

Композиция и стилистические особенности мотивационной литературы как инструмент воздействия на читателя

Байкалова Любовь Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

E-mail: kudripletka@yandex.ru

Согласно многочисленным рейтингам, в XXI веке и в России, и за рубежом неуклонно растёт популярность произведений мотивационной литературы. Так, например, согласно «Всероссийскому книжному рейтингу» [3] в 2020 и 2021 гг. доля литературы по саморазвитию составляла 50% от общего числа самых востребованных книг.

Возникшее в США в XVII веке и ставшее всемирно популярным в XX веке направление мотивационной литературы (т.н. self-help books) ежегодно пополняется всё новыми произведениями. Несмотря на большое количество возможных тем, книги неизбежно повторяют друг друга в той или иной степени. Тем не менее, они остаются востребованными, т.к. авторы используют определенные приемы, привлекающие внимание читателей. Цель данного доклада - выявить и описать жанровые особенности литературы по саморазвитию и охарактеризовать их влияние на читателя.

В качестве источников были рассмотрены 25 наиболее популярных в России книг по саморазвитию за 2020-2022 гг. согласно Всероссийскому книжному рейтингу. В данной работе рассмотрены особенности заголовков, композиции и стиля отечественной и переводной мотивационной литературы.

Говоря о жанровых особенностях мотивационной литературы, стоит в первую очередь отметить названия книг. По мнению кандидата филологических наук Г.Ю. Гришечкиной, заголовки в научно-популярных произведениях подбираются автором особым образом для «завоевания внимания потенциального читателя» [1]. То же можно сказать и о заголовках в произведениях мотивационной литературы. В подавляющем большинстве случаев названия книг по саморазвитию состоят из двух частей. Первая часть, как правило, короткая и привлекающая внимание покупателя, а вторая часть обычно представляет собой небольшое пояснение о содержании книги. Например, «Магия утра. Как первый час дня определяет ваш успех».

Одна из самых частотных формулировок заголовка строится по модели «как + инфинитив». Было обнаружено, что эта формула используется в 10-ти из 25-ти названий исследуемых произведений. Очевидно, эта модель пользуется спросом, поскольку сразу раскрывает тематику книги и подчеркивает практическую значимость произведения. С той же целью в заголовках используются такие слова, как «техники», «навыки», «правила», «инструменты» и т.д.

Ещё одна характерная черта заголовков и языка мотивационной литературы в целом - диалогизация, предполагающая, в числе прочего, обращение к читателю. В рамках этой тенденции авторы используют в названиях повелительное наклонение, реже - личные или притяжательные местоимения. Благодаря этому приему, имитирующему межличностное общение, автор имеет возможность завоевать доверие читателя и облегчить восприятие материала.

С точки зрения построения текста, неотъемлемой частью мотивационных книг является рассказ автора о себе. Он может принимать разные формы и размеры, располагаться в начале или быть интегрированным в сам текст, но преследует одну из двух целей:

1) Вызвать доверие читателя, доказав свою компетентность и экспертность. В таком случае автор описывает свой профессиональный опыт, свою успешность в различных сферах жизни, приводит отзывы других людей о своей работе и о конкретной книге. Зачастую в таких текстах присутствует самореклама. Этот формат был выявлен в 14-ти из 25-ти книг.

2) Убедить читателя в том, что описанные в книге методы действительно работают, поскольку они сработали на личном опыте автора. Писатели описывают свою жизнь до и после осознания той информации, которая содержится в книге, и призывают читателя последовать их примеру по принципу «я смог, ты тоже сможешь». Эта цель прослеживается в 8-ми рассматриваемых книгах.

Важной особенностью также является деление на главы и параграфы, что упрощает восприятие текста. В большинстве анализируемых книг каждый параграф имеет своё название, отражающее конкретную проблему или технику, благодаря чему читатель может ознакомиться с кратким содержанием, лишь прочитав оглавление.

Для упрощения восприятия сложных текстов многие авторы подводят итог после каждой главы, выделяют главные мысли особыми шрифтовыми начертаниями, подкрепляют идеи практической частью и т.д.

Стилистические особенности мотивационных текстов также призваны воздействовать на читателя. Безусловно, стиль определяется теми задачами, которые ставит перед собой текст. Литература по саморазвитию так или иначе является научно-популярной, поскольку связана либо с психологией, либо с экономикой, либо с другими науками, данные которых преподносятся в упрощенной форме. Поэтому, с одной стороны, мотивационная литература относится к научно-популярному стилю. С другой стороны, исходя из названия, она должна мотивировать читателя, убеждать и побуждать, что является целью публицистического стиля. Тем не менее, многие авторы объясняют свои идеи при помощи метафор, сравнений и других средств художественной выразительности или даже строят повествование в форме художественного текста, что, очевидно, присуще художественному стилю. И, как уже было упомянуто выше, диалогизация, а также разговорная лексика, юмор, построение предложений, свойственное устной речи позволяют обнаружить в литературе по саморазвитию черты разговорного стиля [2]. Безусловно, в разных книгах эти стили сосуществуют в разных пропорциях. Тем не менее, почти все проанализированные произведения представляют собой синтез этих четырех жанров.

Итак, в ходе исследования были выявлены определенные особенности заголовков, структурирования и построения текста и стилистики мотивационной литературы, влияющие на восприятие книги читателем. Эти особенности позволяют заинтересовать читателя, привлечь внимание к практической пользе книги и вызвать доверие к автору.

Источники и литература

- 1) Гришечкина Г. Ю. Аспекты риторики научно-популярного лингвистического текста // *Личность. Культура. Общество.* – 2008. – Т. 10. – №. 5-6. – С. 446-452.
- 2) Шелестюк Е. В. Стилистические и жанровые особенности текстов популярной психологии // *Вестник Челябинского государственного университета.* – 2008. – №. 12. – С. 168-176.
- 3) Всероссийский книжный рейтинг // Российский книжный союз [Электронный ресурс] URL: https://bookunion.ru/news/vserossiyskiy_knizhnyy_reyting/?sphrase_id=20572