

РОЗДІЛ 3 ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

УДК [81'42:82-83]:[316.454.5:17.024.4]
DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.15.10>

ПРАГМАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПАРАТЕКСТОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЖАНРУ «МИСТЕЦТВО УСПІХУ»

PRAGMALINGUISTIC FEATURES OF PARATEXTUAL ELEMENTS OF MOTIVATIONAL SUCCESS GENRE

Годісь Ю.Я.,
orcid.org/0000-0002-1322-9029
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів
Львівського національного університету імені Івана Франка

Сологуб Л.В.,
orcid.org/0000-0001-9926-322X
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів
Львівського національного університету імені Івана Франка

Жанр «мистецтво успіху» є одним з провідних жанрів американської масової культури, комунікативна мета якого полягає у спонуканні адресата вирішити свої фізіологічні, психологічні та фінансові проблеми та досягти успіху у своєму житті. Адресантом окресленого жанру є ментор, який підштовхує адресата до здійснення певних кроків, які ведуть до досягнення успіху, а адресатом – людина, яка незадоволена своїм фізичним та психічним здоров'ям, матеріальним становищем та активно шукає поради для покращення свого життєвого шляху. Метою статті є аналіз зовнішніх структурних елементів досліджуваного жанру та визначення їх прагматичних та мовно-риторичних особливостей. Аналіз проведено на матеріалі книги американського психолога Джона Грея «Чоловіки з Марса, жінки з Венери», праці, яка, за визнанням CNN, посіла перше місце у рейтингу популярної літератури 90-х років 20-го століття. Зовнішня структура жанру «мистецтво успіху» формується під впливом комунікативних цілей, які забезпечують експліцитність організації тексту. Автори розглядають мовно-риторичні засоби реалізації паратекстових компонентів структури жанру «мистецтво успіху». Заголовок допомагає створити у адресата певний прогноз про змістове наповнення твору, інформація про автора налаштовує читача на позитивний внутрішній діалог з автором. У змісті адресант фокусує увагу адресата на ключових моментах, дозволяючи йому швидко відшукати потрібну інформацію. Прагматичний вектор подяки спрямований на переконання адресата повірити в дієвість описаного методу та прочитати книгу. В передмові присутні заклик до прочитання книги та констатація авторитетності адресанта. Доведено, що прагматична мета присутніх паратекстових елементів сприяє вираженню головного комунікативного завдання окресленого жанру: допомогти адресатові знайти вихід з кризових ситуацій та досягти мети у своєму житті.

Ключові слова: адресант, адресат, комунікативна мета, паратекстові елементи, жанрограма.

The success genre is one of the key genres of American popular culture with the communicative aim of forcing an addressee to solve his physical, psychological and financial problems and achieve considerable success in his life. The addresser of the defined genre is the mentor who urges the addressees, dissatisfied with their physical and mental health, financial state and seeking for some valuable advice about changing their lifestyles, to take essential steps leading to success. The aim of the article is to analyze external structural elements in this genre and define their pragmatic, language and rhetoric features. The analysis is made on the book "Men Are from Mars, Women Are from Venus" by J. Gray, which was the bestseller in the 90-ies of the 20th century. Communicative aims defining the explicit text organization form the external structure of the analyzed genre. The article focuses on the language and rhetoric features of paratextual structural elements of success genre. The title helps to create some forecast about the contents of the book in the addressee's mind, while the information about the author helps the addresser organize internal dialogue with the addressee. In contents the author focuses reader's attention to the key moments, thus helping him/her find the necessary information. The pragmatic vector of acknowledgements is aimed at forcing the addressee to believe in the effectiveness of the methods described and read the book. In the preface we observe two rhetoric strategies: the necessity to read the book and the description of the author's authority. It is stated that pragmatic aim of the paratextual elements contributes to expressing the main communicative goal of this genre: help an addressee find the way-out from critical situations and achieve considerable success in his/her life.

Key words: addresser, addressee, communicative aim, paratextual elements, genogram.

Постановка проблеми. Лінгвістика XXI століття вирізняється посиленням уваги дослідників до вивчення різних жанрів, оскільки жанр, на думку українського філолога Ф.С. Бацевича, «ще своєрідний місток, який поєднує поняття дискурсу і мовленнєвого акту» [3, с. 160], «враховуючи не лише найзагальніші інтенції учасників спілкування, але й інші складові й чинники комунікативної діяльності людей» [2, с. 24]. Жанр «мистецтво успіху» (*success genre*) з'явився в США після публікації біографії політичного діяча, одного з засновників США Бенджаміна Франкліна і на сучасному етапі свого розвитку продовжує домінувати в американській масовій культурі. На думку С. Старкера, цей жанр є досить потужним, щоб його ігнорувати [8].

Жанр «мистецтво успіху» ми трактуємо як жанр масової культури, який реалізується у форматі праць (усних та письмових), комунікативна мета якого передбачає навчання та спонукання адресата до досягнення успіху в житті після вирішення своїх фізіологічних, психологічних та фінансових проблем. Адресант – це ментор, який підштовхує адресата до здійснення певних кроків, які ведуть до досягнення успіху. Адресатом окресленого жанру є людина, яка незадоволена своїм фізичним та психічним здоров'ям, матеріальним становищем та активно шукає поради для покращення свого життєвого шляху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науці цей жанр вивчають з позицій соціології, культурології, історії, риторики. Беручи до уваги популярність жанру «мистецтво успіху», ми зауважуємо, що проблема окреслення його конститутивних ознак та дослідження окремих аспектів перебуває у центрі уваги лінгвістичних студій. Українська дослідниця О.І. Багрій розглядає літературу, спрямовану на досягнення успіху, в межах жанрів популярної психології [1, с. 139]. Австралійський лінгвіст Дж. Коай акцентує увагу на комунікативному аспекті цього жанру [8]. Ґрунтовне дослідження жанру «мистецтво успіху» з урахуванням його комунікативно-когнітивних засад здійснила Ю.Я. Годісь, яка вперше узагальнила його провідні ознаки у вигляді жанрограми на основі низки дескрипторів [4].

Мета та завдання статті. Мета статті передбачає аналіз зовнішніх структурних елементів жанру «мистецтво успіху» та визначення їх прагмалінгвістичних характеристик. Мета зумовила конкретні завдання: виявити основні паратекстові елементи жанру «мистецтво успіху», визначити їх прагматичні функції та описати їх мовно-риторичні особливості. Аналіз проведено на

матеріалі книги американського психолога Джона Грея «Чоловіки з Марса, жінки з Венери» (1992). Вибір матеріалу для дослідження зумовлений тим, що, за твердженням CNN, книга стала «найкращою працею у жанрі нехудожньої літератури 90-х років 20-го століття», бестселером №1 за версією Нью-Йорк Таймз.

Виклад основного матеріалу. Зовнішня структура жанру «мистецтво успіху» формується під впливом комунікативних цілей, які забезпечують експліцитність організації тексту. Розглянемо детальніше паратекстові елементи, оскільки вони, за визначенням французького дослідника Ж. Женетта, «дають світові можливість або увійти всередину, або розвернутися і піти геть» [6, с. 2].

Заголовок допомагає створити у адресата певний прогноз про змістове наповнення твору, з ним пов'язаний рівень уваги читача, підсилення інтересу до змісту твору [5, с. 65]. В заголовку присутні автоцентричність (реалізація авторських інтенцій) та антропоцентричність (задоволення інформаційних та психологічних потреб адресата), які перетворюють цей елемент на дієвий засіб прагматичного впливу. В назві твору “*Men Are from Mars, Women Are from Venus. A Practical Guide for Improving Communication and Getting What You Want in Your Relationships*” автор використовує метафоричну модель для створення бінарної опозиції *чоловіче-жіноче* (чоловік – це сила, жінка – це краса). Звернення до міфології Стародавнього Риму (Марс – бог війни, Венера – богиня кохання) допомагає продуцентів акумулювати фонові знання реципієнта й імпліцитно повідомити про головну думку твору. Причинно-наслідковий зв'язок у заголовку (*improve communication* → *get what you want*) дозволяє автору експліцитно визначити правило досягнення успіху у взаємовідносинах між чоловіком і жінкою *If you improve your communication, you will get what you want in your relationship* [9].

На титульній сторінці ми бачимо *інформацію про автора John Gray, Ph.D.* Джон Грей – світовий експерт з питань комунікації та взаємовідносин між партнерами. Присутність інформації про науковий ступінь позиціонує адресанта як фахівця в певній галузі, дозволяє підвищити рівень довіри адресата до поданої інформації та отримати вичерпні відповіді на свої запитання, тим самим сприяючи внутрішній діалогізації жанру.

Інформація про автора як окремий блок (*About the Author*) присутня в кінці книги (промоційній анотації), де висвітлюється інформація промоційного та інформативного характеру.

John Gray, Ph.D., *an internationally recognized expert in the fields of communication and relationships, and author of twelve bestsellers, has been conducting personal growth seminars for thirty years. He is a certified family therapist (National Academy for Certified Therapist), a consulting editor of The Family Journal, a member of the Distinguished Advisory Board of the International Association of Marriage and Family Counselors, and a member of the American Counseling Association. John lives with his wife and three children in northern California.* Підкреслені місця демонструють позитивну оцінку автора, а інші надають адресатові інформацію про професійний досвід адресанта, його родинні зв'язки та місце проживання. Така інформація налаштовує читача на позитивний внутрішній діалог з автором.

У праці присутній зміст, «путівник на теренах твору», де наведено перелік заголовків розділів з вказівкою на номери сторінок.

Contents

| | |
|---|-----|
| Introduction..... | i |
| Chapter 1: Men Are from Mars Women Are from Venus...1 | |
| Chapter 2: Mr. Fix-It and the Home-Improvement Committee..... | 4 |
| Chapter 3: Men Go to Their Caves and Women Talk..... | 12 |
| Chapter 4: How to Motivate the Opposite Sex..... | 18 |
| Chapter 5: Speaking Different Languages..... | 26 |
| Chapter 6: Men Are Like Rubber Bands..... | 40 |
| Chapter 7: Women Are Like Waves..... | 50 |
| Chapter 8: Discovering Our Different Emotional Needs..... | 59 |
| Chapter 9: How to Avoid Arguments..... | 67 |
| Chapter 10: Scoring Points with the Opposite Sex..... | 78 |
| Chapter 11: How to Communicate Difficult Feelings..... | 92 |
| Chapter 12: How to Ask for Support and Get It..... | 110 |
| Chapter 13: Keeping the Magic of Love Alive..... | 122 |

[9]

Адресант фокусує увагу адресата на ключових моментах, дозволяючи йому швидко відшукати потрібну інформацію. Заголовки розділів в концентрованій формі передають основну тему частини. Проаналізуємо тепер структурно-синтаксичні особливості заголовків. Серед 13 заголовків розділів ми виділяємо двоскладні речення (4), дієслівні конструкції з безособовою формою дієслова: герундіальні та інфінітивні (8), номінативні конструкції (1). Двоскладні речення дають вичерпну інформацію про зміст розділу (*Men Go to Their Caves and Women Talk*). Герундіальні конструкції наголошують на процесуальності досягнення позитивного результату у відносинах «чоловік-жінка» (*Speaking Different Languages*), семантика *how to* заголовків визначається як «проблема та її вирішення», коли автор залучає

читача до виконання певних дій (*How to Avoid Arguments*). У номінативній конструкції виражено тему розділу в максимально скомпресованій формі (*Mr. Fix-It and the Home-Improvement Committee*).

Висловлення подяки (Acknowledgements) є провідною ознакою англомовного дискурсу. Автор дякує людям та організаціям за всебічну допомогу у написанні книги. У цій частині можна окреслити три семантичні блоки, в яких акумулюється творчий процес адресанта від початку до кінцевого результату: подяка близькій родині за натхнення у написанні книги (дружині, дітям, батькам, братам і сестрам), подяка клієнтам та колегам за допомогу в опрацюванні ситуацій та критичні зауваження до змісту, подяка технічному персоналу (промоутерам, секретарю, юристу) за видання книги. *I thank the members of my men's group for sharing their stories, and I especially thank Lenny Eiger, Charles Wood, Jacques Early, David Placek, and Chris Johns, who gave me such valuable feedback for editing the manuscript* [9]. За мовним критерієм на лексичному рівні спостерігаємо вживання дієслова з семою «подяка» *thank*, на граматичному рівні зауважуємо використання герундія на позначення типу подяки *sharing, editing*. Прагматичний вектор подяки спрямований на переконання адресата повірити в дієвість описаного методу та прочитати книгу.

У тексті присутня *передмова (introduction)*, яка розміщена у пропозиції до основного тексту і займає 5 сторінок. В цьому фрагменті ми спостерігаємо контакт адресанта з адресатом, де продуцент переконує реципієнта в дієвості запропонованого методу досягнення успіху. В передмові можна виділити два функціональні семантично-текстові блоки: заклик до прочитання книги та констатація авторитетності адресанта [4, с. 87], які реалізуються за допомогою певних риторичних стратегій.

Заклик до прочитання книги є основним у передмові, оскільки саме цей блок репрезентує працю автора як виняткову, після прочитання якої читач набуває позитивного досвіду у вирішенні своїх проблем. В цьому ФСТБ ми виділили дві риторичні стратегії – *формулювання мети та окреслення позитивних наслідків для реципієнта* [4]. Розглянемо кожну стратегію детальніше.

Важливим компонентом цього блоку є стратегія формулювання мети, коли автор прагне донести до читача свої важливі ідеї. *Men Are from Mars, Women Are from Venus reveals new strategies for reducing tensions in relations and creating more love by first recognizing in great detail how men and women are different. It then offers practical suggestions about how to reduce*

frustration and disappointment and to create increasing happiness and intimacy [9]. У вищенаведеному фрагменті автор окреслює мету за допомогою дієслів теперішнього часу з семантикою «визначити» *reveals* і *offers* та словосполучень *new strategies* і *practical suggestions*, визначаючи основні проблеми твору, тим самим інтригуючи читача і закликаючи його прочитати книгу.

Ефективним актуалізатором досліджуваного блоку є стратегія окреслення позитивних наслідків для реципієнта. На мовному рівні вираженням цієї стратегії є вживання займенників *you*, *your*. Проілюструємо це на прикладах.

Приклад 1. *The insights of this book are not a “quick fix” to eliminate all problems. Instead they provide a new approach whereby your relationships can successfully support you in solving life’s problems as they arise. With this new awareness you will have the tools you need to get the love you deserve and to give your partner the love and support he or she deserves* [9].

Приклад 2. *Whether you are in therapy or not, if you want to have more fulfilling relationships with the opposite sex, this book is for you* [9].

Тут імітується жвавий діалог між адресантом і адресатом у реальному часі. За допомогою сполучника *you* продуцент звертається до усіх реципієнтів загалом і до кожного з них окремо, що сприяє створенню ефекту безпосереднього міжособистісного спілкування, заснованого на довірі адресата до професійних якостей адресанта. У другому прикладі автор маніпулює свідомістю читача та навіює йому думку про користь своєї книги (читай книгу → здобудеш досвід у відносинах з протилежною статтю).

Констатація авторитетності адресата – другий важливий ФСТБ жанру «мистецтво успіху», передбачає спробу представити автора як «мудрого, досвідченого вчителя-наставника, надійне джерело поради та довести читачеві дієвість запропонованої формули успіху» [4, с. 96]. Даний блок реалізується за допомогою двох риторичних стратегій – *апелювання адресанта до власного досвіду та констатація якості презентованого доробку адресанта* [4]. Ці стратегії допомагають показати автора як досвідченого радника.

За допомогою стратегії апелювання до власного досвіду Джон Грей репрезентує себе як експерт з питань комунікації, порадам якого можна довіряти, оскільки він сам пройшов тернистий шлях до усвідомлення своїх ідей. *A week after our daughter Lauren was born, my wife and I were exhausted...We had both reached our limits...Then*

something started to happen that would change my life...At that moment I started to realize the real meaning of love...But as a man, I didn’t know that touching, holding, and listening were so important to her. By recognizing these differences I began to learn a new way of relating to my wife... This accident with Bonnie revealed to me how I could change this pattern [9]. На початку фрагменту автор словами з негативною семантикою (*exhausted, reached our limits*) описує свій негативний досвід у стосунках, що допомогло Дж. Грею в майбутньому окреслити постулати своєї теорії (*change these patterns*).

Також автор позиціонує себе як досвідчений наставник, який провів багато успішних семінарів, на яких ділився своїми ідеями, які виявилися не просто теоретичними даними, а випробуваними та доведеними фактами. *As a result of questioning more than 25,000 participants in my relationship seminars I have been able to define in positive terms how men and women are different. All the principles in this book have been tested and tried. At least 90 per cent of more than 25,000 individuals questioned have enthusiastically recognized themselves in these descriptions* [9]. У наведених прикладах використання мезуративів (*more than 25,000 participants, 90 per cent*) для передачі масштабів досліджень вказує на їх важливість. Використання дієслів в Present Perfect (*have been able, have been tried and tested*) допомагає адресанту експліцитно передати завершеність дії, тим самим наголошуючи на дієвості ідеї та підсиленні свого авторитету.

Констатація якості презентованого доробку автора допомагає йому передати результативність своєї роботи. Вдаючись до такої стратегії, Джон Грей наголошує на довгому періоді процесу пошуку успішної формули успіху. *It inspired my seven years of research to help develop and refine the insights about men and women in this book* [9]. Використання лексеми із семантикою *науковості (research)* в поєднанні з «числівник+час» надає фрагменту певної ґрунтовності.

Висновки. Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують гіпотезу, що паратекстові компоненти структури жанру «мистецтво успіху» (заголовок, інформація про автора, зміст, висловлення подяки, передмова) є засобами експліцитного та імпліцитного вираження головної комунікативної мети окресленого жанру. Перспективи подальших розвідок вбачаємо в аналізі сугестивних технологій впливу адресанта на адресата за допомогою мовно-риторичних засобів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Багрій О.І. Тексти популярної психології: жанрові та прагматичні характеристики. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов*. Харків, 2011б. Вип. 67 (972). С. 138–144.
2. Бацевич Ф.С. Лінгвістична генологія: проблеми й перспективи : монографія. Львів : ПАІС, 2005. 264 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 344 с.
4. Годісь Ю.Я. Комунікативно-когнітивні засади мотиваційного жанру «мистецтво успіху» (на матеріалі англомовних тестів) : дис. ... канд. філ. наук : 10.02.04 / Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2019. 253 с.
5. Дроздовский В.П. Лингвистические средства активизации читательского внимания (на материале газетно-публицистического стиля). *Русское языкознание*. 1982. №4. С. 64–71.
6. Gennet G. Paratexts: Thresholds of Interpretation / trans. by Lewin J.E. / Cambridge : Cambridge University Press, 1997. 456 p.
7. Koay D.L. Self-improvement books: A Genre Analysis : A Thesis for the degree of PhD in Applied Linguistics. Victoria University of Wellington, 2015. 356 p.
8. Starker S. Oracle at the supermarket : The American preoccupation with self-help books. New Brunswick : Transaction Publishers, 1989. 224 p.
9. Gray J. Men Are from Mars, Women are from Venus: A Practical Guide for Improving Communication and Getting What You Want in Your Relationships. NY: Harper Collins, 1992.