Теоретичну значущість роботи зумовлено тим, що виявлення комунікативно-когнітивних, структурно-композиційних та мовностилістичних характеристик текстів жанру «мистецтво успіху» доповнюють надбання когнітивно-комунікативної парадигми в дослідженні дискурсу та жанру. Зокрема, результати дослідження можуть бути екстрапольовані на такі галузі мовознавства, як лінгвогенологія (моделювання смислової структури жанру), теорія міжкультурної комунікації (національно-культурна специфіка концептуальної картини світу), когнітивна лінгвістика (фреймове моделювання концептів, жанрові концепти).

Практична цінність дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів у лекційних курсах із загального мовознавства, комунікативної лінгвістики, лінгвістики тексту, стилістики англійської мови, дискурсивного аналізу, жанрознавства; у спецкурсах із когнітивної лінгвістики та риторики; у написанні науково-практичних робіт різних кваліфікаційних рівнів. Результати дослідження також можуть бути корисними у галузі міжкультурної комунікації, зокрема, у плані коректної інтерпретації національно-специфічних особливостей, цінностей та переконань, які притаманні представникам американської культури.

Особистий внесок здобувача. Усі результати дослідження є наслідком самостійної праці дисертанта. Праць, написаних у співавторстві, немає.

Апробація результатів дослідження. Окремі розділи та дисертацію загалом обговорено на засіданнях наукового семінару та кафедри іноземних мов для природничих факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка (2011–2018). Основні теоретичні положення та практичні результати дослідження

представлено на 8 конференціях, серед яких 7 – міжнародні: II Міжнародній науково-методичній конференції «Навчання англomовної академічної комунікації в Україні та у світі: проблеми та перспективи (Львів, 2011), VI Міжнародній науковій конференції «Пріоритети германського та романського мовознавства» (Луцьк, 2012), Міжнародній науковій конференції «Мови та літератури в глобалізованому світі: взаємодія та самобутність» (Київ, 2012), VIII Міжнародній науково-практичній конференції «Міжкультурна комунікація: мова – культура – особистість» (Острог, 2014), «Fililogia, socjologia i kulturoznawstwo. Wspolczesne problem i perspektywy rozwoju» (Краків, 2016), II Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми германо-романської філології та освітній соціокультурний процес» (Тернопіль, 2016), «Science without boundaries – development in 21-st century – 2017» (Будапешт, 2017); та звітній науковій конференції професорсько-викладацького складу факультету іноземних мов Львівського національного університету імені Івана Франка за 2011 рік (Львів, 2012).

Публікації. Основні положення й результати дисертації опубліковано у 6 статтях, із них 4 – у наукових фахових виданнях України, 2 – в іноземних наукових фахових виданнях, та 2 тезах доповідей.

Обсяг і структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками до кожного з них, загальних висновків, списків використаних джерел та джерел ілюстративного матеріалу. Загальний обсяг праці становить 253 сторінки (основний текст викладено на 189 сторінках). Допоміжним засобом ілюстрації отриманих результатів слугують 7 рисунків, 19 таблиць та 2 додатки. Список використаних джерел налічує 325 позицій.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дослідження, сформульовано мету та завдання роботи, визначено її об'єкт і предмет, зазначено матеріал та методи аналізу, подано перелік положень, що виносяться на захист, висвітлено наукову новизну, практичне та теоретичне значення отриманих результатів, наведено відомості про апробацію роботи, окреслено її структуру та обсяг.

У **першому розділі «Теоретичні засади вивчення мотиваційного жанру «мистецтво успіху»** здійснено аналітико-критичний огляд літератури за темою дослідження, створено інтерпретаційний контекст досліджуваного жанру, виявлено та узагальнено конститутивні ознаки мотиваційного жанру «мистецтво успіху».

Різномічне вивчення мовленнєвих жанрів як одних з найефективніших механізмів спілкування викликало формування наукового напрямку – *лінгвістичної генології*, об'єктом уваги якої є жанри мовлення. Незважаючи на певну варіативність жанрових концепцій, спричинену залученням у процес дослідження методологій різних наук, сучасні генологічні студії переосмислюють сутність жанрів як триєдиних феноменів, що інкорпують комунікативні, когнітивні та власне мовні аспекти.

Зараз динамічно розвивається такий масив текстів, який зарубіжні науковці (І. Аскехейв, Т. Батлер-Бовдон, С. Долбі, М. Еффінг, Дж. Коай, М. Макгі, З. Макков, С. Старкер, К. Шпанкерен та ін.) називають «*popular genre of self-help literature/ self-improvement/personal development/personal growth/motivational literature/success genre*».

Сама назва пояснює контекст досліджуваного жанру: це своєрідні підручники з досягнення успіху, мета яких – навчити читача допомогти самому собі жити успішно та заможно у світі, що змінюється шаленими темпами.

Мотиваційний жанр «мистецтво успіху» сягає своїм корінням кінця XVIII століття. Першим його твором традиційно вважають «Автобіографію» Б. Франкліна (1790 р.). Еволюція цього жанру включає чотири фази, маркованих зміною від культури «індустрії та зусиль» до культури «дозвілля та легкості». У своєму класичному варіанті досліджуваний жанр є мовленнєвим феноменом та явищем масової культури, відповідно, розрахованим на масового читача. Жанр «мистецтво успіху» має три модуси: усний, письмовий та електронний. Його вербальними репрезентантами є тексти у форматі книжкових серій, аудіокниг, мотиваційних тренінгів та відео.

Комунікативна мета жанру – навчити читача бути «стратегом» свого щастя в сучасних умовах – визначає його загальну дидактичну спрямованість, яка виявляється в акцентуванні запропонованих порад, оцінці та рекомендаціях. Через такий формат проявляється ще одне комунікативне завдання, що полягає в *імпліцитній корекції аксіології потенційного адресата*, який уособлює широкий загал тих, хто незадоволений своїм життям, матеріальним становищем, зовнішнім виглядом, станом здоров'я тощо та намагається знайти шляхи його покращення. *Адресант* жанру моделюється як людина, яка досягла успіху і тепер хоче поділитися своїм досвідом, навчити читача змінити життя на краще і відкрити йому формулу життєвого тріумфу. Він завжди постає в двох амплуа («доброго приятеля» та «вчителя-експерта»), актуалізація яких відбувається за фіксованою схемою: власна історія демонструє приналежність адресанта до спільноти тих, хто шукає виходу у подоланні певних труднощів, зокрема фінансових, а відповідні знання, звершення та величезний досвід надають йому статусу експерта з досягнення успіху.

Досліджуваний жанр є бімодальним конструктом, що поєднує вербальне та візуальне. Специфічне графічне оформлення мотиваційних текстів має на меті комплексний вплив на адресата і посилює сугестивний потенціал жанру.

«Мистецтво успіху» – це особливий *гібридний жанр*, утворений внаслідок інтеракції шести дискурсів за когнітивними та комунікативними стандартами кожного з дискурсів-донорів. Ключові концепти *психологічного* дискурсу SUCCESS та FAILURE є когнітивною базою комунікативно-мовленнєвого складника «мистецтва успіху». Основна аксіологічна інтенція *бізнес-дискурсу* – формування позитивного ставлення у суспільстві до великого капіталу – відображається в мотиваційних текстах, а його базовий концепт MONEY входить до концептуальної конфігурації досліджуваного жанру. Логічність й аргументованість викладу та, водночас, наявність великої кількості емоційно-експресивних засобів і художньо-образних прийомів у мотиваційних текстах вказують на їх спільні риси з *науковим* та *художнім* дискурсами відповідно. Численні обіцянки в аналізованих текстах уподібнюють їх до вигідної пропозиції в *рекламному* дискурсі. Відповідно до комунікативного стандарту *дидактичного* дискурсу, адресант подає себе як носія соціального статусу «вчителя» і ставить собі за мету навчити адресата законам успіху.

У дисертації основні параметри мотиваційного жанру «мистецтво успіху» узагальнено у вигляді жанрограми (термін Т. Яхонтової).

У **другому розділі** «*Методологія дослідження мотиваційного жанру «мистецтво успіху»*» на основі окреслених теоретичних позицій обґрунтовано обраний напрям дослідження, сформульовано відповідні методологічні засади й описано поетапну методику його проведення.

Сучасний парадигмальний простір лінгвістики представлений органічним синтезом когнітивної та комунікативної епістем. Саме когнітивно-комунікативна парадигма, в межах якої здійснювалось дослідження, пропонує необхідний методологічний інструментарій для вивчення мовленнєвих жанрів та уможливорює панорамний розгляд мотиваційного жанру «мистецтво успіху» як соціокомунікативного, соціокогнітивного та власне мовного феномену.

Вивчення жанру «мистецтво успіху» здійснювалося в рамках лінгвогенології через комплексний жанровий аналіз та в рамках когнітивної лінгвістики – із застосуванням концептуального аналізу. *Жанровий аналіз* здійснювався у п'ять етапів. На **першому** етапі за допомогою *дискурс-аналізу* було з'ясовано соціокомунікативні чинники, зумовлені конкретною ситуацією жанропородження. *Прагматичний аналіз* уможливив виявлення жанрової мети та опис відповідних ролей користувачів жанру. На **другому** етапі був сформований корпус досліджуваних текстів із врахуванням каналу комунікації та субстрату жанру. На **третьому** етапі предметом уваги стала формальна структура текстів та конвенційна побудова змісту, стратегічні і тактичні моменти якої було виявлено через *структурно-семантичний аналіз*. На цьому етапі активно застосовувався *метод кількісного аналізу* для знаходження квантитативних закономірностей появи функціонально-семантичних текстових блоків (ФСТБ) – сегментів текстів, об'єднаних певним типовим смислом та специфічною комунікативною функцією, які реалізуються різними риторичними стратегіями (РС), тобто мовленнєвими діями, спрямованими на досягнення комунікативного наміру адресанта на рівні певного ФСТБ, підпорядкованого загальній комунікативній меті жанру. На **четвертому** етапі було досліджено мікрожанри у складі мотиваційного жанру «мистецтво успіху» (передмову, промоційну анотацію та довідку про автора) і жанрові елементи (заголовки, присвяту, подяку, зміст). На **п'ятому** етапі за допомогою *дескриптивного методу* аналізу стереотипних фразових моделей було виявлено фразовий каркас мотиваційного жанру. Результатом комплексного жанрового аналізу став жанровий «портрет», або, в термінах Т. Яхонтової, жанрограма.

Концептуальний аналіз, що здійснювався у чотири етапи, дав змогу визначити ієрархію ключових концептів жанру «мистецтво успіху», встановити структури їхньої репрезентації та засоби вербальної фіксації. На **першому** етапі було застосовано *метод контент-аналізу*, який полягає в прогнозуванні змісту з опорою на кількісні показники (за Г. Ласвелом), і виявлено три жанрові концепти «мистецтва успіху»: SUCCESS, MONEY, FAILURE. На **другому** етапі було визначено їх поняттєвий складник: *дефініційний аналіз* дозволив з'ясувати значення лексем-імен концептів з опорою на провідні лексикографічні джерела, *компонентний аналіз* дав змогу виокремити семи, а *кількісні підрахунки* уможливили фіксацію найчастотніших з них. На **третьому** етапі

було описано образний складник жанрових концептів: аналіз сполучуваності імен концептів з опорою на *інтерпретацію контекстів* (М. Полюжин, Л. Чернейко) дав можливість описати концептуальні ознаки (КО) та концептуальні метафори (М. Джонсон, Дж. Лакофф). На **четвертому** етапі на основі *методу фреймового моделювання* (за М. Мінським) було досліджено фреймово-слотову структуру домінантних метафоричних моделей (за А. Чудіновим), що дозволило встановити когнітивні особливості формування образу успішної людини у сучасному світі, розкрити ідеологічний потенціал «мистецтва успіху» та вивести на поверхню його імпліцитну комунікативну спрямованість.

У **третьому розділі** «*Структура та композиційно-смілова організація текстів мотиваційного жанру «мистецтво успіху»*» розглянуто функціонально-сміслову організацію текстів досліджуваного жанру, простежено характерні ознаки їх зовнішнього оформлення, проаналізовано комунікативно-прагматичні, структурно-семантичні та мовні особливості паратексту та основного тексту, з'ясовано роль іншочислових елементів у формуванні сугестивного потенціалу жанру.

Структура та композиція текстів мотиваційного жанру «мистецтво успіху» несе відбиток його комплексної жанрової мети. Вербальний аспект композиційної схеми текстів охоплює чотири блоки, кожен з яких має свої чітко окреслені цілі. Специфічне графічне оформлення – невербальний аспект композиції – є своєрідним фоном для мотиваційного тексту, який сприяє формуванню певної ідеї у свідомості адресата. Структура текстів мотиваційного жанру включає паратекст та основний текст. До складу паратексту входять заголовок, подяка, присвята, передмова, зміст, довідка про автора, епілог та промоційна анотація. Ці елементи є досить різноманітними, тому їх класифікація базується на ступені їх інкорпорованості у мегатекст (термін І. Колегаєвої). Аналіз частотності паратекстових елементів засвідчив, що облігаторними в мотиваційному жанрі є два мікрожанри (передмова та промоційна анотація) і один жанровий елемент (заголовок). Вектори усіх паратекстових складників спрямовані на підтримку загальної прагматичної спрямованості паратексту: переконати читача повірити автору та змусити його звернутись до основного тексту.

Для мотиваційних текстів типовим є *заголовковий комплекс*, тобто дворівнева структура, що складається з власне заголовка та підзаголовка. Ці два елементи різняться за своєю прагматикою: у заголовковому комплексі *Rich Dad, Poor Dad: What The Rich Teach Their Kids About Money – That The Poor And Middle Class Do Not!* перший елемент привертає увагу та інформує про зміст тексту, а другий – інформаційно розширює зміст повідомлення, інтригує, примушує реципієнта замислитись про якусь особливу «науку багатих» і, таким чином, спонукає прочитати основний текст. Приверненню уваги потенційного читача сприяють домінантна синтаксична модель *номінативний заголовок*, поширена атрибутивними групами та/чи прийменниковими додатками, чітко виражені риси експресивності та особливості семантики заголовків. Домінування лексем, що вербально виражають жанрові концепти SUCCESS та MONEY, слугує підтвердженням того, що основою успіху в американській культурі є матеріальні блага.

Функціонально-смілова структура *передмов* включає щонайменше один ФСТБ – *заклик до адресата прочитати книгу*. Аналіз РС імплементації цього блоку

засвідчив, що автори мотиваційного жанру, намагаючись переконати потенційного читача звернутись до основного тексту, чітко формулюють мету книги (*Remember, too, as you go through the book, that it deals with facts and not with fiction, its purpose being to convey a great universal truth through which all who are ready may learn, not only what to do, but also how to do it!*) та малюють майбутні позитивні зміни у житті адресата після прочитання твору (*You will be more positive, more focused and more able to achieve your goals*). Крім того, ідеї, викладені в основному тексті, позиціонуються як виняткові та унікальні, і разом з тим, доступні для розуміння та легкі для застосування: *This book contains a unique synthesis of ideas, methods and techniques brought together in one place for the first time*. Інтрига, спричинена анотуванням окремих повідомлень книги, також ефективно сприяє переконанню прочитати твір. Через РС імплементації блоку *констатація авторитетності адресанта* автори текстів позиціонуються як досвідчені вчителі-експерти, авторитетні та надійні джерела поради, наприклад: *I've taught this system to more than a million people and it has worked for every single person who has seriously applied these ideas in his or her life*. Переконливій аргументації у передмовах сприяє також прийом інтимізації, що полягає у створенні приятельської атмосфери спілкування та формуванні довірчих стосунків з адресатом. Актуалізація цього прийому відбувається з опорою на комунікативно-інформаційні можливості займенників *I/we/you* та питальних конструкцій.

Смислова структура *промоційної анотації* мотиваційного жанру представлена чотирма ФСТБ, обов'язковими з яких є *загальна характеристика книги та рекламування книги*. Відповідно, двома ключовими параметрами цього паратекстового елемента є інформація та переконування. Семантичним ядром промоційних анотацій є меліоративна оцінка, котра пронизує усі блоки цього мікрожанру, уподібнюючи його до рекламного тексту: *In language as simple as they found in the Bible, these fascinating and informative stories set you on a sure path to prosperity and its accompanying joys*. Саме оцінні судження впливають на потенційного адресата, спонукають його зацікавитись книгою та в подальшому придбати (прочитати) її, тобто зреалізувати кінцеву інтенцію адресанта.

Структурна модель *основного тексту* передбачає розділи, підрозділи та висновки до розділів. Його змістова структура інтерпретується в термінах чотирьох ФСТБ (у форматі PROBLEM – ADVICE – MOTIVATION – CONCLUSIONS), аналіз яких засвідчує певну схему презентації інформації. Спочатку автори мотиваційного жанру показують, що існує певна проблема в житті потенційного адресата (PROBLEM), яку формулюють, здебільшого, не як індивідуальну, а як глобальну. Для імплементації цього блоку автори використовують цілий арсенал прийомів, серед яких помітною частотністю вирізняються власні та чужі життєві історії, авторська інтерпретація проблеми та використання інтертекстуальних елементів – різного роду покликань (явних чи імпліцитних) на інші тексти, які, однак, залишаються впізнаваними для читача (цитати, прислів'я, приказки, алюзії тощо), наприклад, **Формулювання проблеми** *The ability to set goals and to make plans for their accomplishment is the master skill of success... Intense goal orientation is an essential characteristic of all high-achieving men and women, in every study, in every field.*

Пояснення проблеми *власна історія* *I was twenty-three years old before I first learned about goals. I knew they existed in sports but the idea of mapping out my life using goals and plans had never occurred to me...Like most people, I was moving randomly, reacting and responding rather than focusing and concentrating.* *інтертекстуальний елемент* *As motivational speaker Zig Ziglar says, I was a “wandering generality rather than a meaningful specific”.* *авторська інтерпретація* *Goals are the fuel in the furnace of achievement. A person without goals is like a ship without a rudder, drifting aimlessly and always in danger of ending up on the rocks. A person with goals is like a ship with a rudder, guided by a captain with a map, a compass, and a destination, sailing straight and true toward a port of his own choosing.* *інтертекстуальний елемент* *Thomas Carlyle wrote that “a man with a half volition goes back and forth and makes no progress on even the smoothest road, whereas a person with a full volition moves ahead steadily no matter how difficult the path”.* **Формулювання проблеми** *It is the goal setting in the first place that seems to be the big problem for most people.*

Далі, як досвідчені вчителі-експерти, автори надають пораду, навчають читача, як вирішити цю проблему (ADVICE). Імплементация зазначеного блоку у тексті відбувається за посередництвом кількох РС: спочатку *формулюється теза*, тобто положення, що коротко і чітко передає суть пропонованої поради, далі йде докладне *пояснення цієї поради* із залученням власних та чужих життєвих історій, авторської інтерпретації та інтертекстуальних елементів. Завершує вищезгаданий ФСТБ *повтор тези*, інколи багаторазовий, що сприяє кращому запам'ятовуванню інформації, наприклад: **Формулювання тези** *It is impossible to succeed without failing. Failure is a prerequisite for success.* **Пояснення тези** *авторська інтерпретація* *The greatest successes in human history have always been the greatest failures.* *чужа історія* *In the same year that Babe Ruth became the home run king of baseball, he also stuck out more than any other player. Thomas Edison was the most successful inventor of the modern age. He received patents for 1,093 inventions, 1,052 of which were brought into commercial production during his lifetime. But as an inventor, he was also the greatest failure of his age. He failed more times, in more experiments, attempting to develop more products, than any other living scientist or businessman. It took him more than 11,000 experiments alone before he finally discovered the carbon-impregnated filament that led to the production of the first electric light bulb...* *інтертекстуальний елемент* *Napoleon Hill said, “Within every adversity is the seed of an equal or greater opportunity or advantage”.* **Повтор тези** *The way to deal with temporary failure is to seek within each setback for the valuable lesson it contains.*

Особливим у смисловій організації мотиваційного жанру є ФСТБ *мотивування читача* (MOTIVATION) – вдалий тандем аргументації та сугестії з домінуванням останньої, який формує потужний стимул до дії. Цей блок містить специфічний текст для активізації мозкових механізмів, що забезпечують виконання нав'язаної поради. У структурі такого тексту наявні виражальні засоби (повтори звуків, слів, синтаксичних моделей), синонімічні ряди, метафоричні образи, внутрішній ритм, графічні виділення та медитативні техніки (автотренінги та афірмації): *I advise that you take the wisdom of Algamish and say to yourself, “**A part of all I earn is mine to keep**”.* *Say it in the morning when you first arise. Say it at noon. Say it at night. Say it each hour of every day. Say it to*

yourself until the words stand out like letters of fire across the sky. Impress yourself with the idea. Fill yourself with the thought. Then take whatever portion seems wise. Let it be not less than one-tenth and lay it by. Графічне виділення тези тут покликане не лише закріпити у пам'яті адресата семантику меседжу (частину заробленого треба відкласти), а й посилити сугестивний вплив повідомлення. Анафора *say it*, що сприяє загальній ритмізації тексту, створює певний гіпнотичний ефект, при якому свідомість адресата відкрита до навіювання, а повтор синтаксичної моделі з імперативом має на меті «занурити» те, що пройшло через свідомість адресата, у його підсвідомість, формуючи при цьому певне внутрішнє налаштування або змінюючи вже наявне.

Особливої уваги у спонуканні до дій в мотиваційних текстах заслуговує РС *гіпнотичне навіювання*. Цікавим тут є навмисне вживання *Present Simple* замість логічного *Future Simple*, наприклад: *The ideal life is focused, purposeful, positive and organized so that you are moving towards goals that are important to you every hour every day... You have a continuous sense of forward motion. You feel like a "winner" most of the time. You feel that you are the master of your own destiny. Your self-esteem increases as you progress toward your goals. You like and respect yourself more and more.* Автор уривку, малюючи ідеальну картину змін у житті адресата, свідомо уникає *Future Simple*, внаслідок чого адресат сприймає позитивні зрушення не як майбутні, а як уже наявні у його свідомості, що, своєю чергою, спонукає його діяти відповідно до запропонованих адресантом порад. Саме однотипні конструкції у *Present Simple* та багаторазові повтори займенника *you* створюють монотонний ритм, який викликає гіпнотичний ефект та сприяє зануренню адресата в особливий стан, подібний до трансу.

Останній ФСТБ *висновки* (CONCLUSIONS) є логічним завершенням смислової структури основного тексту. Це своєрідний підсумок всіх порад, запропонованих у розділі у вигляді повтору тез. Більшість висновків є графічно марковані, проте, характер маркування залежить від індивідуального стилю автора.

Семіотичний статус мотиваційного жанру есплікується через поєднання різноманітних способів донесення інформації з метою посилення її комунікативно-прагматичного потенціалу. Невербальні засоби (курсив, капіталізація, варіювання розміру та типу шрифтів, рисунки) стають додатковим семантичним та експресивним фоном для тексту, який сприяє формуванню певної ідеї у свідомості реципієнта. Щоб верифікувати припущення про сугестивний потенціал графічних виділень у мотиваційних текстах, на випадково обраній сторінці було виокремлено з текстової канви все, що було графічно марковано: *AUTO-SUGGESTION/ No thought/ can enter the subconscious mind without the aid of the principle of auto-suggestion/ conscious/ absolute control/ exercises/ autosuggestion/ aloud/ written/ desire for money/ see and feel/ already/ desire/ subconscious/ faith.* Як видно з прикладу, характер виділень неоднорідний. Створенню підсвідомої установки про те, що практика (*exercises*) автотренінгу (*auto-suggestion*) з афірмаціями (*aloud, written*) та візуалізаціями (*see and feel*) є передумовою успіху, сприяє саме курсив. Капіталізація (AUTO-SUGGESTION) як інтенсифікатор позначуваного підкреслює важливість ідеї автосугестії, посилюючи її особливе смислове навантаження. Отже, графічно-видільні засоби допомагають зосередити увагу на стратегічних моментах викладу, керувати увагою адресата та подавати в

спрощеному вигляді інформацію про складні явища. На глибинному рівні постійні повтори цих засобів у мотиваційних текстах мають сугестивний характер і покликані закріпити нав'язаний комунікативний смисл, певні налаштування в свідомості адресата.

У четвертому розділі «Провідні характеристики концептуальної конфігурації мотиваційного жанру «мистецтво успіху» узагальнено погляди мовознавців на механізм концептуальної метафоризації, проаналізовано особливості метафоричного моделювання, представлено когнітивну структуру жанрових концептів в єдності поняттєвого, образного та оцінного складників, описано фреймо-слотову структуру метафоричних моделей, визначено мовні засоби їхньої реалізації.

Аналіз частотності засобів онтологізації концептів дозволив виокремити в мотиваційному жанрі три жанрові концепти – SUCCESS, MONEY та FAILURE, які утворюють концептуальну конфігурацію жанру «мистецтво успіху». Дослідження цих концептів засвідчило, що вплив жанру на адресата реалізується через формування нав'язаних образів та моделей поведінки, що здійснюється з опорою на жанрові концепти.

Лексикографічні джерела допомогли скласти первинне уявлення про успіх, гроші і невдачі та мовні засоби їх вираження, а дослідження текстів уможливило фіксацію відповідних образів, що формуються американською мовною свідомістю на основі чуттєвого досвіду. Варто зазначити, що роль чуттєвої опори для рефлексії успіху та невдачі є незначною. Сенсорне сприйняття цих абстрактних феноменів відбувається здебільшого через зоровий канал перцепції, в межах якого успіх інтерпретується як багатство/слава, причому ці КО одержують своє образне втілення через імена відомих особистостей, назви популярних компаній, корпорацій, брендів (*Steve Jobs, the co-founder of Apple Computer, made his first million in the second column. So did William Gates of Microsoft. In fact, he made his first billion in the second column. However, most people who acquire fortunes reach their success in the third or fourth columns...*) та позитивні емоції (*Successful men and women...expect to be happy and they are seldom disappointed*). Невдача, проте, асоціюється з чимось жалюгідним (*Huge numbers of people make mistakes in marriages, stand by the bargain, and go through life miserable and unhappy, because they fear criticism which may follow if they correct the mistake*). Наявність КО «візуалізація бажаного» у структурі концепту SUCCESS свідчить про трансформаційні процеси у свідомості американського реципієнта, якому нав'язується ідея, що левову частку успіху забезпечує саме чітке бачення кінцевої мети: *Every success I've ever enjoyed came after I had taken the time to think through what my goal would look like when it was accomplished. I have since met and spoken with many men and women who have achieved great success... They all had a clear picture of what their ideal lives and accomplishments would look like. This vision of the kind of future they wanted to create for themselves became a powerful motivator that drove them onward.*

Концептуалізація успіху та невдач здійснюється здебільшого за посередництвом метафори. В процесі аналізу мотиваційних текстів було виокремлено три метафоричні моделі на основі цільової поняттєвої сфери УСПІХ: УСПІХ – ЦЕ РУХ, УСПІХ – ЦЕ ОБ'ЄКТ та УСПІХ – ЦЕ ПЕРЕМОГА. Кожна метафорична модель включає кілька концептуальних метафор, об'єднаних спільною сферою-джерелом. Метафорична

модель УСПІХ – ЦЕ РУХ виявилась найчисельнішою. Фрейм 1 *Векторний рух* фіксує концептуалізацію успіху як безупинного руху вгору або вперед. Рефлексія цієї метафори відстежується і в новому способі мислення (*mountaintop thinking*), який так активно пропагується в мотиваційних текстах. В межах Фрейму 2 *Шлях* викристалізовується образ успіху як дороги з перешкодами: *On your pathway to the accomplishment of anything worthwhile, you will experience a series of obstacles, detours and roadblocks.*

Метафорична модель УСПІХ – ЦЕ ОБ’ЄКТ включає низку онтологічних метафор, тобто таких, де події та дійсність трактуються як матеріальні сутності. Тут успіх постає як щось надзвичайно велике (*His stupendous achievements took place after that age*), таємниче (*I have told the secrets of my own success*) і бажане (*...he prepared the way for success by a burning desire for success*). Як і будь-яка річ, він має ціну (*We know only two things for certain about the price of success*). В темпоральному відношенні успіх, здебільшого, це – майбутнє. Чисельна перевага образу успіху як багатства свідчить про домінування матеріального аспекту в його розумінні представниками американської культури (*The fourth ingredient of success is financial freedom. To be financially free means that you have enough money so that you don't worry about it continually...*).

Новий образ успіху як перемоги у боротьбі з ворогом репрезентує метафорична модель УСПІХ – ЦЕ ПЕРЕМОГА. Онтологічні відповідності, зафіксовані на вербальному рівні через лексеми *win, winner, victory, battle*, слугують основою метафоричного переносу зі сфери-джерела на сферу-ціль. Згідно з цією метафоричною моделлю найбільша битва адресата – це зміна старого способу мислення, наприклад: *Your biggest battle is almost always with yourself and your biggest challenge is in breaking free of your old habitual ways of thinking and acting.* В такий спосіб через метафорику в мотиваційних текстах приховано нав’язується ідея потреби індивідуальної трансформації.

Образний складник жанрового концепту MONEY об’єктивується через призму перцепції, про що свідчать 11 КО, виділених з опорою на кінестетичний, візуальний, смаковий та аудіальний модули сприйняття. Розширенню образу грошей у текстах мотиваційного жанру «мистецтво успіху» сприяють три домінантні метафоричні моделі ГРОШ – ЦЕ РЕСУРС, ГРОШ – ЦЕ ЛЮДИНА та ГРОШ – ЦЕ ЦІННІСТЬ. Подібно до природних ресурсів, гроші асоціюються з джерелом енергії, що є необхідною умовою всіх благ на землі. Структура сфери-донора *Вода* (Слот 1) яскраво проектується внаслідок когнітивного відображення у концепті MONEY. Підставовим принципом виокремлення цього слоту стала КО «текучість», виділена з опорою на візуальний канал перцепції (*Boom times and recessionary times are statistical terms used by economists to describe the enormous flow of capital and growth in this wealthy nation of ours*). Так само як потрібно берегти воду – найцінніший природний ресурс, гроші слід заощаджувати та навіть охороняти (*save, preserve, guard, protect*): *Gold in a man's purse must be guarded with firmness.* Безвідповідальне використання, марнування води може призвести до її втрати, що своєю чергою, стане причиною найбільшої катастрофи у житті людства. За аналогією, бездумне витрачання грошей (*spend foolishly, waste*) веде до їх втрати (*lose, lost*) і в результаті стає трагедією для людини, а нестача цього

ресурсу проектується в мотиваційному жанрі як корінь усього зла: *It is not money that lies in the root of all evil; it is lack of money.*

Експлікація образу живої природи також відображена у Слоті 2 *Рослина*. Онтологічні відповідності фіксуються на вербальному рівні через лексичні одиниці *seed, plant, reap, tree, root*, а також через КО «ріст», омовлену лексемами *grow, increase: Wealth, like a tree, grows from a tiny seed... The sooner you plant that seed the sooner shall the tree grow*. Отже, чисельна перевага образу грошей як природного ресурсу над звичним образом грошей як чогось матеріального свідчить про зміни у картині світу американського реципієнта.

Антропоморфізм грошей виявляється в тому, що їх наділяють людськими властивостями. Метафоричний образ, що викристалізовується в межах вихідної понятійної сфери ЛЮДИНА є досить суперечливим. З одного боку, це – мудра, організована, надійна сутність, що старанно і наполегливо працює на свого господаря (*Each dollar in my asset column was a great employee, working hard to make more employees and buy the boss a new Porsche with before-tax dollars*). Проте, з іншого боку, гроші – всесильний управитель світу, який дає безмежну владу, контролює всіх і все, стає одержимістю з божественними правами, перетворюючи американців на своїх рабів (*Most people become a slave to money... Money is running their lives, and they refuse to tell the truth about that. Money is in control of their emotions and hence their souls*).

В межах метафоричної моделі ГРОШІ – ЦЕ ЦІННІСТЬ асоціатом грошей є свобода (фінансова незалежність), яка декларується як одна з найбільших цінностей американського соціуму: *A feeling of freedom is essential to the achievement of any other important goal, and you cannot be free until and unless you have enough money so that you are no longer preoccupied with it.*

Формування образу невдачі в мотиваційних текстах відбувається з опорою на метафоричні моделі НЕВДАЧА – ЦЕ ПОРАЗКА, НЕВДАЧА – ЦЕ РУХ, НЕВДАЧА – ЦЕ ЛЮДИНА. Традиційно негативне сприйняття невдач як поразки у боротьбі з ворогом образно репрезентовано як 1) негативні людські якості (*procrastination, laziness, trusting to luck, self-delusion, lack of persistence* та ін.): *The ease with which lack of persistence may be conquered will depend entirely upon the intensity of one's desire* та 2) емоції, що руйнують та лякають (*fear, envy, jealousy, hatred* та ін.): *This fear paralyzes the faculty of reason, destroys the faculty of imagination, kills-off self-reliance, undermines enthusiasm, discourages initiative, leads to uncertainty of purpose, encourages procrastination...*). Окрім того, воно доповнюється новим образом, генерованим мотиваційним жанром, – баченням невдач як вчителя (*Failure is a great teacher*), котрий дає цінні уроки (*It's the lessons learned from the failures that make the ultimate successes possible*) та надихає (*Failure inspires Texans to become winners*), що свідчить про певну корекцію картини світу американського реципієнта. Метафорична модель НЕВДАЧА – ЦЕ РУХ чітко демонструє бінарний тип відношень в опозиції SUCCESS – FAILURE. В межах Фрейму 1 *Векторний рух* вимальовується образ невдачі як руху вниз / назад і його припинення, наприклад: *Tell yourself that everything that is happening is moving you toward the achievement of your goals, even when temporary failures seem to be moving you away from them.* Фрейм 2 *Шлях* метафоризує невдачу як дорогу з перешкодами:... *there*

is one big rock or major obstacle that lies across your path and blocks your progress. В межах Слоту *Перешкоди* виявляється різновекторність конотації перешкод: вони блокують рух (*blocks your progress*), уповільнюють його, а між тим неминуче наближають американців до успіху. Через яскраву метафорику мотиваційні тексти декларують позитивне ставлення до невдач та сприймання їх як невід'ємного складника успіху (*It is impossible to succeed without failing*).

ВИСНОВКИ

Англомовний мотиваційний жанр «мистецтво успіху» є однією з аксіологічних детермінант побудови сучасної картини світу. Це – мовленнєвий феномен масово-культурного характеру, комунікативно-сисловою домінантою якого є експліцитне спонування адресата до досягнення певних цілей. Досліджуваний жанр реалізується в трьох модусах: усному, письмовому та електронному. Його вербальними репрезентантами є тексти у форматі книжкових серій, аудіокниг, мотиваційних тренінгів та відео.

У жанрі «мистецтво успіху» взаємодіють шість дискурсів (психологічний, бізнес-дискурс, науковий, художній, рекламний та дидактичний), що зумовлює його *гібридність*, основою якої є органічна інтеграція комунікативних та когнітивних стандартів кожного з дискурсів-донорів.

Адресант мотиваційного жанру моделюється як людина, яка досягла успіху і тепер хоче поділитися своїм досвідом, навчити читача змінити життя на краще і відкрити йому формулу успіху. Через таке комунікативне прагнення адресант постає у двох амплах: 1) «добрий приятель», який колись теж належав до спільноти тих, хто шукає виходу з важких життєвих ситуацій; 2) «вчитель-експерт», відповідні знання і величезний досвід якого ставлять його на ієрархічно вищу сходинку. Таке позиціонування і соціальний статус (всі автори досліджуваного жанру – багаті люди, заможні бізнесмени, провідні експерти у сфері маркетингу, деякі з них психологи) сприяють підвищенню авторитету адресанта і, відповідно, виклику довіри до пропонованих порад.

Адресат мотиваційного жанру уособлює широкий загал тих, хто незадоволений своїм життям, матеріальним становищем, зовнішнім виглядом, станом здоров'я тощо та намагається знайти шляхи покращення життя.

Комунікативна мета мотиваційних текстів – навчити читача бути «стратегом» свого щастя й жити успішно і заможно у світі, що змінюється шаленими темпами, – зумовлює їх загальну дидактичну спрямованість.

«Мистецтво успіху» безпосередньо віддзеркалює очікування потенційної аудиторії, що базуються на ціннісних пріоритетах американської культури, і, таким чином, постає як поле реалізації соціальних цінностей та заснованих на них лінгвокультурних концептів SUCCESS, MONEY та FAILURE. Профілюючись в мотиваційних текстах, ці концепти стають *жанровими*, а їх зміст поповнюється новими концептуальними ознаками, які виокремлюються в процесі смислопородження. Відтак, мотиваційний жанр як генератор нових смислів стає базою розширення змісту

лінгвокультурних концептів і, як наслідок, сприяє імпліцитній корекції аксіології потенційного адресата.

Бажання стати успішним є одним із стратегічних мотивів поведінки сучасної людини. Мотиваційні тексти активно конструюють і тиражують образ успішного індивіда, формування якого відбувається цілеспрямовано, завдяки вдалому тандему аргументації та сугестії з домінуванням останньої. Сугестивний вплив мотиваційного жанру полягає у навіюванні цільовому реципієнту порад щодо вирішення реальної чи уявної проблеми, його гіпнотичному програмуванні й актуалізації навіюваного змісту. Стратегічна побудова смислової структури досліджуваного жанру та метафоричне моделювання дійсності виступають джерелом певної ідеології, що має на меті позиціонування образу успішного індивіда як фінансово незалежної підприємливої людини, яка безупинно рухається вгору або вперед, по-іншому мислить, здатна візуалізувати свої майбутні досягнення тут і тепер, а також регулярно практикує медитативні техніки.

Рівень дієвості сугестії прямо пропорційний рівню довіри адресата до джерела інформації. Саме вдала структура (паратекст плюс основний текст) посилює сугестивний потенціал жанру. Формування довіри починається вже у паратексті, який стає підготовчим етапом у навіюванні певних ідей. Прагматичний вектор паратексту загалом – *переконати адресата повірити авторові та змусити його звернутись до основного тексту* – формується на основі комунікативних завдань його складників. Інтрига починається вже у заголовку і підсилюється функціонально-смисловою структурою передмови. Обіцянки про майбутні позитивні зміни у житті адресата після прочитання книги та позиціонування ідей, викладених в основному тексті, як виняткових та унікальних і, разом з тим, доступних для розуміння та легких для застосування, ефективно стимулюють до прочитання твору. Меліоративна оцінка, що є семантичним ядром промоційної анотації, теж спонукає адресата зацікавитись книгою й обов'язково прочитати її, а фразовий каркас РС *позитивна оцінка автора* працює на підвищення авторитету адресанта. Формуванню довірчих стосунків з адресатом сприяє й прийом інтимізації, актуалізація якого відбувається з опорою на комунікативно-інформаційні можливості займенників *I/we/you* та питальних конструкцій.

Мовленнєва ефективність жанру посилюється в основному тексті, смислова структура якого інтерпретується в термінах чотирьох ФСТБ (PROBLEM – ADVICE – MOTIVATION – CONCLUSIONS). Така організація змісту свідчить про певну схему презентації інформації: автори мотиваційного жанру показують, що існує певна проблема в житті потенційного адресата; як досвідчені вчителі-експерти вони надають пораду, навчають читача, як вирішити цю проблему; далі активно мотивують адресата скористатися наданою порадою, а для ефективнішого закріплення нових настанов тезово повторюють пропоновані ідеї. Основним способом мовленнєвого впливу у перших двох блоках є аргументація, що базується на вживанні цитат, фактично-статистичних даних, біблійних алюзій, метатексту та посилань на авторитет.

Особливим у смисловій організації основного тексту є блок *мотивування читача* (MOTIVATION), який формує потужний стимул до дії. Цей блок містить специфічний текст на зразок гіпнотичного для активізації мозкових механізмів, що забезпечують

виконання нав'язаної поради. Структура такого тексту репрезентована низкою виражальних засобів (повторів звуків, слів, синтаксичних моделей), синонімічних рядів, метафоричних образів тощо.

Специфічне графічне оформлення мотиваційних текстів посилює сугестивний потенціал жанру, стає додатковим семантичним та експресивним фоном для тексту, який сприяє формуванню певної ідеї у свідомості реципієнта.

Когнітивним механізмом створення образу успішного індивіда є концептуальна метафора. У мотиваційному жанрі «мистецтво успіху» концептуальна метафора реалізується через систему метафоричних моделей, які відображають нову трансформовану картину світу, де успіх – це постійний рух вгору або вперед. Як об'єкт, він концептуалізується, здебільшого, через призму образу грошей, а самі гроші – це радше природний, ніж матеріальний ресурс, більше суб'єкт, ніж об'єкт дії. Автори мотиваційних текстів вчать сприймати невдачу позитивно, адже вона – невід'ємний складник успіху. Успішна людина моделюється як вільна (фінансово незалежна), підприємлива особистість з новим способом мислення (*positive/mountaintop thinking*), який постійно треба практикувати за посередництвом візуалізацій та медитативних технік.

З огляду на проведені дослідження та його результати перспективними видаються зіставні студії англомовних та українських мотиваційних текстів, які дозволили б виявити універсальні та культурно-специфічні ознаки жанру та відстежити ступінь акультурації американських цінностей на теренах України. Предметом лінгвістичних розвідок могли б стати й особливості перекладу мотиваційних текстів. Подальші наукові пошуки можна було б спрямувати на вивчення усного та електронного модусів мотиваційної комунікації, де особливої уваги потребує аналіз мотиваційних тренінгів. Питання про можливість нового формату жанру, наприклад кіноформату, могло б зацікавити сучасний кінематограф.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях України

1. Годісь Ю.Я. Когнітивно-риторична структура передмов мотиваційного жанру «мистецтво успіху» // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія Мовознавство. Тернопіль: Вид-во Тернопіль. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка, 2016. № 1(25). С. 25–32.

2. Годісь Ю.Я. Прагматичний аспект композиції сучасного англомовного жанру «мистецтво успіху» // Мовні і концептуальні картини світу. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 271–278.

3. Годісь Ю.Я. Провідні особливості сучасного англомовного жанру «мистецтво успіху» // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. Луцьк: Вид-во Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2012. № 24 (249). С.32–36.

4. Годісь Ю.Я. Фреймова організація концепту SUCCESS // Наукові записки Національного університету «Острозька Академія». Серія Філологічна. 2014. Вип. 43 С. 68–73.

Статті в закордонних наукових виданнях

5. Годісь Ю.Я. Вербальні засоби інтимізації у передмовах мотиваційного жанру «мистецтво успіху» // *Zwiastowac. Nauki i praktyki: Zbior artykulow naukowych Filologia, Socjologia i Kulturoznawstwo*. Warszawa, 2016. S.6–12.

6. Godis Yu. Ya. The Generic Structure of Self-Help Book Blurbs // *Science and Education a New Dimension. Philology*. Budapest, 2017. V (36), Issue 136. P. 29–32.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

7. Годісь Ю.Я. Жанр “мистецтво успіху” як феномен масової культури // *Навчання англomовної академічної комунікації в Україні та у світі: проблеми та перспективи: програма та тези доповідей II міжнар. наук.-метод. конф. (Львів, 18–19 лист. 2011р.)*. Львів: ВЦЛНУ ім. І. Франка, 2011. С. 170–171.

8. Годісь Ю. Я. Структура та композиція текстів жанру “мистецтво успіху” // *Тези звіт. наук. конф. профес.-виклад. складу ф-ту інозем. мов Нац. ун-ту ім. І. Франка за 2011 р. (Львів, 4–5 лют. 2012 р.)*. Львів: ВЦЛНУ ім. І. Франка, 2012. С. 29.

АНОТАЦІЯ

Годісь Ю.Я. Комунікативно-когнітивні засади мотиваційного жанру «мистецтво успіху» (на матеріалі англomовних текстів). – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 10.02.04 – германські мови. – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2019.

Дисертацію присвячено дослідженню англomовного мотиваційного жанру «мистецтво успіху» як мовленнєвого феномену масово-культурного характеру. Дослідження здійснювалось в межах когнітивно-комунікативної парадигми, яка пропонує необхідний методологічний інструментарій для вивчення мовленнєвих жанрів та уможлиблює панорамний розгляд мотиваційного жанру «мистецтво успіху». Увагу зосереджено на вивченні комунікативних, структурно-композиційних, когнітивно-сміслових та мовностилістичних характеристик текстів досліджуваного жанру.

Здійснено комплексний різнобічний аналіз жанру «мистецтво успіху» з урахуванням найновіших досліджень сучасного жанрознавства, теорії концептуальної метафори та когнітивістики. Виявлено типологічні ознаки мотиваційного жанру та узагальнено їх у вигляді жанрограми. Проаналізовано функціонально-сміслову організацію та інтенційний зміст мотиваційних текстів і з'ясовано їх сугестивний потенціал. Досліджено структуру жанрових концептів SUCCESS, MONEY та FAILURE, що профілюються в мотиваційних текстах. Виокремлено дев'ять метафоричних моделей, що домінують у мотиваційному жанрі та проаналізовано їх фреймово-слотову організацію.

Ключові слова: мотиваційний жанр «мистецтво успіху», адресант/адресат жанру, комунікативна мета, смістова структура жанру, паратекст/основний текст, функціонально-семантичний текстовий блок, риторична стратегія, жанровий концепт, концептуальна ознака, метафорична модель.

АННОТАЦИЯ

Годись Ю.Я. Коммуникативно-когнитивные основы мотивационного жанра «искусство успеха» (на материале англоязычных текстов). – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук (доктора философии) по специальности 10.02.04 – германские языки. – Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Львов, 2019.

Диссертация посвящена исследованию англоязычного мотивационного жанра «искусство успеха» как речевого феномена массово-культурного характера. Исследование осуществлялось в рамках когнитивно-коммуникативной парадигмы, которая предлагает необходимый методологический инструментарий для изучения речевых жанров и способствует панорамному рассмотрению мотивационного жанра «искусство успеха». Внимание сосредоточено на изучении коммуникативных, структурно-композиционных, когнитивно-смысловых и лингвостилистических характеристик текстов исследуемого жанра.

Осуществлен комплексный разносторонний анализ жанра «искусство успеха» с учетом новейших исследований современного жанроведения, теории концептуальной метафоры и когнитивистики. Выявлены типологические признаки мотивационного жанра, которые обобщены в виде жанрограммы. Проанализированы функционально-смысловая организация и интенциональное содержание мотивационных текстов, их суггестивный потенциал. Исследована структура жанровых концептов SUCCESS, MONEY и FAILURE, которые профилируются в мотивационных текстах. Выделены девять метафорических моделей, доминирующих в мотивационном жанре и проанализирована их фреймово-слотовая организация.

Ключевые слова: мотивационный жанр «искусство успеха», адресант / адресат жанра, коммуникативная цель, смысловая структура жанра, паратекст / основной текст, функционально-семантический текстовый блок, риторическая стратегия, жанровый концепт, концептуальный признак, метафорическая модель.

ABSTRACT

Godis Yu. Ya. Communicative and Cognitive Aspects of the Motivational Success Genre (based on English-language texts). – Manuscript.

Thesis for the Candidate Degree in Philology (PhD): Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, 2019.

The thesis focuses on the motivational success genre. The texts of the genre under investigation are manuals on achieving success which aim to teach readers to help themselves live successfully and prosperously in the rapidly changing world. The work manifests a complex methodological approach to revealing the communicative and cognitive aspects of the motivational success genre.

Based on the latest genre studies, the theory of conceptual metaphor and cognitive science, typological features of the success genre were identified and summarized in the form of a genogram; the generic structure and the intentional content of the motivational texts were

analyzed, and their suggestive potential was clarified; the structure of genre concepts, profiled in motivational texts, was explored; the metaphorical models dominant in the success genre and their frame-slot organization were analyzed.

The *communicative purpose* of the success genre – to teach readers to help themselves live successfully and prosperously – determines its overall didactic orientation, which manifests itself in emphasizing the proposed advice, evaluation and recommendations. Due to this format, another communicative purpose is achieved, which consists in the implicit correction of the potential recipient's worldview.

The *addresser* of the investigated genre is modeled as a person who has succeeded and now wants to share his/her experience, to teach the readers to change their life for the better. The *addressee* of the success genre represents a wide circle of those who are dissatisfied with their life, reflect on their current problems and seek ways to improve them.

Directly mirroring the potential audience's expectations based on the American values, self-help texts appear as a field of realization of social values and linguocultural concepts of SUCCESS, MONEY and FAILURE based on those values. Profiling in motivational texts, these concepts become genre concepts, and their content is replenished with new conceptual features generated by the genre. The success genre actively designs and replicates the image of a successful person as a financially independent individual, who continuously moves up/forward, thinks differently, is capable of visualizing his/her future achievements and regularly uses mental programming techniques.

The successful structure (paratext + main text) enhances the suggestive potential of the genre under investigation. The emergence and development of trust formation begins in the paratext. The speech influence of the genre is amplified in the main text, the cognitive structure of which is interpreted in terms of four rhetorical moves (PROBLEM – ADVICE – MOTIVATION – CONCLUSIONS). Such an organization of content indicates a certain scheme of presenting the information: the authors show that there is a certain problem in the potential recipient's life; as experienced experts, they give advice, teach the reader how to solve this problem; then they actively encourage the addressee to take advantage of the provided advice, and, finally, in order to consolidate the suggested ideas in the mind of the target recipient, shortly summarize them. Specific graphic design of motivational texts enhances the suggestive potential of the genre and becomes an additional semantic and expressive background for the text that promotes the formation of a particular idea in the recipient's mind.

The conceptual metaphor is a cognitive mechanism of creating the image of a successful individual. In the success genre, it is realized through a system of metaphorical models that reflect a new transformed picture of the world. According to this worldview, success is a continuous movement up/forward. As an object, it is conceptualized mainly through the image of money, which is considered as natural rather than material resource, more as an agent than an object. The addressee is taught to treat failure positively, as it is an integral part of success.

Key words: motivational success genre, addresser/addressee, communicative purpose, generic structure, paratext / main text, rhetorical move, step, genre concept, conceptual feature, metaphorical model.