

УДК 81'42

АНГЛОЯЗЫЧНАЯ МОТИВАЦИОННАЯ ЛИТЕРАТУРА В КОНТЕКСТЕ ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ ТРАДИЦИИ

Ю.В. Гилясев

*Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина,
г. Санкт-Петербург, 196605, Россия*

Аннотация

В статье англоязычный мотивационный дискурс, репрезентируемый работами по личностному саморазвитию, исследуется на предмет наличия признаков постмодернистской эстетики. Анализ текстового образца проводится в сопоставлении с равнообъемными образцами текстов научно-популярного и научного стилей. Внимание уделяется лексико-семантическому, текстологическому и культурологическому аспектам. В качестве концептуально значимых признаков постмодернистской тональности дискурса избираются мифологизация на логико-когнитивном уровне, языковая игра, интертекстуальность, стилиевой синкретизм на речевом уровне. Сравнительный анализ образцов позволяет установить жанрово-стилевую и речевую принадлежность англоязычных мотивационных работ, выявить специфику мотивационного дискурса, раскрывающуюся в контексте современного доминирования постмодернистской культуры и способа описания действительности. Подчеркивается значимость прагматики выделяемого речевого жанра, играющей решающую роль в актуализации постмодернистской ориентации дискурса и имплицитно выражаемых автором интенций.

Ключевые слова: мотивационный дискурс, постмодернистский дискурс, мифологизация, интертекстуальность, коучинг, прагматика текста, стилизация, синкретизм, убеждение

Введение

Прагматика речевых жанров входит в актуальную повестку дня у специалистов, занимающихся исследованием вербальной коммуникации. Глобальное смещение фокуса внимания к антропоцентрической концепции описания языка привело к стремительному росту дискурсивных исследований, вскрывших существенные характеристики речеупотребления как универсального, так и частного порядка, например, свойственные отдельным видам речевых практик. Во многих работах постулируется учет экстралингвистических факторов, способных расширить представления об особенностях естественной или опосредованной коммуникации. Рост интереса к культурологической проблематике языкового общения способствует процессу становления общей и частной теории дискурса. Вместе с тем не все изыскания, проводимые в данной области, демонстрируют тенденцию к интеграции многоаспектного знания. В данной статье предпринимается попытка описания специфики англоязычного мотивационного дискурса, согласованного с доминирующей в настоящее время концепцией постмодернистской

реальности. Таким образом, целью настоящей работы можно считать экстериоризацию постмодернистского модуса мотивационного дискурса.

Предпосылки. В последнее время изучение различных видов дискурса ведется более чем интенсивно. Обращаясь к прагматике вербального общения, большинство ученых сходится во мнении, что практически любой автор, создавая речевое сообщение в устной или письменной форме, стремится воздействовать на получателя информации, привлекая средства персуазивности, традиционные для каждой из сфер коммуникации.

Внушение тех или иных идей происходит путем отбора и последующей компоновки фактов, подтверждающих (а не опровергающих) авторскую позицию. Решающим фактором в убеждении реципиента становится умение пользоваться арсеналом риторических средств и приемов, позволяющих перевести модальность речи из поля субъективных восприятий в поле объективного и верифицируемого знания. Особо отмечается, что отправитель сообщения, сознательно варьируя его смыслом на сигнификативном уровне, задает направление мысли и в дальнейшем управляет вниманием получателя. В этой связи в жанрах, где риторика играет немаловажную роль, наблюдается тенденция к подавлению или сокрытию одних аспектов денотативной ситуации в угоду другим. Каждый текст, выделяя что-то конкретное, одновременно с этим уводит из поля зрения другие стороны описываемого или обсуждаемого [1, p. 160].

О персуазивности структурно организованного текста говорят многие исследователи прагматики речевых жанров (см., например, [2–4] и др.). Р. Кокс, ссылаясь на рассуждения К. Бёрка о языке как символическом действии, раздвигает границы приложения понятия персуазивности вплоть до нейтрального способа выражения речи, который также является убеждающим, поскольку опирается на символическое воспроизведение действительности [5, p. 18].

Персуазивность, оставаясь отличительной чертой публицистического стиля, проявляется и в научном дискурсе, который представлен в том числе профильной научно-популярной литературой. Когнитивная информация, сообщаемая массовому читателю, претерпевает процесс мифологизации и уже не предполагает ее исключительно рационального анализа. Как указывает Е.М. Филиппова, в научно-популярных работах подаются только выгодные для автора/издателя факты, самые продаваемые и достаточно сенсационные сведения, которые могут не являться в полной мере истинными. «Для размывания границ реального и нереального, логического и эмоционального в информационном тексте мифа используются различные риторические фигуры» [6, с. 211]. Автор исследования приходит к выводу, что в современном контексте миф, вместо функции трансляции культуры и базовых ценностей, выполняет функцию трансформации реальности [6, с. 212].

Применительно к научной области утверждение и распространение мифа инициируется автором исследования – сознательно или невольно – в результате обоснования или бездоказательного утверждения. Несомненно, «естественный путь мифологизации знания проходит через подчинение знания личностным мировоззренческим предпочтениям» [7, с. 17]. Е.Ю. Ильинова, ссылаясь на исследования И.М. Дьяконова, выделяет в мифологическом сознании в качестве преобладающего признака синкретизм – «нерасчлененное и недифференцированное

познание мира, основанное на его эмоциональном восприятии, или эмоционально окрашенное событийное осмысление феноменов мира» [8, с. 185]. Нельзя не согласиться с мнением о том, что мифологизированные представления не подчиняются формальной логике, так как «миф есть предмет веры, доверия к авторитету» [9, с. 199]. При этом, избирая более широкую перспективу рассмотрения проблемы, можно увидеть, что и логически точные объяснения сути явлений во многом зависят от их языкового выражения. Слова предстают произвольно отобранными знаками, которые комбинируют в соответствии с нормами языковой сочетаемости [10, р. 42].

Однако в отношении мотивационного дискурса следует сделать небольшую оговорку. Манипуляторы, по мнению Т.А. Ван Дайка, стремятся склонить свою аудиторию к образу мысли или действиям, отвечающим их собственным интересам и идущим вразрез с интересами манипулируемых [11, р. 360–361]. В соответствии с идеологическими установками коучинг-практики как таковой эксперт в области личного или профессионального развития видит основной своей задачей раскрытие внутреннего потенциала объектов воздействия. Интересы ментора во многом пересекаются с интересами клиента, поэтому речевые и иные манипуляции ориентированы здесь в пользу манипулируемых.

Тем не менее вопрос об истинности популяризируемого знания остается и перерастает в более широкую и комплексную проблему истинности научного знания, представляющего собой фундамент для различного рода переложений и интерпретаций. Любая логическая позиция субъективна, поскольку всегда иницируется формулирующим ее субъектом. Есть мнение, что абсолютно объективное описание невозможно; это касается и научного познания [12, с. 154]. «Любой эксперимент предполагает определенные теоретические воззрения и основывается на методиках и инструментах, в которых обязательно присутствует элемент субъективности» [13, с. 71]. При популяризации знания, в контексте передачи его массовому потребителю, уже не идет речь о сообщении чисто фактологической, когнитивной информации – она обращается в средство персуазивности и манипуляции сознанием (равно как и самим процессом осознания). Действительно, «в групповой динамике и коммуникативном поведении значительное место занимает столкновение индивидуальных интерпретаций одних и тех же воспринимаемых событий или информации о них» [13, с. 97].

Интерпретация и ее крайняя форма – манипуляция – в настоящий момент становятся ведущими способами освоения знания. Их повсеместное распространение в гуманитарных направлениях науки обусловлено довлеющей эстетикой постмодернистской культуры. Диалог-игра, скептицизм, десакрализация и деконструкция, интертекстуальность называются среди основных признаков «ситуации» постмодернизма (см., например, [14, с. 6–9]).

Проявляя системный характер, эта тенденция наблюдается и в области популярной психологии. В работах многих авторов, причисляющих себя к мотивационным спикерам, коучам, экспертам в области личностного роста, прослеживается постмодернистская идеология моделирования и интерпретации знания. Обращение к дискурсивным стратегиям, представленным в печатных и электронных версиях коучинг-методик и программ самопомощи, позволяет выявить постмодернистскую эстетику мотивационных практик.

Метод. С целью экспликации постмодернистского модуса англоязычного мотивационного дискурса был проведен сопоставительный анализ трех работ: двух, относимых к научно-популярному стилю и представляющих его разные жанровые манифестации: (G.) и (V.)¹, и одной строго научного стиля (S.)². Исследуемый здесь англоязычный мотивационный дискурс представлен в подборке вторым образцом. В целях большей валидности результатов анализа в текстах были выделены равные фрагменты объемом 3500 слов, сопоставление которых и проводилось в дальнейшем: (G., p. 1–11; V., p. 1–25; S.; p. 269–270).

В ходе исследования материала применялись общенаучные методы анализа, синтеза и обобщения, метод произвольной выборки и количественного подсчета, метод дискурс-анализа, основывающийся на функционально-ономасиологическом подходе, методике контекстного анализа и сопоставительной интерпретации.

Наблюдения и результаты

Исходя из вышеупомянутых ключевых характеристик постмодернистской идеологии, был проведен анализ образцов англоязычного мотивационного дискурса по степени репрезентации выделенных типологических черт.

Будучи противопоставленной научной картине мира, наивная картина мира формируется через повседневное (бытовое) осмысление действительности с опорой на мифологическое сознание, когда логика причинно-следственных связей и четкая последовательность восприятия уступают чувственно воспринимаемой наглядности [15, с. 73].

Традиционно одним из ведущих средств выражения когезии и когерентности в тексте считается использование коннекторов. К нашему удивлению, в научном тексте был обнаружен лишь 1 коннектор (образец 3), тогда как в научно-популярных текстах (образец 1 и 2) зафиксировано 11 (включая 4 словоупотребления союза *so* в качестве коннектора) и 12 (включая 3 употребления союза *so* в качестве коннектора) текстовых коннекторов соответственно. Во всех текстах были отмечены единичные употребления модальных слов в начальной позиции предложения, таким образом не только передающие субъективную оценку содержания высказываний, но и подкрепляющие их причинно-следственную связь.

Считается, что в письменной речи желательно воздерживаться от употребления простых союзов, например: *and*, *but*, *or*, в начале предложения. Указывается, что сочинительные союзы в такой позиции встречаются гораздо чаще в разговорной речи, нежели в художественной литературе или, тем более, в научных работах – так они отчасти приобретают функции коннекторов [16, p. 83–84]. Специфическое употребление союзов как прагматических маркеров дискурса научно обосновано (см. [17]), однако различение речевого и языкового статуса единицы проводится непоследовательно, да это и не всегда объективно возможно.

При анализе материала в образце 3 не было обнаружено ни одного сочинительного союза в начальной позиции и зафиксировано одно словоупотребление сложноподчинительного союза *because* в функции коннектора предложений.

¹ Далее образец 1 и образец 2.

² Далее образец 3.

В образце 1 в этой функции зафиксированы союзы *and* (2) и *but* (9), в образце 2 – *and* (11), *but* (7)³. Полученные результаты указывают на большее соответствие образца 2 разговорному регистру речи.

Рассмотрение выделенных фрагментов на уровне их лексико-семантического состава выявило минимальное количество эмоционально-оценочной лексики в образце 3 (5)⁴: будучи представленными вводным оборотом *to our surprise* и усилительными наречиями, такими как *very* и *rather*, эти единицы служат в большей мере средством тема-рематической организации сообщения. В образцах научно-популярного стиля эмоционально-экспрессивной лексики было зафиксировано в разы больше, что вполне типично для литературы, ориентированной на массового читателя (см., например, [18, с. 301]): в образце 2 выявлено наибольшее число таких единиц (46), тогда как в образце 1 их несколько меньше (32), что позволяет говорить об эмоционально-оценочной окрашенности англоязычного мотивационного дискурса.

Анализ текстовых фрагментов и полученный массив примеров указали на необходимость выделения в каждой выборке тождественных единиц с учетом контекстуального фактора их употребления. Так, в самостоятельную группу были выделены единицы, выражающие чувства и эмоции автора сообщения, преобладание которых было отмечено в образце 2 (21) в сравнении с образцом 1 (3). На основании представленных данных можно сделать однозначный вывод об эмоционально-чувственной интерпретации фактов и сведений, которыми оперирует автор работы мотивационного жанра.

Вместе с тем следует сделать несколько пояснений относительно собранного материала. Речевое употребление лексических единиц позволяет говорить лишь о преобладании эмоционально-оценочных коннотаций в каждом конкретном примере, а верное определение наличия/отсутствия дополнительных семантических компонентов осложняется в ряде случаев неоднозначностью актуализации того или иного значения лексемы. Кроме того, можно с большей уверенностью утверждать о наличии/отсутствии определенной коннотации у атрибутивной лексики, тогда как у адвербиальной и иной лексики эти коннотации в силу воздействия текстового окружения могут входить в ядро значения, реализуя тем самым одно из производных, переносных или контекстуальных значений.

Сопоставление образцов 1 и 2 выявило еще одну особенность англоязычного мотивационного дискурса. В образце 1 автор в целях повышения образности дважды прибегает к сравнительному описанию, используя сравнительные обороты *as ... as*, *as if*. В образце 2 таких сравнений больше (4), вводятся они союзом *like*. Но, что более важно, ряд предложений (> 10) включает в себе метафору (формально немаркированное сравнение), что позволяет сделать важный вывод о речевой стратегии автора мотивационного текста: вербально немаркированное сравнение в сочетании со связочными глаголами дает возможность уподобить, то есть идентифицировать, две противопоставленные части фразы, образуя логическое тождество, например: “Gratitude is the great scourer

³ В скобках указано количество словоупотреблений.

⁴ Здесь и далее в скобках указано количество зафиксированных единиц с учетом их повторных регистраций.

of the mind. <...> It is the pathway to miracles.” (V., p. 23). Отсюда же неоднозначность в установлении актуализируемого значения слова и его коннотаций, поскольку все компоненты таких высказываний являются составляющими одной развернутой метафоры и не могут ассоциироваться с первичным, денотативным значением, а сами слова – восприниматься буквально.

В результате, понятия и термины, к которым обращаются авторы мотивационных работ, трансформируются в метакатегории, значения и смыслы которых не оговариваются, но при этом подразумевается их самоочевидность. «Такие синкретичные явления, как метакатегории, также реализуют динамическое взаимодействие результатов научной рефлексии с обыденным, “наивным”, в основном подсознательным, пред- или донаучным освоением человеком своего физического и культурного мира» [19, с. 103].

Естественно, авторы мотивационной литературы, ориентируясь на широкую аудиторию неспециалистов, в своих работах задействуют средства и приемы полемического и художественного дискурса (рассмотрение прагматики мотивационного дискурса проводилось ранее, см. [20]). Воздействие на восприятие информации реципиентом происходит через чувственно-эмоциональную сторону психики с опорой на ценностные ориентиры личности. В таком случае аргументы, доводы, логические обоснования формируются не на основе причинно-следственных связей, когезии и когерентности частей сообщения, а за счет средств речевой выразительности, что соответствует чертам постмодернистской эстетики. Языковая игра, интертекстуальность, стилевой синкретизм (или «пастиш» в терминах теории постмодернизма) активно используются авторами мотивационной литературы.

Игра со смыслами и их вербальным воплощением характерна в большей степени для художественных произведений, однако авторы научно-популярной литературы в целях усиления читательского интереса также прибегают к различным стилистическим приемам.

В образце 1, представляющем собой научно-популярный обзор становления знания о геофизических и прочих законах, не обнаружено каламбуров, лексических декомпозиций или контаминаций, что естественным образом объясняется тематикой и жанром работы. Тем не менее в одном из подзаголовков главы, избранной для анализа, обыгрываются прямое и фразеологически связанное значения лексемы *date* (*Dating up to date*), что вряд ли годится как подзаголовок в академической статье, требующей однозначности смыслов и концентрации внимания преимущественно на сути сообщения, нежели на его форме. Это подтверждает сопоставительный анализ с образцом 3 – какой-либо языковой игры в нем не наблюдается.

В образце 2 к языковой игре можно отнести употребление слова *whiteboard* в несвойственном ему значении. Автор использует его в качестве термина-неологизма для представления своей концепции реальности. Нужно заметить, что в других частях книги автор переосмысляет ряд словосочетаний, придавая им контекстуально обусловленные значения и трансформируя в аналогичные термины-неологизмы (например: *Zero, Active Gratitude* – терминологический статус здесь усиливается капитализацией лексем). Отмечено также незначительное количество и других форм языковой игры, например, контактное расположение

созвучных лексем: “Whenever my mind seemed to wander or wonder...” (V., p. 6), ритмическая организация предложения: “When you are in the flow, you are in the know” (V., p. 7) и др.

Если обратиться к стилевым доминантам анализируемых текстов, то можно констатировать типичную для научно-популярной литературы картину: нейтральное описание местами граничит с разговорно-бытовым изложением мысли, что выражается по преимуществу экспрессивно окрашенной и разговорной лексикой, а также, как уже было отмечено, коллоквиальным синтаксисом. В образце 1 нейтральный стиль местами трансформируется в научный в силу обращения к терминологической лексике. При адаптации информационного контента к когнитивному и речевому уровню аудитории автор переключается в разговорный регистр, чтобы понизить степень информативной нагрузки сообщения, например, за счет разговорных клише и формул выражения мысли: “The snag was, the physicists and astronomers were telling them that this was impossible” (G., p. 7).

В образце 2 наблюдается несколько иная тенденция. Автор избирает в качестве основного разговорный стиль коммуникации, например: “They were *throw-away* titles, inserted so people wouldn’t think I was *stacking the deck* in the survey (курсив наш. – Ю.Г.)” (V., p. 3), – с целью когнитивного и эмоционального вовлечения читателя. Вместе с тем в тексте присутствуют книжные обороты, характерные как для художественной литературы, так и для публицистики, например: “embarked on my own, deeper journey», “until his passing at the age eighty” (V., p. 4–5). Помимо этого, изложение ведется от первого лица в целях установления психологического контакта с аудиторией и стимуляции эмоционального отклика.

В сравнении образцов 1 и 2 отмечены особенности синтаксиса: в образце 1 средняя длина предложения из выборки в 50 единиц составляет 32.34 словопотребления с самым развернутым предложением в 72 слова, тогда как в образце 2 эта величина составляет 12.38 с самым развернутым предложением в 31 слово. Данные свидетельствуют о более упрощенном синтаксисе в образце 2 наряду с тенденцией выбора более кратких формулировок, типичных для речевого регистра (при наличии баланса распределения предложений по абзацам – 11 и 10 абзацев на выделенный объем соответственно).

Интертекстуальность как одна из ведущих черт постмодернистской организации материала играет в научно-популярной литературе особую роль. В образцах 1 и 2 можно обнаружить ряд ссылок на иные работы и цитаты из них, однако если в образце 1 это преимущественно труды и рукописи ученых, то в образце 2, помимо аналогичных научно-популярных книг, упоминается 2 фильма (один художественный и один научно-популярный), гавайская техника медитации, образующая прецедентный феномен. В обоих текстах ссылки и цитаты (как прямые, так и косвенные) даются без указания *конкретных* библиографических данных, что не считается приемлемым в академическом стиле (тем не менее в обеих книгах имеются библиографические списки – в образце 1 это неполный перечень, озаглавленный *Further reading*).

В образцах 1 и 2 авторы прибегают к разного рода ликбезам и историческим экскурсам, хотя в образце 1 большинство таких указаний сопровождается

датировкой; в образце 2 выявлены единичные случаи временной детерминизации событий. Этот факт приводит к важному заключению. В образце 1 изложение теорий, исторических фактов, открытий, мнений составляет саму цель нарратива, а интертекст служит ведущим средством организации материала; в образце 2 все отсылки к прецедентным текстам и явлениям носят вторичный, вспомогательный характер и необходимы лишь для подкрепления основной мысли автора, представляющего читателю свою концепцию (местоимения *I, me, tu*, описание личного опыта формально свидетельствуют о частном характере всех заявлений) с целью убеждения в ее «объективности» и действенности.

Развивая это положение, важно отметить следующее. С точки зрения теории коммуникации основной задачей автора научно-популярного текста является информирование аудитории, тогда как у автора мотивационной литературы информирование замещается убеждением и побуждением к действию, причем в ряде случаев убеждение маскируется с виду нейтральным декларированием. Ср. примеры из образцов 1 и 2: “The radiation is produced when the central parts of the atoms of some heavy elements (their nuclei) re-arrange themselves into states with lower energy” (G., p. 9), “The Whiteboard is the source of life” (V., p. 12). Использование настоящего простого времени в предложении, не содержащем модальных слов или глаголов, наряду с включением определенного артикля создает эффект констатации факта, а с учетом лаконичности и краткости формулировки второе высказывание выглядит достаточно убедительным, чтобы «принять» его при прочтении без критического осмысления или рефлексии.

С.Н. Филюшкина, обращаясь к вопросу о документализме в постмодернистской литературе, указывает, что идеология постмодернизма строится на отрицании исторической реальности, недоверии к субъективному и тенденциозному знанию, воспроизведенному в частной трактовке автора-интерпретатора [21, с. 82]. Отсюда напрашивается логичный вывод о том, что авторы мотивационных текстов не преследуют цели популяризации знаний из области психологии личности, истории, религиоведения или какой-либо иной сферы социально освоенного опыта. В качестве основной цели эксперты по личностному саморазвитию и самопомощи рассматривают распространение собственной концепции осмысления действительности.

Заключение

Сопоставительный анализ трех образцов текстов, представляющих разные формы научного стиля, позволяет констатировать с большей уверенностью, что англоязычный мотивационный дискурс соответствует стилистике постмодернистской культуры. Формально структурированное знание оказывается продуктом интерпретационной деятельности индивидуума, в которой доказательная база – результат отбора и продуманной аранжировки фактов. Ведущая речевая стратегия здесь – вариативное сочетание художественного, публицистического и научного способов оформления речи при существенной имитации последнего, что соответствует типичной постмодернистской стилизации. Явная артикуляция авторской позиции, актуализация императивного модуса коммуникации, использование риторических приемов усиливают публицистическую доминанту мотивационного сочинения. Симулякр академического изложения

благоприятствует мифотворчеству и переходу от научной к наивной картине мира, в основе которой лежит субъективное осмысление и интерпретация фактов действительности, что отражается в выборе автором эмоционально-оценочной лексики и речевом моделировании на уровне разговорного регистра. Постмодернистский синкретизм находит свое выражение в синкретизме картин мира и их описаний, синкретичности терминов-концептов, избираемых автором для интерпретации, стилевом синкретизме. Художественность дискурса (соответствующие обороты, стилистические приемы, образная наглядность, нарративность) решает задачу популяризации транслируемой информации и вместе с ней авторских взглядов и концепций, а также усиливает коммерческую значимость распространяемого «продукта», предназначенного для массового потребления.

Источники

- G. – *Gribbin J.* Planet Earth: A Beginner's Guide. – Oxford: Oneworld Publ., 2012. – 175 p.
 S. – *Schmidt I.W.* Memory and ageing: Beliefs, performance and effects of training. – Groningen: Univ. of Groningen, 2000. – 307 p.
 V. – *Vitale J.* The Secret Prayer: The Three-Step Formula for Attracting Miracles. – Wimberley: Hypnotic Marketing, Inc., 2015. – 268 p.

Литература

1. *Gill Ann M., Whedbee K.* Rhetoric // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. – London; Thousand Oaks; New Delhi: SAGE Publ., 1998. – V. 1: Discourse as Structure and Process. – P. 157–184.
2. *Беляева Е.И.* Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1992. – 167 с.
3. *Чернявская В.Е., Молодыхенко Е.Н.* Речевое воздействие в политическом, рекламном и интернет-дискурсе. – М.: Ленанд, 2017. – 169 с.
4. *Fahnestock J.* Rhetorical Style: The Uses of Language in Persuasion. – Oxford: Oxford Univ. Press, 2013. – 449 p.
5. *Cox R.* Environmental Publication and the Public Sphere. – Thousand Oaks: SAGE Publ., 2013. – 429 p.
6. *Филиппова Е.М.* Научный миф как основа современного научно-популярного текста // Вестн. науки Сибири. – 2014. – № 4. – С. 208–212.
7. *Коломыц Д.М., Коломыц О.Г.* Мифотворчество в исторической науке: мифология в источниках и субъективизм исследований // Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. – 2016. – № 4. – С. 13–17.
8. *Ильинова Е.Ю.* Мифологема как эвристический прием интерпретации когнитивной картины мира // Studia Linguistica: Сб. науч. тр. – СПб.: Политехника-сервис, 2012. – Вып. XXI: Антропоцентрическая лингвистика: проблемы и решения. – С. 184–194.
9. *Радбиль Т.Б.* Основы изучения языкового менталитета. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 328 с.
10. *Watzlawick P., Bavelas J.B., Jackson D.D.* Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. – N.Y.: Norton & Company, 2011. – 284 p.
11. *Van Dijk T.A.* Discourse and manipulation // Discourse & Society. – V. 17, No. 3. – 2006. – P. 359–383. – doi: 10.1177/0957926506060250.

12. *Панченко Н.Н.* Вариативность достоверности в научном дискурсе // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: Межвуз. сб. науч. тр. – Орел: Орлов. гос. ин-т искусств и культуры, 2014. – Вып. 12. – С. 151–157.
13. *Ксенчук Е.В.* Системное мышление. Границы ментальных моделей и системное видение мира. – М.: Дело: РАНХиГС, 2011. – 368 с.
14. *Сиднева Т.Б.* Эстетика постмодернизма. – Н. Новгород: Изд-во Нижегород. консерват., 2012. – 79 с.
15. *Садыкова М.А.* Мифологическая составляющая понятий «картина мира» и «модель мира» // Вестн. Башкир. ун-та. – 2007. – Т. 12, № 3. – С. 72–73.
16. *Biber D., Johansson S., Leech G.* Longman Grammar of Spoken and Written English. – Harlow; Essex: Pearson Education Ltd, 1999. – 1204 p.
17. *Frazer B.* Types of English discourse markers // Acta Linguistica Hungarica. – 1988. – V. 38, No 1–4. – P. 19–33.
18. *Кожина М.Н.* Стилистика русского языка. – М.: Флинта: Наука, 2014. – 464 с.
19. *Верхотурова Т.Л.* Динамика взаимодействия обыденной и научной картины мира // Studia linguistica cognitiva.: Межвуз. сб. науч. тр. – М.: Флинта: Наука, 2013. – Вып. 3: Когнитивная динамика в языковых взаимодействиях. – С. 98–114.
20. *Гилясев Ю.В.* Прагматика англоязычного мотивационного дискурса // Учен. зап. Петрозавод. гос. ун-та. – 2017. – № 5. – С. 70–76.
21. *Филлюшкина С.Н.* Документализм и его имитация в творчестве английских постмодернистов // Вестн. Воронеж. гос. ун-та. Сер. Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 82–85.

Поступила в редакцию
22.03.18

Гилясев Юрий Владимирович, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии

Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина
Петербургское шоссе, д. 10, Пушкин, г. Санкт-Петербург, 196605, Россия
E-mail: sweatled@front.ru

ISSN 2541-7738 (Print)
ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2018, vol. 160, no. 5, pp. 1097–1108

English Motivational Discourse in the Light of Postmodernist Tradition

Yu. V. Gilyasev

Pushkin Leningrad State University, St. Petersburg, 196605 Russia
E-mail: sweatled@front.ru

Received March 22, 2018

Abstract

The paper provides the description of particular aspects of the English motivational discourse in the light of wide-spread postmodernist aesthetics. It is aimed at explicating postmodernist mode in the motivational literature in English.

The comparative analysis is based on the observation of 3 excerpts containing 3500 words in volume and each belonging to a popular science edition, a motivational paper, and a scientific report in the field of psychology. The methodological framework involves general scientific methods of analysis, synthesis, and generalization, methods of optional sampling and scoring, as well as discourse analysis based on the function and onomastic approach, contextual analysis, and comparative interpretation.

The description has been performed by distinction of typological traits attributed to the postmodernist style of reality representation and finding these traits in the selected sample of the motivational paper. The mythological character of postmodernist vision is often named as its fundamental feature considered through logic and cognitive perspective. That is proven true by a larger portion of emotive vocabulary found in the analyzed excerpt in comparison with the two other samples. The narrative strategy together with story-telling as a primary means of communication, first-person statements, the focus on the personal experience and the verbalization of the addresser's emotional reaction testify to the prevailing irrational and natural logic in his forming the world view for the reader.

Language game, intertextuality, pastiche, and style syncretism are often distinguished as typological traits attributed to the postmodernist way of reality representation on the level of discourse. The findings give evidence to a moderate variation of the language forms in the analyzed sample of the motivational paper in terms of meaning and its speech representation. This language manipulation in the work took the shape of the author's coinage, contact and rhythmical collocation of some sentences and their parts. Style syncretism is observed through co-occurrence of publicist, fictional as well as popular science style of presentment in the text. The obvious author's biased approach to the issue marks the publicistic nature of the discourse. Intertextuality, traditionally associated with reference to precedent texts and phenomena, acquires in the motivational literature new pragmatics: all citation and referencing are involved only to enforce the author's stand and used as means of manipulative communication as they are selected intentionally and subjectively.

Keywords: motivational discourse, postmodernist, mythologization, intertextuality, coaching, text pragmatics, pastiche, syncretism, persuasion

References

1. Gill A.M., Whedbee K. Rhetoric. In: *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Vol. 1: Discourse as Structure and Process. London, Thousand Oaks, New Delhi, SAGE Publ., 1998, pp. 157–184.
2. Belyaeva E.I. *Grammatika i pragmatika pobuzhdeniya: angliiskii yazyk* [Grammar and Pragmatics of Motivation: English Language]. Voronezh, Izd. Voronezh. Univ., 1992. 167 p. (In Russian)
3. Chernyavskaya V.E., Molodychenko E.N. *Rechevoe vozdeistvie v politicheskom, reklamnom i internet-diskurse* [Speech Impact in Political, Advertising, and Internet Discourse]. Moscow, Lenand, 2017. 169 p. (In Russian)
4. Fahnestock J. *Rhetorical Style: The Uses of Language in Persuasion*. Oxford, Oxford Univ. Press, 2013. 449 p.
5. Cox R. *Environmental Publication and the Public Sphere*. Thousand Oaks, SAGE Publ., 2013. 429 p.
6. Filippova E.M. Scientific myth as the basis of modern popular science text. *Vestnik Nauki Sibiri*, 2014, no. 4, pp. 208–212. (In Russian)
7. Kolomyts D.M., Kolomyts O.G. Myth making in historical science: Mythology in the sources and subjectivity of research. *Vestnik Kazanskogo Gosudarstvennogo Universiteta Kul'tury i Iskusstv*, 2016, no. 4, pp. 13–17. (In Russian)
8. Il'inova E.Yu. Mythologema as a heuristic device for interpreting the cognitive vision of the world. In: *Studia Linguistica*. St. Petersburg, Politehnika-Servis, 2012, no. XXI, pp. 184–194. (In Russian)
9. Radbil' T.B. *Osnovy izucheniya yazykovogo mentaliteta* [Fundamentals of the Study of Linguistic Mentality]. Moscow, Flinta, Nauka, 2010. 328 p. (In Russian)
10. Watzlawick P., Bavelas J.B., Jackson D.D. *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*. New York, Norton & Company, 2011. 284 p.
11. Van Dijk T.A. Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 2006, vol. 17, no. 3, pp. 359–383. doi: 10.1177/0957926506060250.
12. Panchenko N.N. Variations of authenticity in the scientific discourse. In: *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom diskurse* [Genres and Types of Text in Scientific and Media Discourses]. Orel, Orlov. Gos. Inst. Iskusstv Kul't, 2014, no. 12, pp. 151–157. (In Russian)

13. Ksenchuk E.V. *Sistemnoe myshlenie. Granitsy mental'nykh modelei i sistemnoe videnie mira* [Systemic Thinking. The Boundaries of Mental Models and Systemic Vision of the World]. Moscow, Delo, RANKhiGS, 2011. 368 p. (In Russian)
14. Sidneva T.B. *Estetika postmodernizma* [Aesthetics of Postmodernism]. Nizhny Novgorod, Izd. Nizhegorod. Konservat., 2012. 79 p. (In Russian)
15. Sadykova M.A. Mythological component of the World Pattern and the World Model concepts. *Vestnik Bashkirskogo Universiteta*, 2007, vol. 12, no. 3, pp. 72–73. (In Russian)
16. Biber D., Johansson S., Leech G. *Longman Grammar of Spoken and Written English*. Harlow, Essex, Pearson Education Ltd, 1999. 1204 p.
17. Frazer B. Types of English discourse markers. *Acta Linguistica Hungarica*, 1988, vol. 38, nos. 1–4, pp. 19–33.
18. Kozhina M.N. *Stilistika Russkogo yazyka* [Russian Language Stylistics]. Moscow, Flinta, Nauka, 2014. 464 p. (In Russian)
19. Verkhoturova T.L. The dynamics of the interaction between the common and scientific worldviews. In: *Studia Linguistica Cognitiva*. Moscow, Flinta, Nauka, 2013, no. 3, pp. 98–114. (In Russian)
20. Gilyasev Yu.V. Pragmatism of the English motivational discourse. *Uchenye Zapiski Petrozavodskogo Gosudarstvennogo Universiteta*, 2017, no. 5, pp. 70–76. (In Russian)
21. Filyushkina S.N. Documentary style and its imitation in the works of English postmodernists. *Vestnik Voronezhskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya Filologiya. Zhurnalistika*, 2013, no. 2, pp. 82–85. (In Russian)

Для цитирования: Гилясев Ю.В. Англоязычная мотивационная литература в контексте постмодернистской традиции // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2018. – Т. 160, кн. 5. – С. 1097–1108.

For citation: Gilyasev Yu.V. English motivational discourse in the light of postmodernist tradition. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2018, vol. 160, no. 5, pp. 1097–1108. (In Russian)