

## ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ МОТИВАЦИОННОГО ТЕКСТА КОУЧА

*Ю.С. Багрова*

**Ключевые слова:** публичное выступление, мотивационный текст, лидерство, коучинг, речевые тактики, композиционная структура речи

**Keywords:** coaching speech, motivational text, leadership, rhetorical tactics, compositional structure of speech

[https://doi.org/10.14258/filichel\(2026\)2-06](https://doi.org/10.14258/filichel(2026)2-06)

### **В**ведение

В условиях интенсивного развития современных форм деловой и образовательной коммуникации в последние десятилетия заметно возрастает интерес к различным видам выступлений знаменитых коучей как к одному из действенных средств формирования лидерских качеств и мотивации к профессиональному росту. Данный тип мотивационного текста ориентирован, прежде всего, на стимулирование внутреннего потенциала личности, преодоление психологических барьеров саморазвития и активизацию субъектной позиции адресата. При этом под коучинговым выступлением в настоящей работе понимается мотивационный текст коуча (устный или изначально письменный), организованный по законам публичной речи и предназначенный для многократного воспроизведения в медийной среде. Несмотря на очевидную востребованность мотивационных выступлений в практической сфере, их жанровая специфика, композиционная структура и система речевых тактик в лингвистике до сих пор описаны лишь фрагментарно [Подоляк, 2016; Климчук, 2015; Хутыз, 2022; Sherwani, 2020], что формирует исследовательский пробел и актуализирует необходимость более детального анализа мотивационного дискурса как особого типа коммуникации. В целях восполнения данного пробела в настоящем исследовании решаются следующие задачи: уточнить понятийный аппарат исследования, описать рабочие определения мотивационного дискурса, коучинга, коучингового выступления, мотивационного текста, коммуникативной стратегии и речевой тактики; описать макроструктуру мотивационного текста коуча (вступление, основная часть, заключение); выявить и классифицировать основные группы речевых тактик, реализуемых в каждом структурном компоненте текста.

Актуальность рассматриваемой проблематики определяется современными трансформациями социально-профессиональной сферы, в рамках которой коучинговое выступление все более явно проявляет себя как эффективный инструмент формирования лидерской позиции, устойчивой мотивации и развития личностного потенциала. Также в контексте изучения женского лидерства данная тема приобретает особую значимость: несмотря на очевидный прогресс в области гендерного равенства, женщины по-прежнему сталкиваются с рядом ограничений в сфере карьерного продвижения, самопрезентации и проявления лидерских качеств. В этих условиях мотивационный дискурс, специально ориентированный на женскую аудиторию, призван, с одной стороны, поддерживать личную уверенность, а с другой — стимулировать активное и осознанное участие женщин в профессиональной жизни.

Научная новизна настоящего исследования состоит в попытке выделить и описать ключевые структурно-содержательные компоненты мотивационного текста коуча как особого жанра и показать их системную связь с реализующими их речевыми тактиками. Представляется важным рассматривать мотивационное выступление не только как средство воздействия на адресата, но и как инструмент формирования внутренней готовности к профессиональному и личностному саморазвитию, а также как механизм запуска рефлексии и изменения поведенческих стратегий.

Целью статьи является определение и характеристика основных компонентов коучингового мотивационного текста и связанных с ними речевых тактик. Объектом настоящего исследования выступает мотивационный текст как письменная форма публичной речи, ориентированной на развитие личностного и профессионального потенциала слушателя / читателя. В качестве предмета исследования рассматриваются особенности построения и реализации мотивационного текста коуча, проявляющиеся в системе психологических приемов, композиционных элементов и тактик мотивационного воздействия, направленных на формирование и укрепление лидерской позиции адресата.

В современных лингвистических работах мотивационный дискурс, как правило, выделяется как особый тип институционального дискурса, ориентированный на изменение установок, ценностей и поведенческих стратегий адресата посредством целенаправленного речевого воздействия [Подольяк, 2016; Климчук, 2015; Хутыз, 2022]. При этом, как подчеркивает Ж.И. Подольяк, мотивационный дискурс представляет собой совокупность публичных выступлений, направленных на побуждение аудитории к позитивным изменениям и саморазвитию; иссле-

дователь акцентирует его жанровое многообразие и тесную связь с современным англоязычным лингвокультурным социумом [Подольяк, 2016]. В свою очередь, В.А. Климчук рассматривает мотивационный дискурс личности как текстовую репрезентацию мотивационной сферы субъекта, формирующуюся в интеракционном процессе и включающую мотивационные конструкции, адресованные как самому субъекту, так и другим; при этом особое внимание в работе уделяется количественным характеристикам и типологии различных дискурсов [Климчук, 2015]. Дополняя данные подходы, И.П. Хутыз, анализируя англоязычный мотивационный дискурс на материале выступлений ключевых спикеров, подчеркивает его адресатно-ориентированный характер, полифоничность и экспрессивность, а также системное использование экспрессивного синтаксиса и грамматических средств маркирования вовлеченности [Хутыз, 2022]. Опираясь на указанные определения, в настоящем исследовании мотивационный дискурс понимаем как совокупность устных и письменных текстов, функционирующих как в медийной, так и в офлайн-сфере и направленных на актуализацию и трансформацию мотивационной сферы адресата. Также мотивационный текст трактуется как завершенная коммуникативная единица внутри мотивационного дискурса, характеризующаяся относительно устойчивой композиционной организацией и набором типичных речевых тактик.

Поскольку коучинг выступает одной из институционализированных форм мотивационного дискурса, обращение к его понятийному аппарату представляется логически оправданным: именно в коучинге наиболее отчетливо проявляются механизмы речевого воздействия, направленные на формирование внутренней готовности к профессиональному и личностному саморазвитию, запуск рефлексии и трансформацию поведенческих стратегий. Переходя к рассмотрению понятийного аппарата коучинга, следует отметить, что в классических работах Дж. Уитмора, А.М. Гранта и Д. Стобер коучинг определяется как особый способ взаимодействия, основанный на партнерстве и ориентированный на раскрытие потенциала личности, повышение осознанности и ответственности адресата за собственные решения [Whitmore, 2017; Grant, 2001; Stober, Grant, 2006]. Как показывают данные исследования, коучинговая коммуникация преимущественно реализуется в форме структурированного диалога, в котором центральное место занимают вопросы, рефлексивные комментарии, поддерживающие высказывания и совместное формулирование целей. В этом контексте коуч выступает специалистом, систематически использующим речевые

средства для запуска процессов саморефлексии, переосмысления личного опыта и изменения поведенческих стратегий адресата. Соответственно, коучинговое мотивационное выступление может быть охарактеризовано как публичный вариант коучингового взаимодействия, обращенный к группе адресатов, но при этом сохраняющий ориентацию на индивидуальную рефлексию и личный выбор. В отечественной научной традиции мотивационное публичное выступление и поддерживающая коммуникация, как справедливо отмечает А.И. Сидорова, описываются как форма «сопровождения» адресата в ситуации выбора; при этом подчеркивается значимость стратегий эмпатии, признания и побуждения для создания эффекта эмоционально-ценностной и когнитивной поддержки [Сидорова, 2019]. Коучинговое выступление, таким образом, органично встраивается в данную рамку как разновидность мотивационного дискурса, ориентированная на поддержание внутренней автономии и субъектности адресата. В связи с этим в настоящей работе под коучинговым мотивационным текстом понимается письменный вариант выступления коуча, в котором, с одной стороны, воспроизводятся типичные для устной мотивационной речи композиционные и языковые средства, а с другой — возможна более детальная проработка структуры и средств воздействия.

Обращение к определениям терминов коммуникативных стратегий и речевых тактик представляется принципиально значимым для анализа коучингового мотивационного текста. В работах О.С. Иссерс и Н.Д. Голубевой детально разработаны основные подходы к их описанию. Так, О.С. Иссерс определяет речевую тактику как конкретный способ речевого поведения, направленный на достижение промежуточной цели, подчиненной общей стратегической установке [Иссерс, 2008], тогда как Н.Д. Голубева подчеркивает операциональный характер тактики как уровня реализации определенных языковых и смысловых средств [Голубева, 2011]. В рамках настоящего исследования речевая тактика рассматривается как функционально организованная единица мотивационного дискурса, связывающая стратегическую направленность коучингового выступления с конкретными лексико-грамматическими, композиционными и стилистическими решениями автора. Важно отметить, что работы Е.И. Шейгал и А.П. Чудинова, посвященные анализу политического дискурса, наглядно демонстрируют, каким образом эмоционально-оценочная лексика, а также специфическая конфигурация образов адресата и адресанта включаются в механизмы речевого воздействия, формируя установку на согласие, участие и соучастие. Вследствие этого данные наблюдения в значительной степени релевант-

ны и для мотивационного дискурса, где сходные механизмы вовлечения и конструирования адресата играют ключевую роль. В более узком поле мотивационной и поддерживающей коммуникации существенный вклад в исследование мотивационного воздействия речи внесен работами, посвященными коучингу и коучинговому интервью [Whitmore, 2017; Grant, 2004; Stober, Grant, 2006; Blanchard, 2007]. В этих исследованиях коучинговый диалог описывается как структурированная форма взаимодействия, основанная на постановке вопросов, фокусировке внимания, уточнении и формулировании целей, а также на рефлексии достигнутых результатов. Тем самым коучинговый диалог оказывается разновидностью мотивационного дискурса с развитой системой речевых стратегий и тактик, направленных на долгосрочное изменение поведенческих и ценностных установок. Наконец, корпус работ, посвященных женскому лидерству и влиянию социальных стереотипов на профессиональное самоопределение женщины [Eagly, Carli, 2007; Ely, Ibarra, Kolb, 2011; Tannen, 1994; Cameron, 2005], задает важный ценностно-социальный контекст, который через анализ амбиций, внутренних барьеров и социальных ожиданий выступает как ключевой для понимания траекторий профессионального развития женщин, а следовательно, и для интерпретации мотивационных посланий, адресованных женской аудитории.

Проведенный обзор литературы позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на достаточно высокий уровень разработанности общих вопросов дискурсивного анализа, теории коучинга, а также описания речевых стратегий и тактик, специализированное рассмотрение коучингового мотивационного выступления как самостоятельного жанра с точки зрения его макроструктуры, распределения речевых тактик по структурным компонентам и их языковой реализации остается представленным весьма ограниченно. Систематизированные в обзоре подходы и результаты исследований образуют теоретико-методологическую базу предпринимаемой работы. В этой связи настоящее исследование направлено на восполнение обозначенного теоретико-описательного пробела посредством комплексного описания структурно-содержательной организации коучингового мотивационного выступления и механизмов его речевого воздействия.

### **Методы и материалы исследования**

Материалом исследования послужила книга Ш. Сандберг *Lean In: Women, Work, and the Will to Lead*, прежде всего ее первая глава “The Leadership ambition gap”, посвященная проблеме лидерского самоопре-

деления и внутренним барьерам, влияющим на профессиональные решения женщины. Указанный текст рассматривается как ориентировочный образец коучингового мотивационного дискурса, направленного на повышение личной уверенности, переосмысление закрепившихся установок и развитие профессиональной инициативы. При этом письменный текст главы трактуется как фиксация модели мотивационного публичного выступления: он воспроизводит характерные для устной мотивационной речи композиционные и языковые особенности, но при этом допускает более тщательную структурную и лингвистическую обработку. Выбор данного материала обусловлен его репрезентативностью для современного мотивационного дискурса о женском лидерстве и возможностью проследить специфику распределения речевых тактик в рамках целостного коучингового мотивационного текста. В настоящем исследовании используется комплексный качественный анализ, включающий дискурсивно-прагматическое и лингвостилистическое описание мотивационного текста. На первом этапе осуществляется членение текста на три композиционных блока (вступление, основная часть, заключение) с учетом их функциональной нагрузки. На втором этапе в пределах каждого блока идентифицируются и классифицируются речевые тактики, релевантные для мотивационного воздействия, после чего проводится анализ языковых средств их реализации (лексико-грамматических, синтаксических и стилистических приемов). Также используется количественный анализ (подсчет частотности тактик и средств), позволяющий уточнить соотношение доминирующих и вспомогательных приемов мотивационного влияния.

Методологической основой настоящего исследования является дискурсивный и лингвостилистический анализ мотивационного текста, используемый в работах Т. ван Дейка, О.С. Иссерс, Н.Д. Голубевой и др. В соответствии с поставленной целью используется качественный макроструктурный анализ текста (выделение композиционных блоков), а также последующая идентификация и классификация речевых тактик в пределах каждого из выделенных фрагментов. Дополнительно применяется интерпретационный анализ языковых средств реализации доминирующих тактик.

### **Результаты исследования**

Несмотря на жанровое и тематическое разнообразие современных мотивационных текстов, их композиционная организация демонстрирует устойчивую типовую структуру.

1. Вступление. Коучинговый мотивационный текст выполняет задачу установления эмоционального контакта с аудиторией, создания доверительной атмосферы и мягкого введения в проблематику, одновременно формируя образ автора-коуча как компетентного и в то же время «своего» участника обсуждаемой ситуации. В анализируемой главе на этом этапе доминирует несколько тактик: **обращения к семейной памяти и межпоколенческому опыту, тактика эмпатического сближения с адресатом через общий жизненный опыт, тактика нарративной самопрезентации (выстраивание образа автора через рассказ о семье и личных обстоятельствах) и тактика мягкой проблематизации через нарратив**, при которой ключевые противоречия обозначаются не декларативно, а через жизненную историю.

Начало главы строится вокруг личного сюжета: автор открывает текст высказыванием *“My grandmother Rosalind Einhorn was born exactly fifty-two years before I was, on August 28, 1917”*. *“Like many poor Jewish families in the boroughs of New York City, hers lived in a small, crowded apartment close to their relatives”* / «Моя бабушка, Розалинд Эйнхорн, родилась ровно за пятьдесят два года до меня, 28 августа 1917 года. Как и многие бедные еврейские семьи в районах Нью-Йорка, её семья жила в маленькой тесной квартире рядом с родственниками». Тем самым автор сознательно отказывается от абстрактных обобщений и статистики в пользу личного воспоминания, переводя читателя в режим сопереживания и соучастия. Личный пример становится «точкой входа» в обсуждаемую тему: далее раскрываемые проблемы связываются с жизнью конкретного человека и семейной историей, что усиливает эффект узнаваемости и снижает дистанцию между автором и адресатом. Последующее сопоставление нескольких поколений женщин одной семьи позволяет реализовать **тактику нарративной самопрезентации и одновременно тактику мягкой проблематизации**: демонстрируя эволюцию возможностей и ожиданий в отношении женской карьеры, Ш. Сандберг подчеркивает сохранение структурных ограничений и тем самым постепенно переводит индивидуальный сюжет в плоскость социальной проблематики. На языковом уровне указанные тактики реализуются с помощью лексики, описывающей семейный и биографический опыт (номинации родства, указание дат и возраста, описание жилищных условий), а также посредством особой организации местоименной системы (активное использование 1-го лица при задании точки отсчета и 3-го лица при изображении бабушки; позднее — включение местоимения *we* для маркирования общности автора и адресата) и хроникально развернутого нарративного синтаксиса с преобла-

данием простых и осложненных предложений, а также детализирующих придаточных. Умеренная оценочная лексика (*poor, crowded* и др.) формирует фон трудностей, не переводя текст в исключительно эмоциональный регистр, что соответствует установке на тактику мягкой проблематизации.

2. Основная часть выполняет функцию развертывания проблематики, ее рационального осмысления и демонстрации возможных стратегий поведения. Именно здесь формулируется конфликт между декларируемым равенством и реальным положением женщин на рынке труда, описываются механизмы действия социальных стереотипов и внутренних барьеров, а также предлагаются модели их преодоления. В данном фрагменте текста доминируют **тактика открытой проблематизации** (выведение противоречий на уровень явного тезиса), **тактика рационально-логической аргументации** (апелляция к данным, исследованиям, общеизвестным фактам), **тактика моделирования поведения через личный пример** (описание типичных сценариев и собственных решений автора) и **тактика нормализации переживаний** (показ того, что внутренние сомнения и страхи разделяются многими). Переход от личного нарратива к социальной проблеме маркируется как содержательно, так и вербально. Так, после сопоставления профессиональных траекторий однокурсников Ш. Сэндберг формулирует проблему в виде обобщающего тезиса: *“In comparison to their male counterparts, highly trained women are scaling back and dropping out of the workforce in high numbers”* / «По сравнению с мужчинами-коллегам высококвалифицированные женщины в значительном количестве сокращают своё участие в профессиональной деятельности или вовсе покидают рабочую сферу». Здесь тактика открытой проблематизации опирается на лексику с выраженным когнитивным и количественным компонентом (*highly trained, in high numbers*), а также на сравнительную конструкцию (*in comparison to their male counterparts*), позволяющую явно противопоставить потенциал женщин и фактический результат их профессиональной реализации.

На следующем этапе активизируется тактика рационально-логической аргументации: автор обращается к статистике, данным опросов и исследованиям, вводя их при помощи типичных для научно-популярного дискурса маркеров ссылочности и обобщения (по типу «исследования показывают», «опросы демонстрируют», «данные свидетельствуют»), а также использует термины и полутермины, связанные с карьерой, управлением и лидерством (*leadership ambition gap, senior jobs, promotion*). Рациональная составляющая усиливается за счет коннотаторов противопоставления и ограничения (*but, however, yet*), кото-

рые структурируют аргументацию и подчеркивают расхождение между ожиданиями и реальностью. Параллельно реализуется тактика моделирования поведения через личный пример: Ш. Сэндберг описывает ситуации, когда женщины отказываются от профессиональных возможностей, заранее «откачивают» карьерные решения, сомневаются в своей компетентности, причем такие эпизоды подаются как типичные сценарии, а не как единичные случаи. Именно в этом контексте возникает риторический вопрос “*So what happened?*” («Итак, что же произошло?»), который оформляет переход от индивидуального опыта поколения к обобщенному объяснению причин сложившейся ситуации и одновременно запускает тактику нормализации переживаний: читателю предлагается увидеть собственные сомнения и страхи как часть более широкой, разделяемой многими модели поведения.

На языковом уровне указанная совокупность тактик поддерживается целым рядом характерных средств. Во-первых, систематически используются обобщающие маркеры, передающие масштаб явления: конструкции типа «большинство», «значительная часть», «многие женщины» в английском тексте выражаются сочетаниями с обобщающими существительными и наречиями степени, позволяющими расширить индивидуальный опыт до уровня социальной тенденции. Во-вторых, заметна высокая концентрация абстрактной лексики, описывающей когнитивные и ценностные категории (*equality / равенство, opportunity / возможность, aspirations / стремления, stereotypes / стереотипы, internal barriers / внутренние барьеры*), что соотносится с установкой на рациональное объяснение причин гендерного неравенства. В-третьих, активно используются сложные синтаксические конструкции с причинно-следственными и уступительными придаточными, позволяющие развернуть цепочки «социальный стереотип: внутренняя установка, поведенческое решение». Наконец, включение фрагментов внутреннего монолога и признаний автора в форме 1-го лица («мы были наивны», «мы не предвидели этих трудностей» в русском пересказе) дополнительно поддерживает тактику нормализации переживаний и укрепляет доверительный характер мотивационного воздействия, сочетая рациональную аргументацию с эмпатически-окрашенным личным рассказом.

3. Заключительная часть мотивационного текста ориентирована на мобилизацию волевой сферы адресата: ее задача состоит в том, чтобы перевести эмоциональное участие и рациональное осмысление проблемы в готовность к конкретному действию, закрепить новую перспективу и инициировать внутренний диалог читателя с самим собой. В анализируемой главе доминируют **тактика прямого побуждения к действию**,

**тактика персонализированного внутреннего вопроса, тактика позитивного прогнозирования и тактика обобщающего итога.** Ключевым финальным фрагментом выступает высказывание “*So please ask yourself: What would I do if I weren't afraid? And then go do it*” / «Поэтому, пожалуйста, спросите себя: что бы я сделала, если бы не боялась? А затем — идите и сделайте это». Первая часть формулировки представляет собой мягкий императив (*please ask yourself*), оформленный как внутренний вопрос, адресованный каждому читателю, что активизирует механизм самоанализа и переводит прочитанное в плоскость личного опыта. Вторая часть — лаконичный императив *go do it* — переводит рефлексию в плоскость действия и завершает текст четким побудительным посланием. Лингвистически эта совокупность тактик опирается на использование форм 2-го лица и прямого обращения (*you, yourself*), императивных конструкций (*ask yourself, go do it*), риторического вопроса от 1-го лица (*What would I do if I weren't afraid?*), соединяющего универсальность переживания страха с индивидуальностью ситуации каждого адресата, а также лексики, связанной с эмоциональной и волевой сферами (*fear, do*) и построенной на контрасте «страх — действие». Параллелизм и ритмичность коротких синтаксических структур, повтор ключевых слов и афористичность формулировки усиливают суггестивный эффект заключения, в котором аккумулированные в тексте эмоции и рациональные аргументы трансформируются в импульс к действию. Результаты проведенного анализа наглядно представлены в таблице.

Структурные элементы, тактики и языковые средства  
мотивационного текста

Элемент МТ	Коммуникативная функция	Тактики	Языковые средства реализации
Вступление	Установление контакта и доверия, мягкий ввод в тему, формирование образа «своего» компетентного автора	— Обращение к семейной памяти и межпоколенческому опыту; — нарративная самопрезентация; эмпатическое сближение; — мягкая проблематизация через личную историю	— Лексика родства и биографии (даты, возраст, жилищные условия); — 1-е лицо и последующее <i>we</i> ; — хроникально развернутый нарратив (простые и осложненные предложения с придаточными); — умеренная оценочность ( <i>poor, crowded</i> ); — отказ от абстрактной статистики в пользу личного примера

## Окончание таблицы

Элемент МТ	Коммуникативная функция	Тактики	Языковые средства реализации
Основная часть	Развертывание проблемы, рациональное объяснение конфликта «равенство — реальная практика», показ типичных моделей поведения и способов их преодоления	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Открытая проблематизация; рационально-логическая аргументация (данные, исследования, факты);</li> <li>— моделирование поведения личным примером; нормализация переживаний</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Обобщающие маркеры масштаба (<i>many women, in high numbers</i>);</li> <li>— сравнительные конструкции (<i>in comparison to their male counterparts</i>);</li> <li>— абстрактная лексика (<i>equality, opportunity, stereotypes, internal barriers</i>);</li> <li>— карьерная терминология (<i>leadership ambition gap, senior jobs, promotion</i>);</li> <li>— слова-связки <i>but, however, yet</i>;</li> <li>— сложные причинно-следственные конструкции;</li> <li>— риторический вопрос <i>So what happened?</i>;</li> <li>— фрагменты внутреннего монолога от 1-го лица</li> </ul>
Заключение	Мобилизация воли адресата, перевод осмысления в готовность действовать, фиксация новой перспективы	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Прямое побуждение к действию;</li> <li>— персонализированный внутренний вопрос;</li> <li>— позитивное прогнозирование;</li> <li>— обобщающий афористичный итог</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Формы 2-го лица (<i>you, yourself</i>);</li> <li>— императивы (<i>please ask yourself, go do it</i>);</li> <li>— риторический вопрос от 1-го лица (<i>What would I do if I weren't afraid?</i>);</li> <li>— лексика страха и действия (<i>fear, do</i>) на контрасте «страх / действие»;</li> <li>— параллелизм и повтор ключевых слов, придающие формуле ритмичность и суггестивность</li> </ul>

### Заключение

Проведенное исследование позволило уточнить рабочий понятийный аппарат (мотивационный дискурс, коучинг, коучинговое выступление, мотивационный текст, коммуникативная стратегия и речевая тактика) и на этой основе описать мотивационный текст как особый жанр мотивационного дискурса, в котором композиционная организация функционально соотнесена с системой речевых тактик.

На языковом материале была реконструирована макроструктура коучингового мотивационного текста, включающая три ключевых блока: вступление, основную часть и заключение, а также выделены и классифицированы доминирующие тактики, характерные для каждого из них. Во вступлении преобладают тактики установления контакта, личного нарратива и мягкой проблематизации, обеспечивающие формирование доверительной атмосферы и эмоциональное вовлечение аудитории. Основная часть организуется тактиками проблематизации, аргументации и моделирования поведения, что позволяет представить ситуацию как социально значимую проблему и одновременно наметить стратегии ее преодоления на уровне индивидуального выбора и практик поведения. В заключительном блоке актуализируются тактики побуждения к действию и позитивного прогнозирования, направленные на мобилизацию волевой сферы адресата и формирование внутренней готовности к изменениям.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что мотивационный текст может функционировать не только как средство информирования, но и как инструмент ценностно-смыслового ориентирования адресата и опосредованного воздействия на его поведенческие установки: структурно выстроенное сочетание тактик последовательно ведет аудиторию от эмоционального сопричастия к рациональному осмыслению проблемы и далее к личному решению действовать. Перспективы дальнейших исследований связаны с сопоставительным анализом различных форматов коучинговых текстов (публичное выступление, интервью, онлайн-курс), а также с изучением специфики гендерно ориентированных мотивационных дискурсов, адресованных женской и мужской аудитории.

### Библиографический список

Голубева Н.Д. Коммуникативные стратегии и тактики речевого воздействия : монография. СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2011. 156 с.

Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.

Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи ; 5-е изд., испр. и доп. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.

Климчук В.А. Мотивационный дискурс личности: количественные характеристики и сравнительный анализ // Социальная психология и общество. 2015. Т. 6. № 1. С. 68–83.

Подоляк Ж.И. К вопросу о выделении мотивационного дискурса // Гуманитарные научные исследования. 2016. № 5. Электронный ресурс <https://human.snauka.ru/2016/05/14850>

Сидорова А.И. Мотивационное публичное выступление как форма поддерживающей коммуникации // Вестник риторических исследований. 2019. № 4. С. 45–52.

Хутыз И.П. Особенности конструирования англоязычного мотивационного дискурса: уровень грамматики // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2022. № 1 (45). С. 100–112.

Чудинов А.П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. М.: Флинта; Наука, 2006. 256 с.

Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 324 с.

Blanchard K. *Leading at a Higher Level: Blanchard on Leadership and Creating High Performing Organizations*. Upper Saddle River, NJ: FT Press, 2007. 355 p.

Cameron D. Language, Gender, and Sexuality: Current Issues and New Directions // *Applied Linguistics*. 2005. Vol. 26. № 4. Pp. 482–502. <https://doi.org/10.1093/applin/ami027>

Eagly A.H., Carli L.L. *Through the Labyrinth: The Truth About How Women Become Leaders*. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2007. 320 p.

Ely R.J., Ibarra H., Kolb D.M. Taking Gender into Account: Theory and Design for Women's Leadership Development Programs // *Academy of Management Learning & Education*. 2011. Vol. 10. № 3. Pp. 474–493.

Grant A.M. *Towards a Psychology of Coaching: The Impact of Coaching on Metacognition, Mental Health and Goal Attainment*: PhD dissertation. Sydney: Macquarie University, 2001. 339 p.

Sherwani S.A. Cognitive Positive Discourse Analysis of English Motivational Speeches // *International Journal of Advanced Science and Technology*. 2020. Vol. 29. № 9s. Pp. 4078–4091.

Stober D.R., Grant A.M. (Eds.). *Evidence-Based Coaching Handbook: Putting Best Practices to Work for Your Clients*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2006. 416 p.

Tannen D. *Talking from 9 to 5: Women and Men at Work: Language, Sex, and Power*. New York: William Morrow, 1994. 368 p.

Whitmore J. *Coaching for Performance: The Principles and Practice of Coaching and Leadership*. 5<sup>th</sup> ed. London: Nicholas Brealey Publishing, 2017. 232 p.

---

**References**

- Blanchard K. *Leading at a Higher Level: Blanchard on Leadership and Creating High Performing Organizations*. Upper Saddle River, 2007, 355 p.
- Cameron D. Language, Gender, and Sexuality: Current Issues and New Directions. *Applied Linguistics*, 2005, vol. 26, no. 4, pp. 482–502. <https://doi.org/10.1093/applin/ami027>
- Chudinov A.P. *Political Linguistics: Textbook*. Moscow, 2006, 256 p. (In Russian).
- Dijk T.A. van. *Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication*, Moscow, 2013, 344 p. (In Russian).
- Eagly A.H., Carli L.L. *Through the Labyrinth: The Truth About How Women Become Leaders*. Boston, MA, 320 pp.
- Ely R.J., Ibarra H., Kolb D.M. Taking Gender into Account: Theory and Design for Women's Leadership Development Programs. *Academy of Management Learning and Education*, 2011, vol. 10, no. 3, pp. 474–493.
- Golubeva N.D. *Communicative Strategies and Tactics of Speech Influence*, St. Petersburg, 2011, 156 p. (In Russian).
- Grant A.M. *Towards a Psychology of Coaching: The Impact of Coaching on Metacognition, Mental Health and Goal Attainment*. PhD Diss. Sydney, 2001, 339 p.
- Issers O.S. *Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech*, Moscow, 2008, 288 p. (In Russian).
- Khutyk I.P. Characteristics of Constructing English-Language Motivational Discourse: The Grammar Level. *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universitetax* = Bulletin of the Moscow City Pedagogical University, 2022, no. 1 (45), pp. 100–112. (In Russian).
- Klimchuk V.A. Motivational Discourse of the Personality: Quantitative Characteristics and Comparative Analysis. *Sotsialnaya psikhologiya i obshchestvo* = Social Psychology and Society, 2015, vol. 6, no. 1, pp. 68–83. <https://doi.org/10.17759/sps.2015060415> (In Russian).
- Podolyak Zh.I. On the Identification of Motivational Discourse. *Gumanitarnye nauchnye issledovaniya* = *Research in the Humanities* = *Research in the Humanities*, 2016, no. 5. Retrieved from: <https://human.snauka.ru/2016/05/14850> (In Russian).
- Sherwani S.A. Cognitive Positive Discourse Analysis of English Motivational Speeches. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 2020, vol. 29, no. 9s, pp. 4078–4091.
- Sheygal E.I. *Semiotics of political discourse*, Moscow, 2004, 324 p. (In Russian).

Sidorova A.I. Motivational Public Speaking as a Form of Supportive Communication. *Vestnik ritoricheskikh issledovaniy* = Bulletin of Rhetorical Studies, 2019, no. 4, pp. 45–52. (In Russian).

Stober D.R., Grant A.M. (eds.). *Evidence-Based Coaching Handbook: Putting Best Practices to Work for Your Clients*. Hoboken, 2006, 416 p.

Tannen D. *Talking from 9 to 5: Women and Men at Work: Language, Sex, and Power*, New York, 1994, 368 p.

Whitmore J. *Coaching for Performance: The Principles and Practice of Coaching and Leadership*, London, 2017, 232 p.