

УДК 811.111'276.2:808.51

DOI <https://doi.org/10.24919/2663-6042.13.2020.214395>

ЗАСОБИ МОВЛЕННЄВОГО ВПЛИВУ В АНГЛОМОВНИХ МОТИВАЦІЙНИХ ПРОМОВАХ НІКА ВУЙЧИЧА

Юшак В. М., Міщук І. М.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У пропонованій статті обґрунтовано актуальність дослідження коучингу як одного із видів віртуального аргументативного дискурсу. Розглянуто функції, переваги, цілі Інтернет-дискурсу. Вивчено види коучингу, серед яких виокремлено: лайф-коучинг, або мотиваційний коучинг, бізнес-коучинг, кар'єрний, адміністративний, спортивний. Схарактеризовано особливості коучингового процесу та простежено етапи коучингу.

Висвітлено роль прагматичного аспекту мотиваційного дискурсу. Аналіз фактичного матеріалу засвідчив, що одним з найважливіших факторів ефективного та успішного публічного виступу є особлива вербальна організація промови, основне завдання якої – здійснити вплив на аудиторію. Виявлено, що англomовний мотиваційний дискурс базується на мовленнєвому впливі на реципієнтів, апелюючи до емоційно-образного складника психіки людей. З'ясовано, що завданням коучингу є стимуляція та виявлення унікальності слухача, а також взаємна співпраця коуча та клієнта.

У дослідженні проаналізовано синтаксичні, лексичні та стилістичні особливості у промовах англomовного мотиваційного тренера Ніка Вуйчи́ча. Розгляд корпусу мотиваційних промов дав змогу виявити найпродуктивніші лінгвістичні прийоми, якими послуговується мотиваційний спікер. Визначено, що серед засобів стилістики такими виявилися метафора, гіпербола, градація, оксюморон, літота, полісиндетон; серед лексичних – займенники, звертання, рефрен; а з-поміж засобів синтаксису – риторичні запитання, спонукальні речення, еліптичні речення, сегментовані синтаксичні конструкції.

Помічено, що використання займенників **you**, **your** в мотиваційних промовах Ніка Вуйчи́ча – засіб апеляції до свідомості слухачів. Вони створюють атмосферу особистої участі.

З'ясовано, що метою використання атрибутивних компонентів із позитивним оцінним значенням стає бажання мотиваційного тренера викликати позитивні емоції в аудиторії.

Визначено, що за допомогою проаналізованих мовленнєвих засобів впливу у мотиваційних промовах коуча реалізується прагматичне значення мотивації, яке і становить основну конституційну ознаку мотиваційного типу промови.

Ключові слова: коучинг, віртуальний аргументативний дискурс, бізнес-коуч, мотиваційна промова, вплив.

Yushak V. M. Linguistic means of expressing persuasive impact in Nick Vujicic's motivational speeches. In the article, the significance of the study of coaching as one of the types of virtual argumentative discourse is outlined. The functions, advantages, purposes of the Internet discourse are considered. The types of coaching have been studied, among which are life coaching or motivational coaching, business coaching, career, administrative, sports coaching. The peculiarities of the coaching process are characterized and the stages of coaching are singled out.

The role of the pragmatic aspect of motivational discourse is highlighted. The analysis of the factual material showed that one of the most important factors of effective and successful public speaking is a special verbal organization of speech, the main task of which is to influence the audience. It was found that the English motivational discourse is based on the persuasive impact on the recipients, appealing to the emotional and figurative component of the human psyche. It is stated that the task of coaching is to stimulate and identify the uniqueness of a recipient, as well as cooperation between a coach and a client.

The author analyzes syntactic, lexical, and stylistic features in the speeches of the English motivational coach Nick Vujicic. The analysis of the corpus of motivational speeches made it possible to identify the most productive linguistic devices used by the motivational coach. The most productive stylistic means are metaphor, hyperbole, gradation, oxymoron, litotes, polysyndeton, lexical – pronouns, appeals, refrain, and syntactical – rhetorical questions, encagements, elliptical sentences, segmented syntactic constructions.

*It is stressed that the use of the pronouns **you**, **your** in Nick Vujicic's motivational speeches is a means of appealing to the listeners' consciousness. They create an atmosphere of personal participation.*

The research reveals that the purpose of using attributive components with a positive attitudinal meaning is the desire of the motivational trainer to evoke positive emotions from the audience.

It is pointed out that the analyzed speech means of influence in the motivational speeches of the coach help to realize the pragmatic value of motivation, which is the main constitutional feature of the motivational type of speech.

Key words: coaching, virtual argumentative discourse, business coach, motivational speech, persuasive impact.

Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду. У сучасному світі вміння виступати перед аудиторією і триматися на публіці є одним з критеріїв успішної людини. Успіх публічного виступу залежить від значної кількості факторів: осо-

бистості і досвіду оратора, цільової аудиторії, зовнішніх обставин. Саме вміння побудова і вербальне наповнення промови зумовлюють успіх виступу, оскільки переконати аудиторію й передати свій настрій повною мірою оратор може саме словесно.

Відомого англomовного мотиваційного спікера, коуча Ніка Вуйчича вважають носієм елітарної мовної культури, що яскраво засвідчує вивчений нами мовний матеріал. Він не тільки переконливо й вільно проводить свої виступи, а й чітко усвідомлює специфіку вибору тих чи тих мовних одиниць, при цьому дотримуючись усіх етичних норм і демонструючи співчуття та повагу до своїх слухачів.

Актуальність пропонованої праці зумовлена насамперед цікавістю суспільства до постаті відомого коуча Ніка Вуйчича, а також до вивчення вербальної організації мотиваційних виступів та лексичних, синтаксичних і стилістичних засобів мовленнєвого впливу на слухачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Коучинг як нова технологія співпраці з людьми та впливу на них є одним із видів віртуального аргументативного дискурсу. Мережевий аргументативний дискурс привертає увагу лінгвістів в аспекті дослідження стратегій мовленнєвого впливу у промовах бізнес-коучів [3], прагматики англomовного мотиваційного дискурсу [1], мережевого бізнес-дискурсу [2; 4–8]. Попри значну кількість праць, присвячених дослідженню аргументативного віртуального дискурсу, тексти мотиваційних промов є недостатньо вивченими на предмет їх вербальної організації.

Формулювання мети і завдань статті. Мета статті – виявити та проаналізувати синтаксичні, лексичні та стилістичні особливості промов англomовного мотиваційного тренера Ніка Вуйчича. Досягнення поставленої мети вимагає розв’язання таких завдань: з’ясувати значення поняття «коучинг»; виявити особливості коучингового процесу; проаналізувати синтаксичні, лексичні та стилістичні особливості промов англomовного коуча Ніка Вуйчича.

Матеріалом дослідження послуговували понад 50 англomовних відеофрагментів, опублікованих у соціальній мережі Facebook та отриманих способом суцільного добору з персональної сторінки англomовного мотиваційного коуча Ніка Вуйчича.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кіберпростір як нове комунікативне середовище не могло не опинитися в центрі уваги дискурсивних досліджень, і текст, занурений в ситуацію спілкування у кіберпросторі, постав як новий, такий, що не існував раніше, так званий комп’ютерний/електронний/мережевий/віртуальний, або інтернет-дискурс. Серед функцій віртуального дискурсу виокремлюємо: організаційну, пошукову, позиціонувальну, пояснювальну, оцінну, допоміжну, дискредитувальну тощо. Цінностями віртуального дискурсу є анонімність, демократичність, необмежена доступність отримання інформації та налагодження контактів, швидкість отримання інформації, відсутність просторових меж, розмивання відстаней, свобода самовираження. Учасники віртуального дискурсу – користувачі розважальних, інформаційних та інших ресурсів, наданих мережею Інтернет. Основними цілями віртуального дискурсу є реалізація оперативного рішення актуальних питань, пошук необхідної інформації, різноманітність дозвілля.

Як уже зазначалось, одним із видів віртуального аргументативного дискурсу є коучинг. Існують

різні види коучингу: лайф-коучинг, або мотиваційний коучинг, бізнес-коучинг, кар’єрний, спортивний, адміністративний коучинг. Однак межі між цими видами є дуже тонкими, адже використовуються ті самі вміння, тільки в різних сферах. Найважливіша риса коучингу – методика формування необхідних навичок. Коучинг – це співпраця, а не процес навчання. Цей підхід повинен допомогти в розвитку особистих навичок, а не забезпечити знання. Окрім того, аби мотивувати та розкривати унікальність клієнтів, коуч повинен передусім вірити у власні сили, а також бути ерудованим, вміти аналізувати отриману інформацію, мати щире бажання допомагати іншим, бути стресостійким, відповідальним та спостережливим. Основне завдання коучингу – не навчити чого-небудь, а стимулювати до самонавчання, щоб у процесі діяльності людина змогла сама знаходити і отримувати необхідні знання.

Коучинг, як і інші види навчання, також має певну послідовність етапів: 1) постановка мети; 2) аналіз реальності; 3) вибудовування шляхів досягнення мети; 4) безпосереднє досягнення мети.

Коучинг стрімко розвивається, що зумовило появу великої кількості коуч-тренерів, мотиваційних лідерів, які надають свої послуги як у формі вебінарів, так і живих виступів перед публікою. Коучинг охоплює найрізноманітнішу проблематику. Основним завданням коуч-тренера є мотивування та виявлення унікальності особи клієнта без надання безпосередніх порад чи конкретних вказівок до дій. Саме в цьому полягає винятковість методів мовленнєвого впливу на реципієнта. Продуктом коучингу є певним чином структурований текст (промова), який існує переважно у відеоформаті, має комунікативно-прагматичну спрямованість і виконує функцію інформування та впливу. Проаналізуємо мовленнєві особливості промов відомого англomовного мотиваційного спікера Ніка Вуйчича.

Нагальним завданням оратора на початку публічного виступу є встановити контакт з глядачем і повернути його увагу. Відповідно в зачині виділяються компоненти, спрямовані на реалізацію цих завдань. Таку роль можуть виконувати привітання, інформування про стан публіки, посилення на свій стан, як це робить Нік Вуйчич у промові “Never Give Up by Nick Vujicic”, відразу ж використовуючи не стандартні слова-привітання *hello, hi, good afternoon* чи будь-які інші, а слова подяки за зустріч: “*Thank you. Thank you. I am coming!*” (1).

Окрім того, він використовує синтаксичну стратегію мовленнєвого впливу у формі риторичного запитання: “*Ready? Hey, is that cool?*” (1). Зразки риторичних запитань спостерігаємо і далі, наприклад: “*You know what I mean?*”, “*I wish I had arms and legs, I wish I could do this but what can I do?*”, “*And the first question was really who am I?*”, “*Who am I? I’m Nick Vujicic but who is that?*”, “*Why?*”, “*Why do we even go there?*” (1).

Інколи коуч вдається до цитування: “*Hey, you fat, you fat, you fat – you lose some weight*”, “*Nick, you look too weird, and no one wants to be your friend and you can’t do this and you can’t do that*”, “*Can you make me some arms and legs?*” (1) та уточнювальних запитань:

"You know what I mean?", "Does that fear paralyze you?", "And I just want to ask you today, do you think you have hope?", "Does that make sense?", "Are you going to finish strong?", "I want to ask you what are you going to believe?", "Are you going to believe in yourself?", "So are you guys ready?" (1).

Нік Вуйчич у своїх мотиваційних промовах використовує спонукальні речення, які є співзвучними із темою самої промови: "Never, ever give up" та сегментовані синтаксичні конструкції: "But I have no arms and no legs. Seriously" (1).

Досліджуючи лексичні особливості промов Ніка Вуйчича, ми виявили постійне використання займенників першої та другої особи. Їх застосування сприяє встановленню довіри між коучем та аудиторією. Прикладами таких займенників є вживання слів *you* та *your*: "See, the thing is, when you're in school, and when you're growing up in life, it actually sort of matters to people how you look. And then it matters to you because it matters to others", "That we're not good enough, and, you know, we have to change ourselves, "There are some things in life that are of your control, that you can't change, and you've got to live with", "And just the fact that you're here should persuade you that you have another chance to get back up. There's still hope. I'm not here today to tell you that I understand your pain. I don't know how it feels to be abused" (1).

Окрім займенників, у промові зафіксовано й інші приклади звертання до аудиторії: "And it was so hard, man, I thought to myself. I can't go on the soccer field like everybody else and I can't ride my bike and I can't skate board and all these sort of things". "How you guys doing? Good, good good good good. Well guys, I was born this way, and there's no medical reason why that happened" (1).

Під час дослідження стилістичного аспекту мотиваційних промов зафіксоване помітне використання оцінних епітетів: "Hey, is that cool? Awesome", "So many people tease each other, you know, you're too short, you're too tall, you look whatever, different hair and all that, it doesn't matter", "Beautiful, beautiful", "It's amazing", "Because it's the cool thing to do" (1). Загалом авторська оцінка характерна для коучингу, оскільки спікер висловлює свою суб'єктивну думку з якоюсь питанню. Не винятком є й промова Ніка Вуйчича, у яких часто оцінка проявляється експліцитно.

Характерним для Ніка Вуйчича є використання гумору, пов'язаного з його тілом, так званої самоіронії. Цей прийом знімає бар'єри і незручності у глядачів, створюючи атмосферу спокою та рівноправності. Таким чином, вони не вважають його людиною, позбавленою чогось, а ставляться до нього як до здорової людини: "You see I have a choice. And that's what I want to talk about today: Choices. I can either be angry for not having arms and legs or be thankful for my chicken drumstick. You see, I can still do a lot of things at home..." (1).

Зафіксовано також використання градації: "But if I fail, I try again and again and then again, for as long as I try, there's always that chance of getting up", "And then you compare each other with how we look and I wish I was smarter, I wish I was taller, I wish

I was shorter, I wish I was more popular, I wish I did this, I wish I didn't have that", "One, two, I'm joking, man, are you serious?" (1). Усі градації в аналізованих промовах є висхідними, що означає, що наростання інтенсивності ознаки відбувається поступово від початку до кінця фрази.

У промові "Love Yourself a Bit More, Love Each Other a Lot More by Nick Vujicic" Нік Вуйчич не витрачає багато часу на встановлення контакту з глядачами на початку, а відразу після привітання розповідає про свою ситуацію, щоб глядачі не були зайняті здогадками, а слухали важливішу інформацію, яку хоче донести до них спікер. Звернення *guys* скорочує дистанцію між спікером і аудиторією: "Well guys, I was born this way, and there's no medical reason why that happened. My brother and my sister were born with arms and legs" (1).

У наведеній далі цитаті слово *things* – це слово-узагальнення, яким мотиваційний тренер позначає різні, часто складні, події в житті. Таким чином, автор говорить не тільки про себе, але й про життєві ситуації загалом: "And sometimes in life, things happen that don't make sense. My doctors never thought that I'd be able to walk, and today, I'm walking. I'm from Australia, anybody want to one day go to Australia? It's such a cool place. And I now live in LA; I'm a Southern California boy. So I only live about four hours from here" (1). Висловлювання "I'm a Southern California boy" і повідомлення про свою відносну географічну близькість зближують Ніка Вуйчича з американськими глядачами. Обмежувальна частка "only" підсилює ефект інтимізації і наголошує, що віддаль зовсім не велика.

Як і в попередньому виступі, використано звертання до аудиторії, що слугує ще й літоотою в реченні: "And today I'm going to tell you, man – I love freaking people out" (1), адже слово *man* узагальнює багатотисячну аудиторію.

Незважаючи на те, що початок цього коуч-виступу не є позитивним, проте деякі риси гумору та самоіронії наявні: "There were twelve people one day teased me. Taking me away from my hope. 12, 11, 10, 9, 8, 7, 6, 5, 4, 3, 2, 1. Don't worry, I won't fall off, because if I did, I'd break my arm", "One day I'm in a car, I'm in the front seat – I'm not driving of course. Can you imagine if I'm driving a car? They reckon they can put a joystick – that thing that controls my wheelchair – we can put that in a car. Like how fully sick is that? Imagine if I get pulled over by the cops? Can I have your driver's license please? Yeah, but, it's over there; you're going to have to get it. Imagine if I'm in big trouble! Put your hands up! Uhhhh... Get out of your car! Uhhhhh..." (1). Гумор та іронія як домінуювальні засоби створення комічного в мотиваційних промовах об'єктивує прагнення мовця розважити свою публіку.

Для глибокої передачі емоцій публіці Нік використовує метод повторення, який створює для глядача ілюзію присутності у конкретній ситуації: "So I'm in the front passenger's seat, we're at the traffic lights, and this car comes up next to us and this girl's looking at me. And I'm looking at her, she's looking at me, I'm looking at her, she's looking at me, I'm looking

at her. All she sees is my head, right? She has no idea that I have no arms and no legs. So I'm thinking, cool. I'm going to freak you out" (1).

З метою запевнити аудиторію у правдивості своїх слів коуч використовує гіперболу: *"And she's looking at me like "why are you eating your seatbelt?", "I could pick on you, you biggest bullies"* (1). Деякі гіперболи містять числівники на позначення дуже великої кількості: *"Now she's looking at me, full 100% attention and focus"* (1).

У цій промові автора зафіксовано наявність рефрену: *"How you guys doing? Good, good good good good", "Try this, try that, try this, try that, and I'm thinking sometimes, like, Mom and Dad, you're crazy, I have no arms and no legs"* (1).

Варто також зазначити, що нерідко Нік Вуйчич вдається не лише до психологічних методів впливу, але й апелює до релігійної тематики, згадуючи Ісуса Христа чи Біблію: *"You see this book up here? This is my favorite book in the whole wide world. This is my favorite book, the bible. And here I am – and here I am, and for me, that's my full potential in all that I can be here on earth"* (1).

Використовуючи у промові спонукальні речення, оратор мотивує аудиторію до певної дії: *"Find positive things in your own life", "Stop it, I forgive you, but please stop it. That's tough", "I want you to know the three things that I needed to come to in my life is the truth of my values, the truth of my purpose, and the truth of my destiny. I want you to know something. I want to ask you today, do you think I'm cool enough to be your friend?"* (1).

Образні порівняльні конструкції апелюють до органів чуття та створюють образність мови за допомогою пробудження уяви: *"Have you seen the pictures of the sequoia reds up here in California? These huge trees. Like some of the trunks could be nearly as big as this room. I've seen those photos where they've actually dug out a tunnel in a trunk of a tree – you can drive a full-size SUV right through it. That all started with a little seed", "And then my parents; they just loved me like crazy..."* (1).

Серед інших синтаксичних особливостей ми виявили використання сегментованих синтаксичних конструкцій: *"This wheelchair. This thing's so tough";* еліптичних речень: *"I just did this. And her face, man. She was like – she nearly ran the red light, man"* (1), метою яких є фокусація уваги реципієнтів на певній інформації.

Стилістичний аналіз фактичного матеріалу засвідчив використання оксюморона у промовах Ніка Вуйчича: *"But twelve people teased me one day. And I can put a pretty brave face on but cry on the inside. For real. Oh, it doesn't hurt! Yeah, it hurts. There was this one bully, I became his target for three weeks. And every time I'd go by him – I was 13, he was 17. I was in my chair"*(1); *"Love yourself a bit more, love each other a lot more"* (1).

У мотиваційних промовах поширеним засобом увиразнення слугує метафора. Метафоричні

висловлювання – експресивні повідомлення про актуальні теми, вони володіють високим рівнем інформативності. Ці стилістичні засоби створюють яскраві образи, що сприяє їх швидкому сприйняттю і запам'ятовуванню реципієнтами: *"If you leave a seed of lies in your heart and in your mind, and you don't know the truth?", "And you start losing yourself and you start putting your security in temporary thing", "...If you want to see more love in your school, be love...", "I want you to imagine my face looking at you. Because I'm telling you, everyone you're teasing is my brother and my sister. And you're my brother, and you're my sister. And I'm asking you to stop"* (1).

Наступний приклад є ілюстрацією полісиндетона: *"You are in this storm and you are down on your knees and you're cold and you're weak and you feel like this is the end"* ("Life Without Limbs Nick Vujicic") (1). Використання пауз після сполучника "and" додають фразі значущості. За допомогою зазначеного стилістичного прийому підвищується експресивність промови.

Для виступів Ніка Вуйчича характерним є високий рівень інтенсивності. Для прикладу, його промова "Overcoming Hopelessness by Nick Vujicic" рясніє риторичними питаннями, більшою мірою філософського змісту: *"Why are we here?", "You know what I'm talking about?", "We're all looking for hope, aren't we?", "What are you looking for?"* (1); досить часто автор використовує повтори: *"I know there are a billion people going hungry today, I know that this year a million people will commit suicides (it's one every 40 seconds), I know that today there are 120 millions slaves"* (1). Використання повтору також сприяє появі ритму, адже ритмічне висловлювання краще і легше сприймається глядачами.

Багатство синтаксичних, лексичних та стилістичних засобів об'єктивоване особливою атмосферою виголошення промов, прагненням мовця експлікувати свої емоції, привернути увагу аудиторії до найбільш значущих елементів промови, залучити образно-асоціативні зв'язки, ритмізувати своє мовлення тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Дослідження мотиваційних промов англomовного коуча Ніка Вуйчича продемонструвало наявність синтаксичних, лексичних та стилістичних засобів впливу на аудиторію. З урахуванням структурних особливостей промов тренера виділено риторичні запитання, спонукальні речення, еліптичні речення, сегментовані синтаксичні конструкції. До важливих лексичних засобів належать займенники, звертання, рефрен, до стилістичних – метафора, гіпербола, градація, оксюморон, літота, протиставлення, полісиндетон. Перспектива подальших досліджень полягає у виявленні нових лінгвістичних засобів у промовах коучів, зокрема у вивченні концептуальних метафор, а також у порівняльному лінгвістичному аналізі виступів різних тренерів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гилясев Ю. В. Прагматика англomовного мотиваційного дискурсу. *Ученые записки Петрозаводского государственного университета*. 2017. № 5 (166). С. 70–76.

2. Данюшина Ю. В. Многоуровневый анализ англоязычного сетевого бизнес-дискурса : автореф. дисс. на соиск. учёной степени д-ра филол. наук : 10.02.04. Москва : Ин-т языкознания РАН, 2011. 45 с.
3. Крутько Т. В. Стратегії мовленнєвого впливу у промовах бізнес-коучів (на матеріалі персональних сторінок соціальної мережі Facebook). *Лінгвістика XXI століття : нові дослідження і перспективи* : зб. наук. праць НАН України. Київ : Центр наукових досліджень і викладання іноземних мов, 2017. С. 106–112.
4. Науменко Л. П. Сучасний англомовний бізнес-дискурс: комунікативно-прагматичне та лінгвоконцептуальне моделювання : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2017. 515 с.
5. Науменко Л. П. Функціонально-прагматична характеристика англомовного бізнес-дискурсу в інтернет-просторі. *Теоретична і дидактична філологія : Сер. «Філологія. Педагогіка»* : зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, Кременчук : Видавець П. П. Щербатих, 2017. Вип. 25. С. 290–299.
6. Потапова А. В. Англоязычный бизнес-дискурс как самостоятельный тип дискурса. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. № 10 (123). 2017. С. 98–100.
7. Graf E.-M. *The Pragmatics of Executive Coaching*. John Benjamins Publishing Company, 2019. 320 p.
8. Ribbers A., Waringa A. *E-coaching: Theory and Practice for a new Online Approach to Coaching*. Routledge, New York, 2015. 184 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

<https://www.facebook.com/NickVujicic/>

REFERENCES

1. Gilyasev, Yu. V. (2017). Pragmatika angloyazychnogo motivatsionnogo diskursa [The Pragmatics of the English Motivational Discourse]. *Uchenye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta*. 5 (166), 70–76 [in Russian].
2. Daniushyna, Y. V. (2011). *Mnogourovnevyy analiz angloyazychnogo setevogo biznes-diskursa*. (Avtoreferat dissertatsii kandidata filologicheskikh nauk) [Multi-level Analysis of the English Internet Business Discourse]. Institut yazykoznaneya Rossiyskoy Akademii Nauk, Moscow [in Russian].
3. Krutko, T. V. (2017). Strategiyi movlennyyevogo vplyvu u promovax biznes-kouchiv [Communication Strategies Employed by Business Coaches]. *Lingvistyka XXI stolittya: novi doslidzhennya i perspektyvy*, 106–112 [in Ukrainian].
4. Naumenko, L. P. (2017). *Suchasnyj anhlomovnyj biznes-dyskurs: komunikatyvno-pragmatychna ta lingvokontseptualne modelyuvannya* [The Contemporary English Business Discourse: Communicative-Pragmatic, and Linguistic Conceptual Modelling]. (Dysertatsiia doktora filologichnyh nauk). Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv [in Ukrainian].
5. Naumenko, L. P. (2017). Funktsionalno-pragmatychna harakterystyka anglomovnogo biznes-dyskursu v internet-prostori [Functional and Pragmatic Characteristics of the English Business Discourse in the Internet]. *Teoretychna i dydaktychna filologiya: Seriya "Filologiya. Pedagogika"*, 25, 290–299 [in Ukrainian].
6. Potapova, A. V. (2017). Angloyazychnyy biznes-diskurs kak samostoyatelnyy tip diskursa [The English Business Discourse as a Type of Discourse]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 10 (123), 98–100 [in Russian].
7. Graf, E.-M. (2019). *The Pragmatics of Executive Coaching*. John Benjamins Publishing Company [in English].
8. Ribbers, A., Waringa, A. (2015). *E-coaching: Theory and Practice for a New Online Approach to Coaching*. Routledge, New York [in English].