

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ О.В. Магировская  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ПИКАП-КОУЧА (НА МАТЕРИАЛЕ  
ФРАНЦУЗСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Научный руководитель	_____	канд. филол. наук, доц. О.Н. Варламова
Выпускник	_____	Т.Е. Токарева
Нормоконтролер	_____	А.А. Струзик

Красноярск 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ К ИЗУЧЕНИЮ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ПИКАП-КОУЧА.....</b>	<b>6</b>
1.1. Языковая личность: к определению понятия.....	6
1.2. Методологические подходы к речевому портретированию .....	10
1.2.1. Речевой портрет в кругу смежных понятий .....	10
1.2.2. Речевой портрет как метод описания языковой личности.....	14
1.3. Специфика изучения виртуальной личности пикап-коуча .....	16
1.3.1. Специфика изучения виртуальной ЯЛ.....	16
1.3.2. Специфика коучинга и мотивационного дискурса .....	18
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>21</b>
<b>ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ФРАНЦУЗСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ПИКАП-КОУЧЕЙ.....</b>	<b>23</b>
2.1. Лингвистические черты речевого портрета французского пикап-коуча .....	23
2.1.1. Лексические характеристики речи французского пикап-коуча .....	23
2.1.2. Грамматические характеристики речи французского пикап-коуча .....	35
2.1.3. Синтаксические и стилистические характеристики речи пикап-коуча .....	37
2.1.4. Коммуникативные характеристики речи французского пикап-коуча .....	41
2.2. Лингвистические характеристики речевого портрета английского пикап-коуча .....	44
2.2.1. Грамматические характеристики речи английского пикап-коуча .....	44
2.2.2. Лексические характеристики речи английского пикап-коуча.....	46
2.2.3. Коммуникативные характеристики речи английского пикап-коуча .....	49
2.3. Жанровые особенности речи пикап-коуча.....	54
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>59</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>63</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>66</b>
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....</b>	<b>72</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Будучи малопопулярным у истоков своей 50-летней истории, сообщество соблазнения, предоставляющее обучение в обольщении или/и построении успешных отношений с женщинами, в настоящий момент привлекает внимание исследователей из сферы психологии, социологии, лингвистики. Пикап-коучинг до 1990-х годов имел репрезентацию в узких кругах и на телевидении (в таких фильмах как *Hitch*), но, с появлением интернета и возможности транслировать знания и проявлять свой профессионализм в той или иной области, пикап из малочисленного сообщества перерос в многомиллионную индустрию.

Интернет предоставил мужчинам возможность разделять и обсуждать идеи и техники пикапа, что послужило не только сближающим фактором для сообщества, но также стало причиной его разрозненности. На данный момент в сообществе сосуществуют разные взгляды на цели и принципы пикапа.

Так, опрос группы молодых мужчин, посещающих семинары пикап-коучей сообщества обольщения, проведенный Мелани Гурарье в 2014 году в регионе Иль-де-Франс показал корреляцию, которую мужчины проводят между успехом в любовных отношениях и маскулинностью. По мнению большинства участников опроса, традиционно мужские качества являются залогом успешной личной жизни, создавая идеально маскулинный прототип, к которому нужно стремиться, одновременно определяя и стандарты женского образа. Другие группы видели большее значение в знании техник соблазнения и «эмоциональных рычагов». Несмотря на различие в подходах пикап-коучей, суть их дела остается одинаковой, и интерес для этой работы представляет его языковая манифестация в речи пикап-коуча.

Несмотря на широкую теоретическую базу, дело пикап-коуча еще не было изучено в лингвистике, и речевой портрет пикап-коуча еще не был описан. Необходимость изучения социальной группы пикап-коуча через призму лингвистики обуславливает **актуальность** работы.

Так, **цель** данного исследования – составить и описать речевой портрет пикап-коуча на материале французского и английского языков.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- 1) уточнить определение понятия «языковая личность»;
- 2) обобщить подходы к пониманию сущности и методологии описания речевого портрета и уточнить его место в ряду со смежными понятиями;
- 3) описать специфику изучения виртуальной личности пикап-коуча;
- 4) выявить и описать лексические, грамматические, синтаксические, коммуникативные, черты речи пикап-коуча во французском и английском языках;
- 5) выявить и описать специфику жанров речи пикап-коуча.

Таким образом, **объектом** исследования является языковая личность пикап-коуча.

**Предметом** исследования являются лингвистические черты языковой личности пикап-коуча.

**Материалом** исследования послужили статьи франко- и англоязычных пикап-блогов. Объем проанализированного материала на французском языке составил 33 статьи (67166 слов), на английском – 30 статей (90113 слов).

**Теоретической базой** работы послужили труды отечественных ученых, в области теории языковой личности (Ю.Н. Караулов, В.И. Карасик, И.В. Башкова, В.В. Красных, К.Ф. Седов, Н.Д. Голев) и речевого портретирования (В.В. Виноградов, М.В. Панов, Л.П. Крысин, Н.М. Шевченко, О.Н. Варламова).

В работе использовались следующие **методы**: метод речевого портретирования, описательный метод, методы лексико-семантического и контекстуального анализа, сравнительно-сопоставительный анализ.

**Практическая значимость** работы заключается в том, что результаты исследования возможно будет использовать при преподавании таких

дисциплин как социолингвистика и для расширения исследовательской базы по коучингу и речевым портретам.

Работа включает в себя введение, две главы, заключение, списки литературы и иллюстративного материала.

Во введении отражена актуальность темы, определены объект и предмет исследования, ее цель и задачи, отражена практическая значимость работы.

Первая глава раскрывает содержание и соотношение основных терминов работы – языковая личность и речевой портрет, также углубляясь в особенности описания изучения языковой личности медиа-персоны и пикап-коуча. Рассмотрены также и основные принципы создания и описания речевого портрета.

Вторая глава представляет собой практический анализ языковой личности пикап-коуча на базе французского и английского языков, рассмотрение его лексических, грамматических, коммуникативных и речежанровых черт.

В заключении работы подводятся итоги исследования, представлены выводы по проанализированному материалу, а также дальнейшие перспективы исследования.

Список литературы содержит 56 наименований.

Список иллюстративного материала составляет 63 наименования.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ К ИЗУЧЕНИЮ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ПИКАП-КОУЧА

## 1.1. Языковая личность: к определению понятия

Начало XXI века в лингвистике характеризуется переходом к антропоцентрической парадигме и сменой центрального объекта лингвистических исследований на человека, способного усваивать язык и им оперировать. Речетворчество и создание текста рассматривается не только как естественная форма существования языка, но отмечается и индивидуальное владение языком.

В трудах Дж. Серля, Й. Гайзера, язык представляется «окном» в сознание человека: «Всякое мышление проходит в языковых формах», «всякое осознанное мышление есть мышление в языковых формулировках» [Гайзер; цит. По: Вайсгербер, 2004: 91]. Подобный подход послужил предпосылкой к теории языковой личности.

Впервые термин «языковая личность» был употреблен Лео Вайсгербером, который говорил о необходимости более глубокого рассмотрения корреляции языка и мышления и также использовал термин «языковой организм человека» для описания возможности человека владеть конкретным языком.

В отечественной лингвистике о языковой личности первым писал В.В. Виноградов в своей работе «о художественной прозе», где рассматривал ЯЛ автора и персонажа в художественной прозе.

Развивая теорию, Ю.Н. Караулов предложил понятие языковой личности, которое на настоящий момент многими признано самым емким и на которое мы опираемся в своей работе. Ученый дает следующую дефиницию: «языковой личностью можно назвать совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и

точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью» [Караулов, 2010: 245].

Ю.Н. Караулов выделил три уровня абстракции ЯЛ, охватывающих три аспекта семиотики: синтактику, семантику, прагматику. Выделенные уровни представлены в иерархии, начиная с самого важного для ЯЛ уровня и заканчивая тем, который отражает оригинальность личности меньше всего:

1. Прагматический уровень заключается в интенциях ЯЛ, его активной жизненной позиции и динамике его концептосферы. Уровень включает коммуникативные стратегии и тактики, прецедентные феномены, пресуппозицию, дейксис.

2. Когнитивный уровень. Он заключается в отражении языковой картины мира личности, ее тезауруса. Уровень включает в себя семантические и стилистические единицы, а также охватывает концепты и категории, формирующие модель мира личности.

3. Вербально-грамматический. К нему относятся единицы, традиционно используемые при описании лексического и грамматического строя языка [Караулов, 2010].

Ю.Н. Караулов рассматривает ЯЛ как набор языковых способностей совершения речевых поступков разных степеней сложности, среди которых он выделяет две классификации: а) по видам речевой деятельности (говорение, аудирование, письмо и чтение) и б) по уровням языка (фонетике, грамматике и лексике).

Существуют и другие определения ЯЛ. В.И. Карасик определил ЯЛ с лингвокультурной точки зрения, как «обобщенный образ носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [Карасик, 2002: 363]. Определение В.И. Карасика, как и Ю.Н. Караулова, включает в себя три уровня, но ученый рассматривает их не в отношениях иерархии, а в постоянном взаимодействии друг с другом.

Существует множество подходов к изучению ЯЛ, что объясняется междисциплинарностью современной лингвистики. ЯЛ рассматривается с

точки зрения психологии, социологии, культурологии, прагматики. Различие подходов также способствует различием теорий и появлением смежных понятий.

Наряду с понятием языковой личности в науке существует и такое понятие как коммуникативная личность (далее – КЛ), которое, хоть и является смежным, однако, не тождественно равно ЯЛ. В.Б. Кашкин определяет КЛ как «совокупность индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации. Содержание, центр и единство коммуникативных актов, которые направлены на другие коммуникативные личности» [Кашкин, 2000: 26].

Отличие личности коммуникативной от личности языковой заключается в усиленном внимании к этническому, культурному и национальному фону личности. КЛ действует в соответствии с нормами определенной этнической группы в определенный период времени на основе знаний, которыми может обладать только носитель отдельного языка и этноса [Карасик, 2011].

Выделяют и термин «дискурсивная личность». «Дискурсивная личность представляет собой языковую личность, порождающую определенный дискурс в виде непрерывно возобновляемого или законченного, фрагментарного или цельного, устного или письменного сообщения. Эта личность действует в сфере производства сообщений и несет ответственность за их содержание» [Седов, 1999: 132]. Так как дискурс представляет собой не только восприятие языка, но и вычленение иллокутивного намерения говорящего, дискурсивная личность требует подходящей дискурсивной ситуации и должна быть принята другими людьми, лишь при соблюдении данных условий возможен переход в коммуникативную личность, занимающей свое место в актуальной коммуникации.

Важной частью теории ЯЛ является теория речевых жанров, основоположником которой принято считать М.М. Бахтина, который под речевым жанром понимал «относительно устойчивый тип высказывания».

Подходящий речевой жанр подбирается коммуникантом в зависимости от коммуникативной ситуации, являющейся типичной, М.В. Иркабаева говорит о речевом жанре следующим образом: «При коммуникации собеседники обмениваются высказываниями, которые отражают специфические условия и намерения говорящих через тему сообщения или высказывания, языковой стиль (языковые средства), композицию. Все эти три компонента взаимообусловлены, неразрывно связаны между собой, детерминированы теми социальными условиями, в которых происходит коммуникация» [Иркабаева, 2010: 638].

Важным признаком речевого жанра является наличие образа автора и коммуниканта. Информация об авторе и мнение о себе, как и информация об адресате находится в РЖ. Роли, накладываемые адресантом на себя и адресата и их релевантность обеспечивает адресанту правильное построение отношений и успешную коммуникацию.

Одной из важнейших методик изучения ЯЛ является методика, созданная К.Ф. Седовым. Филолог анализировал речевой материал с грамматической, паралингвистической, социолингвистической и психолингвистической точек зрения. В первом особый упор делался на актуальное членение текста и критерии текстуальности. В плане паралингвистики учитывались особенности текстовой референции имен, локально-временной лингвистической актуализации и способов цитирования. Психолингвистический аспект изучался с помощью специально разработанных экспериментальных заданий. Социолингвистическая модель изучала эволюцию языковой личности, опираясь на критерии, позволяющие выделить речевое поведение на основе анализа использованных речевых тактик и стратегий.

Так, принято выделять две основные методики изучения ЯЛ:

1. Методики реконструкции ЯЛ (метод структурного моделирования (предложен Ю.Н. Карауловым), лингвориторической реконструкции, биографический метод);

## 2. Речевое портретирование.

Методики реконструкции ЯЛ часто использовались для анализа речи литературных героев, идею для чего подал Ю.Н. Караулов. Такой подход дал толчок для биографического метода, заимствованного из литературоведения, который отлично подходит для анализа пишущей ЯЛ. Однако, на данный момент составление и описание речевого портрета является основным методом изучения ЯЛ.

Таким образом, языковая личность рассматривается как многоуровневая единица, включающая в себя прагматический, когнитивный и вербально-семантический уровень. Результатом описания языковой личности является речевой портрет.

### 1.2. Методологические подходы к речевому портретированию

#### 1.2.1. Речевой портрет в кругу смежных понятий

Основоположниками речевого портрета по праву считаются М.В. Панов и Л.П. Крысин. Первые труды по РП начались с фонетических портретов ярких социальных деятелей, описанных М.В. Пановым. Ученый в своих работах исследовал индивидуальные особенности людской артикуляции. Как затем отметил Л.П. Крысин, фонетические портреты также неизбежно отражают особенности определенной общественной группы, что сподвигло ученого к созданию речевого портрета социальной группы: «Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета». Л.П. Крысин дает РП такое определение: «Речевой портрет – зафиксированный в языковом материале индивидуальный стиль, который может служить для создания определенной модели языковой личности, которая может представлять системное описание обобщенного представителя той или иной лингвокультуры, а это, в свою очередь, основа для формирования типического образа персонажа» [Крысин, 2001: 97].

И.С. Шильникова также разделила позицию Л.П. Крысина: «термин речевой портрет означает выбор одних элементов, характеризующих речевое поведение (из ряда вариантов) и употребление их в речи в зависимости от условий общения и неупотребление, осознанное или подсознательное отклонение других. Это социально маркированные способы выбора и употребления языковых средств и особенностей речевого поведения индивида. Речевой портрет группы может быть основой для воссоздания определенного типажа» [Шильникова, 2010: 230].

Д.Э. Розенталь предлагает такое определение РП: «Подбор особых для каждого действующего лица литературного произведения слов и выражений как средство художественного изображения персонажей. В одних случаях для этой цели используются слова и синтаксические конструкции книжной речи, в других средством речевой характеристики служат просторечная лексика и необработанный синтаксис и т. д., а также излюбленные “словечки” и обороты речи, пристрастие к которым характеризует литературный персонаж с той или иной стороны (общекультурной, социальной, профессиональной и т. п.)» [Розенталь, Теленкова, 1976: 514].

Наряду с понятием речевого портрета используются и такие понятия как языковой портрет, коммуникативный портрет, речевое поведение и речевая характеристика.

Также Н.М. Шевченко, Е.А. Попова писали про языковой портрет, который, как и речевой, составляется из лингвистических особенностей ЯЛ, которые возможно увидеть из стороннего наблюдения. Отличие первого от второго определяется анализируемым материалом. Языковой портрет опирается исключительно на письменные тексты и различные виды дискурса (литературный, виртуальный, политический и т.п.), речевой же портрет, в свою очередь, создается на базе всех форм речи, чаще всего возводя устную ее разновидность в приоритет.

Н.М. Шевченко определяет языковой портрет следующим образом: «это зафиксированное (отраженное) мировоззрение мыслителя, несущее

информацию об оценках реального мира, жизненных установках, устремлениях и идеалах. Основой языкового портрета является самоидентификация с позитивными характеристиками, суждениями, констатирующими положение дел в реальном мире. Вершиной языкового портрета является реализация авторского видения совершенства окружающего его мира» [Шевченко, 2014: 36].

Граница между понятиями коммуникативный портрет и речевой портрет уже не столь очевидна. В некоторых работах, как, например, в публикации Т.М. Балыхиной и М.С. Нетесиной 2012 года, дефиниции используются как тождественные. О.С. Иссерс формулирует следующее определение: «Коммуникативный портрет предполагает в большей степени анализ индивидуальных характеристик речевого поведения» [Иссерс, 2000: 65].

Как и в разграничении коммуникативной личности и языковой личности, можно сказать, что, исходя из звучания самого понятия, коммуникативный портрет скорее всего будет более актуален в рамках какой-либо коммуникативной ситуации, а также будет рассмотрен с точки зрения, более близкой к прагмалингвистике.

Речевое поведение в большинстве случаев считается структурной частью РП. Однако, при аспектном и фрагментарном рассмотрении РП термины часто считаются синонимами и стоят на одном уровне.

Стоит отметить, что термин так же употребляется в контексте коммуникативной ситуации, требующей совершения определенных речевых актов. Говоря о речевом поведении, мы учитываем три уровня речевого акта: локутивный, иллюкутивный и перлокутивный. Речевое поведение отражает способы выражения коммуникативной интенции, начиная с установления контакта и продолжающееся вплоть до завершения диалога.

Таким образом, Т.В. Китаева дает следующее определение речевому поведению: «Под речевым поведением понимаем форму взаимодействия людей с целью обмена информацией познавательного или аффективно-оценочного характера, проявляющуюся в речи. Речевое поведение

обусловлено обстоятельствами, в которых реализуется общение, системой речевых и неречевых условий общения (речевая ситуация) задачей, коммуникативными потребностями, национально-культурной спецификой поведения участников общения» [Китаева, 2016: 1].

Термин речевая характеристика также появился благодаря изучению образов литературных, чаще всего драматургических героев, а потому Ахманова определяет ее как «Особый подбор слов, выражений, оборотов речи и т. д. как средство художественного изображения действующих лиц литературного произведения» [Ахманова, 2004: 385].

Следующее понятие, тесно связанное с ЯЛ – речевой паспорт. «Это аспект коммуникативного поведения, а идиостиль – аспект коммуникативной компетенции. Компетенция также включает языковое чутье, т.е. «систему бессознательных оценок, отображающих системность языка в речи и общественные языковые идеалы» и языковой вкус – систему установок человека в отношении языка и речи на этом языке [Костомаров, 1994: 22].

Н.А. Вострякова выделила четыре основных составляющих речевого паспорта:

1. Биологический. Компонент включает такие биологические характеристики носителя, как пол и возраст;
2. Психический компонент отражает эмоциональное состояние коммуниканта в момент речи;
3. Социальный компонент отражает позицию человека в обществе, его профессию, национальную принадлежность
4. Индивидуальный компонент включает стабильные и вариативные характеристики личности [Вострякова, 1998].

Таким образом, понятие описания индивидуальных особенностей речи личности или социальной группы варьируется от выбранных ученым подхода к исследованию и его целей. На данный момент наиболее емким термином, служащим для описания ЯЛ, остается речевой портрет.

### 1.2.2. Речевой портрет как метод описания языковой личности

Разграничение смежных понятий позволяет углубиться в понимание речевого или же языкового портрета. На данный момент существует несколько вариантов речевого портретирования, предпочтение обычно отдается социолингвистической направленности анализа и поуровневое описание ЯЛ. «Самым распространенным является тип фрагментарного речевого портретирования, предполагающий выборочную характеристику наиболее ярких особенностей речи исследуемой ЯЛ» [Иванцова, 2008: 36]. Фонд фрагментарных портретов составляют работы Е.Л. Постниковой, Л.А. Нефедовой и др.

Целостный речевой портрет включает в себя следующие составляющие, расположенные на убавление от самых значимых:

1. Биологические особенности человека (такие как его пол и возраст), психологические, индивидуальные, заключающиеся в картине интересов человека, а также его социальный статус и роль, род занятий;
2. Особенности речевого портрета на уровне его лексикона: описание и анализ всех системно-языковых уровней;
3. Особенности речевой культуры включает своеобразный тезаурус человека, его речевое поведение в коммуникативной ситуации, учет фактора адресата.

М.Н. Шевченко также предлагает собственную многоуровневую структуру языкового портрета, созданную на основе когнитивно-прагматического анализа:

1. Первая ступень – социальная, содержащая социальную информацию (возраст, этносреда проживания, профессиональная деятельность);
2. Вторая ступень – культурная, содержащая информацию о культурной наполненности;
3. Третья ступень – интеллектуальная, содержащая информацию об интеллектуальном совершенстве;

4. Четвертая ступень – вербальная, содержащая информацию о профессиональном мастерстве;

5. Пятая ступень – концептуальная, содержащая информацию о личностно-концептуальных ориентирах в окружающем мире;

6. Шестая ступень – когнитивная, содержащая информацию авторской позиции, констатирующую положение дел в реальном мире;

7. Седьмая ступень – прагматическая, содержащая информацию авторского представления о совершенном видении окружающего мира.

Ступени могут накладываться друг на друга, вступать во взаимодействие, но каждая из них так или иначе необходима для создания завершенного языкового портрета [Шевченко, 2014: 35].

Существуют параметры, по которым возможно категоризировать речевые портреты. В своей работе мы воспользуемся классификацией речевых портретов, предложенной О.Н. Варламовой в работе «Речевой портрет женщины в социально-релевантной роли матери (на материале французского и русского языков)». В работе выделяют следующие типы речевых (языковых) портретов:

1. По количеству объектов исследования можно выделить портрет единичной ЯЛ и портрет коллективной ЯЛ.

2. По соотносительности с действительностью объект исследования может быть реальным или вымышленным.

3. По уровню обобщения объект исследования может быть релевантным/среднестатистическим.

4. По социальной локализации выделяют личностный и институциональный объект.

Отечественная лингвистика уже располагает базой описания коллективных речевых портретов. Так, например, были описаны обобщенные социолингвистические портреты современного человека (Т.Г. Винокур), современного русского интеллигента (Л.П. Крысин), современного студента (С.В. Леорда), бизнесмена (Т.А. Милёхина), немецкого солдата

(А.С. Гафарова), школьника младшего подросткового возраста (С.В. Мамаева), женщины в релевантно-социальной роли матери (О.Н. Варламова и А.В. Колмогорова)

В нашем исследовании будет составлен и описан портрет коллективной, реальной, релевантной, личностной ЯЛ.

### 1.3. Специфика изучения виртуальной личности пикап-коуча

#### 1.3.1. Специфика изучения виртуальной ЯЛ

Специфика изучения ЯЛ в виртуальном дискурсе будет несколько отличаться от анализа ЯЛ в сценарии реальной коммуникации, потому как виртуальный дискурс представляет собой новую социокультурную среду с отличительными языковыми взаимодействиями.

Виртуальная ЯЛ, по мнению В.Н. Грищенко, подходит под определение ЯЛ, данное Ю.Н. Карауловым и представляет собой совокупность произведенных ею текстов [Грищенко, 2020].

Виртуальная языковая личность стоит где-то на грани вымышленной и реальной ЯЛ так как не имеет четкого разграничения между собственной индивидуальностью и специально созданным для онлайн-дискурса образом.

Несмотря на непривычную коммуникативную среду, виртуальная языковая личность все же останется трехуровневой, что отрицает изменение методики изучения виртуальной ЯЛ. Однако, содержание уровней будет несколько отличаться.

Анализ ЯЛ в рамках виртуальной коммуникации означает рассмотрение:

- 1) коммуникативной компетенции участников интернет-коммуникации,
- 2) конструирования языковой личностью своей идентичности,
- 3) саморепрезентации языковой личности,
- 4) коммуникативного поведения в интернет-среде [Лутовинова, 2013].

Речевое поведение виртуальной ЯЛ находится под обязательством выстраиваться по определенным жанрам, которые задают нормы течения

дискурса для всех участников коммуникации. Виртуальная ЯЛ, вписываясь в жанр, показывает лишь уместные, необходимые для коммуникации свои характеристики, позволяя остальной информации остаться невидимой.

Виртуальная ЯЛ существует в среде виртуального дискурса. О.В. Лутовинова определяет виртуальный дискурс как «текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, т.е. особой модели реальности, возникающей на основе новых информационных технологий при помощи компьютерной и некомпьютерной техники и реализующей такой принцип взаимодействия пребывающих в ней субъектов, как коммуникация образов» [Лутовинова, 2013: 3]. Частью виртуального дискурса является интернет-дискурс, предполагающий общение в глобальной сети.

Несмотря на то, что виртуальный дискурс является новым коммуникативным пространством, он так же обладает теми же функциональными целями, характерными для дискурса реального. Функциональной целью может быть манипуляция, оказание помощи другому, просьба о помощи, игра, самовыражение, эмоциональный отклик, обучение и т.п.

Если в разговоре о реальной ЯЛ предполагается наличие адресата и адресанта в их оригинальном значении и в процесс построения ЯЛ входит еще и перспектива восприятия данной ЯЛ адресантом, то виртуальная ЯЛ предполагает введение нового, специфического для интернет-дискурса типа адресата и адресанта.

Адресант, в случае коммуникации в рамках виртуального дискурса, не имеет четкого представления об адресате, что приводит к тому, что фокус, вместо адресата, чаще всего получается направлен сам на себя. Новизна такого типа дискурса заключается и в том, что у адресанта часто отсутствуют точно сформулированные цели коммуникации.

Языковая личность коуча также будет являться виртуальной ЯЛ, имеющей свои определенные черты, которые помогают отличить ее от любой другой виртуальной ЯЛ.

### 1.3.2. Специфика коучинга и мотивационного дискурса

Проблемы явления тренерства тесно связаны с личностным саморазвитием, а потому, в связи с лингвистикой, были рассмотрены с точки зрения философии.

Так, одной из основных философских проблем коучинга представляется выбор солидарной мировоззренческой позиции, от которой напрямую зависят принципы дальнейшей работы с клиентом. Кроме определения общих мировоззренческих установок и создания взаимосвязи субъективных миров коуча и клиента, существует и необходимость в сохранении независимости и целостности субъективного мира клиента.

Как писала О.Б. Скородумова в своей работе про философию коучинга, главной спецификой коучинга является вид отношений, возникающих между коучем и клиентом. Для того, чтобы вышеперечисленные условия были выполнены, коуч для взаимодействий создает атмосферу, позволяющую клиенту точно определить цель и путь ее достижения, выработать стиль поведения, а также выявить и в дальнейшем раскрыть свой творческий потенциал [Скородумова, 2017].

Четкое определение проблемы и алгоритма действия в совокупности с умением выявить возможности клиента предполагает возникновение потребности в мотивировании клиента, а значит и в мотивационном дискурсе.

Основным элементом мотивационного коучинга считается взаимосвязь явлений «могу» и «хочу», где первичным элементом является «могу», а на основе его возникает и составляющая «хочу». Цель мотивационного тренинга заключается в помощи клиента выявить его шансы и умения, вывести его «могу» на поверхность, чтобы затем добиться внутренней состоятельности клиента – соответствия «могу» и «хочу».

Изучая особенности мотивационного дискурса, известный коуч выявил, что тот базируется на четырех уровнях:

- 1) совместный поиск ответа на вопрос «что делать?»

Уровень предполагает анализ проблемы клиента в присутствии коуча. Помощь тренера помогает ее идентифицировать, а также символизирует первый шаг навстречу решению.

2) формирование общего тезауруса;

Общий тезаурус выступает отличным инструментом в создании корреляции субъективных миров коуча и клиента, а также способствует самопознанию и самоизменению последнего. Перенимая новые факты и сведения, клиент покидает сессию коуча с пищей для размышлений, применяя полученные знания уже автономно, таким образом меняясь самостоятельно.

3) моделирование ситуаций;

Данный уровень заключается в подмене ранее усвоенных в результате психологических травм или иного опыта деструктивных паттернов и сценариев действия на те, что окажутся действительно верными в прорабатываемой ситуации.

4) общение «Я – Ты».

Сутью данного уровня является взаимонаправленная открытость тренера и клиента, инициатором которой становится тренер. Транспарентность на данном уровне выступает в качестве катализатора процесса саморефлексии у клиента.

Каждый из этих особенностей обязательно находит свое отражение в языке.

Так, коучинг обладает собственными жанрово-стилевыми чертами и соединяет в себе несколько функционально-стилевых видов дискурса. Эти черты характеризуются сочетанием научного и литературного стиля, соединяя научную и экспрессивную, разговорную лексику. Как правило коуч распределяет общим (реже специальным) научным знанием, но старается донести его в наиболее доступном виде, обращаясь к литературным средствам выразительности и нестандартному синтаксису, характерному неформальной коммуникации. Таким образом, речь коуча представляет собой некое стилевое

противоречие, тренер старается преподнести информацию авторитетно, но одновременно с этим в легкодоступном виде.

Выразительной чертой дискурса коуча становится наличие отдельного тезауруса, некоторые работы включают глоссарий терминов и ключевых понятий. Данная особенность также приближает научно-популярную литературу к учебной и научно-познавательной.

Из мотивационного дискурса и коучинга зародились более специфичные направления, как тренинг по личностному развитию, бизнес-коучинг, карьерный коучинг, пикакп-коучинг.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Основными понятиями теоретической базы работы являются понятия языковой личности и речевого портрета. Исследование опирается на определение ЯЛ, данное Ю.Н. Карауловым – совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью [Караулов, 2010: 245]. Наряду с ЯЛ используется ряд смежных понятий. Так, коммуникативная личность отражает цели и установки личности в коммуникативной ситуации, дискурсивная личность актуальна при создании определенной дискурсивной ситуации. Методом описания ЯЛ является речевое портретирование.

В работе мы опираемся на дефиницию речевого портрета, данную Л.П. Крысиным, – это зафиксированный в языковом материале индивидуальный стиль, который может служить для создания определенной модели языковой личности, которая может представлять системное описание обобщенного представителя той или иной лингвокультуры, а это, в свою очередь, основа для формирования типического образа персонажа [Крысин, 2001: 97]. Наряду с термином РП существуют такие понятия как языковой портрет, который создают на материале преимущественно письменных источников, коммуникативный портрет, описываемый скорее с точки зрения прагмалингвистики, но порой приравниваемый к РП, речевой паспорт, рассматриваемый как аспект коммуникативного поведения.

Для исследования также актуально понятие виртуальной ЯЛ, под которой понимается совокупность текстов, созданных находящейся в виртуальном дискурсе ЯЛ. Виртуальная ЯЛ отличается образами адресанта и адресата, где адресант не имеет четкого представления об адресате и отличается большей направленностью внимания на себя.

Виртуальная личность, все же оставаясь языковой личностью, не требует другого метода анализа и описания.

В исследовании мы рассмотрим языковую личность пикап-коуча с выявлением ее лексических, грамматических, синтаксических, стилистических, жанровых и коммуникативных характеристик, отражая результаты рассмотрения в коллективном речевом портрете, приведенном во второй главе.

## ГЛАВА 2. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ФРАНЦУЗСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ПИКАП-КОУЧЕЙ

2.1. Лингвистические черты речевого портрета французского пикап-коуча

2.1.1. Лексические характеристики речи французского пикап-коуча

Отметим, что основным важным наполнением речи пикап-коуча является лексика тематики взаимоотношений и номинаций мужчины и женщины.

Для помощи в анализе лингвистических особенностей ЯЛ французского пикап-коуча, а в частности их лексической составляющей, была использована программа Sketch Engine, предоставляющую функцию Word Sketch, позволяющую отследить частоту использования определенных слов и выделить лексико-семантические поля.

Функция word sketch программы sketch engine позволила нам выделить основные лексико-семантические поля, используемые в речи пикап-коуча. Так как основной целью пикап-коучинга является помощь мужчине в успешном установлении романтических отношений с женщиной, было решено рассмотреть слова, находящиеся в корреляции с леммами *femme* (женщина) и *fille* (девушка), результаты схематично показаны на рисунках 1 и 2. В результат схемы были включены наиболее часто употребляемые и семантически содержательные единицы, которыми в данном случае оказались глаголы и прилагательные.

Часть диаграммы, отмеченная розовым и покрывающая большую часть схематичного диска составляют глаголы, зеленая же часть отведена прилагательным, дополняющих в тексте основу лексическо-семантических полей. Расположение лексем на схеме зависит от частоты сопряженного

употребления с лексемой в центре (чем ближе к центру, тем чаще), размер кругов и яркость окраски зависит от частоты употребления в целом.

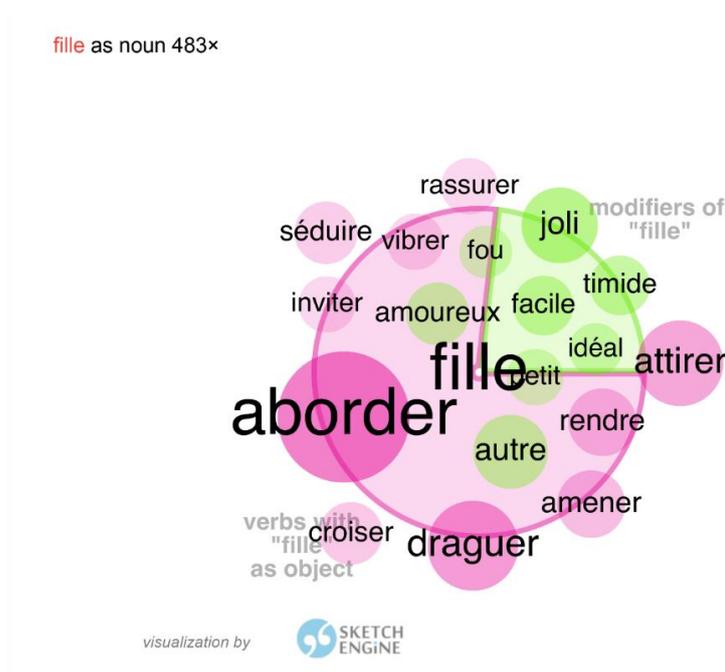


Рисунок 1. Корреляции с лексемой fille

femme as noun 586×

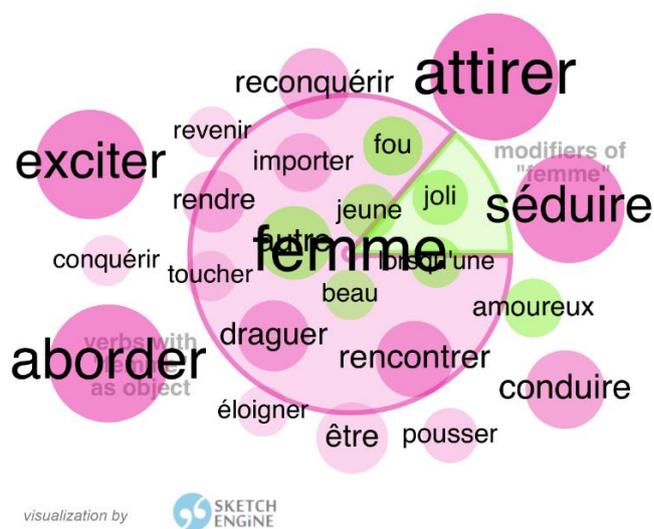


Рисунок 2. Корреляции с лексемой femme

Выделенные программой глаголы лексико-семантического поля на рисунках 1 и 2 можно условно разделить на две группы:

1. Глаголы со значением завоевания: *заполучить* (*aborder*, 155), *привлечь* (*attirer*, 124), *удержать* (*garder*, 34), *завоевать* (*conquérir*, 17), *выиграть* (*gagner*, 17), *заполучить* (*obtenir*, 13);

2. Глаголы в семантическом поле обольщения: *соблазнить* (*séduire*, 131), *обольстить* (*draguer*, 110), *переспать* (*coucher*, 85), *возбудить* (*exciter*, 50), *заинтересовать* (*intéresser*, 42), *затронуть* (*toucher*, 21).

Представленные выше схемы показывают, что наиболее частые соотношения лемм *femme* и *fille* наблюдаются в первую очередь с глаголом *aborder*, обладающему семантикой завоевания, заполнения и обозначенному кругом самого большого размера и яркой окраски на схеме. Глаголы, обозначающие завоевание, иллюстрируют женщину в качестве конечной цели обольстителя, приза, который нужно заполучить с применением различных методик и способов. Следующими по количеству применений представляются глаголы *séduire*, *exciter*, *attirer*, которые входят в лексико-семантическую группу глаголов, отражающих обольщение и использующихся в большинстве своем в сексуальном контексте. Их преобладание отрицает перспективу продолжительных романтических отношений или создание осмысленной связи, скорее фокусируясь лишь на отношениях сексуальных.

Следующий этап заключался в рассмотрении прилагательных лексико-семантического поля, так как они выполняют описательную функцию в языке и также выражают образ женщины в речи пикап-коуча. Программа позволяет выделить следующие лексемы: *влюбленная* (*amoureux*, 69), *маленькая* (*petit*, 47), *одинокая* (*seule*, 40), *красивая* (*joli*, 28), *доступная* (*facile*, 23), *безумная* (*fou*, 22), *молодая* (*jeune*, 20).

Судя по схеме, чаще всего в качестве дополнения главных лексем пикап-коучами использовалось прилагательное *amoureux*, обозначение которого ближе всего расположено к центру. В близкой расположенности на схеме находятся прилагательные *idéal* и *facile*, носящие семантику идеала или же

идеального, легкого, желанного сценария взаимодействия с описываемой женщиной. В совокупности с приведенными ранее лексемами применение прилагательного с семантикой влюбленности для дополнения образа женщины подчеркивает, с позиции пикап-коуча, что этот признак нужно в женщине искать или стремиться его вызвать. Следующие, несколько менее используемые прилагательные, такие как *beau, joli, fou, jeune* фокусируются на описании общепринятых положительных признаков женщины, особенно выделяя ее внешнюю красоту и молодость. В некоторых случаях в статьях «женщина» или «девушка» заменялись словосочетаниями вроде «потрясная блондинка» (*blonde superbe*). Важное место в лексико-семантическом поле занимают и прилагательные *petit* и *timide*, смысловой оттенок которых рисует образ женщины небольшой и стеснительной, робкой.

Лексико-семантические поля с центральными лексемами «женщина» и «девушка» позволяют выделить, что, упоминая женщину, пикап-коуч всегда отмечает ее привлекательность и имеет ввиду ее завоевание и обольщение. Такой взгляд позволяет говорить об *объективации* женщины в речи пикап-коуча. Под понятием объективации понимают восприятие человека в качестве объекта с наименьшим вниманием к его человеческим качествам. В данном случае речь идет о сексуальной объективации, при которой качества женщины абстрагируются и упрощаются, сводясь лишь к тем чертам, которые считаются привлекательными в мужском обществе.

Так, в лексико-семантическом поле мы не наблюдаем возможных личностных качеств, подчеркивающих индивидуальность, манеру держаться, интеллект, таланты, увлечения или, например, целеустремленность женщины. Присутствуют лишь лексемы с семантикой внешней привлекательности, красоты, молодости, являющиеся поверхностными и распространенными характеристиками, способными ответить лишь сексуальным потребностям заинтересованного. Глаголы поля также включают лишь единицы с семантикой соблазнения и обладания женщины, исключая любые другие возможные намерения, возникающие при знакомстве с человеком. Наличие

прилагательных со значением робости и легкодоступности также доказывают, что личность женщины упрощается до тех качеств, которые отвечают простому выполнению поставленной цели мужчины.

Таким образом, видение женщины пикап-коучем является объективированным. Личностные качества девушки рассматриваются лишь с целью выстраивания стратегии ее «завоевания». Женщина предстает привлекательным призом, который нужно постараться заполучить.

Следующее выделенное лексико-семантическое поле, представленное на рисунке 3, фокусируется вокруг центральной лексемы *féminin* (женский), и позволяет нам определить взгляд пикап-коуча на женственность. Судя по схеме, центральная лексема чаще всего использовалась в сочетании с такими словами как *мозг* (*cerveau*, 32), *сторона* (*côté*, 22), *голос* (*voix*, 21), *психология* (*psychologie*, 11), *природа* (*nature*, 10), таким образом отдельно выделяя и подчеркивая «женский» образ мышления и взгляд на мир. *Женский* также часто использовалась в сочетании с *чувственный* (*sensuel*, 6), в основном приравнивая оба прилагательных.

*féminin* as adjective 42x



visualization by SKETCH ENGINE

Рисунок 3. Корреляции с лексемой *féminin*

Теперь рассмотрим лексико-семантическое поле *homme* (мужчина). Отобранная программой группа глаголов, как показанная на диаграмме (Рисунок 4), так и выбранная лично, отражает то, что пикап-коуч говорит клиентам действовать и работать для заполнения своей цели: *быть должным* (devoir, 179), *делать* (faire, 175), *желать* (vouloir, 159), *завоевывать* (aborder, 155), *уметь* (savoir, 127), *стать* (devenir, 66), *пытаться* (essayer, 35), *действовать* (agir, 24), *работать* (travailler, 24).

homme as noun 227x

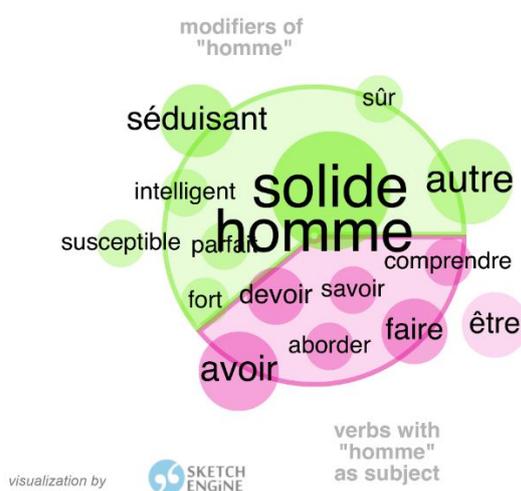


Рисунок 4. Корреляции с лексемой homme

Интересно обратить внимание на то, что глаголы, выражающие *неудачу* (faillir, 74) или *сомнение* (hésiter, 15), употребляются только вместе с отрицательными частицами «ne», «pas», «jamais», таким образом призывая читателя верить в свой успех и действовать без замедлений.

Как и в случае с анализом лексики, направленной на женщин, рассмотрим прилагательные, чаще всего употребляемые пикап-коучами в сторону мужчин.



недостаток мужественности у клиента пикап-коуча, который, вероятно, он будет пытаться восполнить.

Таким образом, можно заключить, что мужественность пикап-коучи рассматривают как изменчивое качество, отражающееся в признаках образа мыслей, поведения и внешности, над которыми можно и нужно работать.

Пикап-коуч через текст своего блога рисует портрет успешного в отношениях мужчины, выражая все необходимые качества прилагательными, и настраивает своих клиентов на уверенное, незамедлительное действие для достижения своей цели в рамках своих личных интересов. Так, в примере 1 пикап-коуч использует простое будущее время, употребляемое во французском языке для передачи уверенности в исходе, и говорит о том, что уверенная позиция (*une attitude solide*) обеспечит влечение к клиенту девушки, т.е. достижение цели.

Обратимся к остальной части лексической составляющей речевого портрета пикап-коуча. Стоит отметить, что около 60% профессионализмов пикап-артиста – заимствования из английского языка или прямой перенос английских понятий, обусловленные тем, что движение пикап-коучинга зародилось именно в англоязычных странах. Фигурирующие понятия не только выделяют интернет-сообщество среди остальных, но и определяют основные темы дискурса и проливают свет на решаемые в блогах проблемы. Примерами становятся такие заимствованные понятия как: *PUA – pickup artist, mâle alpha, Un gamer, Le nice guy, la Friend Zone, Le vrai mâle, un coach, le coaching, opener*.

Английское влияние заметно не только в области терминологии, англицизмы из различных областей часто разбавляют привычный французский слог пикап-коуча, придавая ему ощущение новизны и современности.

Часть заимствований является лишь результатом глобализации и иллюстрирует явления повседневной жизни, чаще всего связанные с технологиями или интернетом: *texto, matchée en ligne, tinder*. Необязательные

заимствования, эквивалент для которых уже существует в французском языке, часто используются для придания речи окраски и делают эмфазу на сказанном. Примерами таких заимствований были бы: *full speed* (по полной), *de fun* (веселья), *le job* («работа» для выражения «задача»), *bookée* («зарезервированный» для выражения «занятый»).

В своих блогах пикап-артисты порой прибегают и к использованию распространенных английских поговорок:

1) *fake it until you make it* (притворяйся пока не получится)

Лексическая составляющая ЯЛ пикап-коуча также четко отражает его когнитивный уровень из трехуровневой модели ЯЛ Ю.Н.Караулова. Пикап-коуч оперирует определенным набором категорий и концептов. Так, особенностью концептосферы пикап-коуча является наличие определенных архетипов, стандартов, на которые они часто ссылаются в своей работе. Для описания таких прототипов личности мы решили взять понятие В.И. Карасика «модельная личность». По определению «Модельная личность представляет собой стереотип поведения, который оказывает существенное воздействие на культуру в целом и служит своеобразным символом данной культуры для представителей других этнокультур» [Карасик, 2018, 11].

Приведем примеры модельных личностей, которые чаще всего фигурируют в языке французского пикап-коуча:

**Alpha mâle** (Альфа-самец). Термины *альфа* и *бета* впервые были упомянуты в контексте царства животных в 1960х годах. Лидерам животных стай присваивалось название альфы, тем, кто следовал за ними – беты. Довольно любопытно на внимание к биологическим терминам со стороны сообщества обольщения повлияла теория эволюции. Последовав пример Дарвина, многие ученые сходились на мнении о том, что, помимо борьбы за выживание и ресурсы, мужские особи были также вынуждены бороться друг с другом и за партнеров. Считалось, что женская особь выбирает себе партнера по «качеству», которое определялось силой, способностью бороться,

проявлять более агрессивное поведение и занимать более высокую позицию в иерархии.

Так, модельная личность альфа-самца строится по подобным «выигрышным» качествам и имеет наибольшее влияние в пикап-коучинге по всему миру. Альфа представляет из себя типаж идеального мужчины (по мнению других гетеросексуальных мужчин). Джесс Сигнал дает альфа-самцу следующее шуточное определение «Женщины хотят быть с ним, мужчины хотят быть им» [Signal, 2016].

Альфа-самец выделяется традиционно маскулинными качествами. Он доминантен, силен, успешен, уверен в себе, имеет высокий социальный статус, не готов идти на компромисс и всегда получает то, что хочет. Самое главное, альфа-самец популярен среди женщин.

2) *Dans la plupart des cas ce n'est pas parce que le mec est riche que la nana sera attirée, mais parce qu'il a un état d'esprit solide, un état d'esprit de male alpha, qui est justement ce qui lui a permis d'acquérir sa richesse. (В большинстве случаев парень привлекает девушку не из-за его богатства, но из-за его уверенного мышления, мышления альфа-самца, которое и позволило ему разбогатеть).*

В примере 3 успех в отношениях (привлечение девушки), а также желаемое в обществе качество, богатство, объясняется наличием мышления альфа-самца с помощью причинно-следственных конструкций *parce que, qui est justement ce qui*.

3) *Dans la communauté de la séduction, on met souvent en avant le leadeur, L'Alpha Male, le dominant, celui qui dirige le groupe et séduit les filles plus vite que son ombre. (В сообществе соблазнения мы часто выдвигаем лидера, Альфа-Самца, доминанта, того, кто возглавляет группу и соблазняет девушек быстрее кого-либо).*

В примере 4 альфа-самец представлен в ряде приложений, определяющих данную единицу, этими приложениями являются лексемы лидер и доминант, а также тот, кто возглавляет, тот, кто соблазняет

*девушек быстрее всего*. Семантика данных единиц обозначает превосходство, власть над определенным обществом (лидер, доминант, возглавлять). Превосходная степень в *быстрее всего* также является показателем превосходства.

Этот тип личности также часто отождествляется с модельной личностью **vrai homme** (настоящий мужчина), характеризуя его и задавая канон, которого каждый мужчина должен придерживаться.

**Beta mâle** (Бета). Альфа в речи пикап-коуча противопоставлены Бета. Тип бета представляет собой мужчину слабого, готового уступать более проворным конкурентам, неспособного занимать достойную социальную ступень или уважаемую должность. По мнению одного из пикап-коучей, статьи которых послужили базой для исследования, бета может иметь успех в личной жизни только если у девушки плохой вкус в выборе партнера, как показывает пример 5:

4) *Les filles ont donc légalement le droit d'avoir mauvais goût, et de trouver génial un mec qui se passionne pour le tuning ou les superhéros (у девушки также есть право не разбираться в мужчинах и быть в восторге от парня, повернутого на тюнинге или супергероях).*

**Gentil garçon/nice guy** (англ. милый парень). Этот тип личности характеризуется избыточным уважением к женщинам, а соответственно неумением доминировать и быть лидером. Милый парень часто рассматривается как слишком мягкий и податливый, неумеющий отказать и не уважающий себя мужчина, возносящий каждую встречную женщину на пьедестал. В блогах милый парень даже описывается как «кастрированный», лишенный всяческих маскулинных качеств.

**Un gameur/gamer** (англ. игрок). Модельная личность игрока представляет собой не такого идеального мужчину, как альфа-самца, но так же пользуется уважением со стороны сообщества обольщения. Игрок может не занимать самую высокую должность и не обладать значимым социальным статусом, но эти параметры не являются фокусом внимания пикап-коуча.

Единственное, что имеет значение в типаже игрока – его умение соблазнять женщин. Модельная личность игрока представляет собой очаровательного, уверенного в себе и своем будущем успехе мужчину, который никогда не сталкивается с коммуникативными неудачами и не тратит время в пустую.

ЯЛ пикап-коуча также располагает и определенными концептами, также выраженными в его регулярном вокабуляре:

**Friend zone.** Термин представляет собой ситуацию, в которой мужчина не получает ответа на свои романтические чувства по причине нежелания женщины менять их дружеские отношения на романтические. В контексте пикап-коучинга фрейм также предполагает причины попадания в френдзону. Мужчина, скорее всего, был недостаточно проворным, интересным либо настойчивым. В речи пикап коуча френдзона упоминается как элемент, от которого желательно избавиться. Так, из 43 упоминаний концепта 13 употребляется в сочетании с глаголом *sortir*, что говорит о цели выхода из такой ситуации как френдзона. Приведенный пример 6 – один из многих, в котором пикап-коуч дает совет по тому, как избежать френдзоны и призывает клиента к решимости действовать.

5) *Pour sortir de la friendzone (ou ne jamais y entrer), un aspect clé de votre attitude est votre capacité à passer à l'action. (Ключевым аспектом для того, чтобы выйти из френдзоны (или вообще туда никогда не попадать), является ваша способность переходить к действию).*

**Opener** в мире пикап-коучинга обозначает первую фразу, с которой начинается будущий разговор. Фраза должна быть настолько емкой, чтобы расположить человека на коммуникацию и сразу ему понравиться. Такую коннотацию «открывашка» приобрела именно в контексте общества соблазнения.

6) *Des éléments de conversation qui vous permettront de durer plus longtemps après votre opener, et de ne pas manquer de sujet de conversation pour séduire. (Элементы разговора, которые позволят вам дольше продержаться после вашего опенера и не упустить темы для соблазняющего разговора.)*

7) *L'idée de l'âge n'est pas un opener, une phrase pour aborder une fille, mais une vanne à placer dans la conversation. (Тема возраста не подойдет для опенера, фразы, с помощью которой можно заполучить девушку, но скорее спасательная шлюпка в разговоре.)*

Пример под номером 7 дает дефиницию опенера, показывая, что это специальная фраза, которая используется, чтобы «открыть» разговор. Следующий пример 8 демонстрирует, насколько важно использовать правильную фразу так как с ее помощью можно завоевать девушку, и, как в предложении, выбор вопроса про возраст может послужить помехой в соблазнении девушки.

**La méthode RDV (Rassurer – Divertir – Valoriser).** Концепт задает определенный сценарий, следуя которому клиент пикап-коуча преуспеет в личных делах. Следующий пример 9 показывает, что *la méthode RDV* это специально разработанная методика, следующая определенным принципам (естественность и уважение), а также гарантирующая определенный результат в виде умения соблазнять в любой ситуации.

8) *Dans la méthode RDV développée par Sélim pour apprendre aux hommes à séduire partout, tout le temps, avec naturel le respect, ce qui compte, c'est d'obtenir une réaction. (В методе RDV, разработанным Селимом, чтобы учить мужчин соблазнять всегда и везде с естественностью и уважением, важно заполучить реакцию.)*

2.1.2. Грамматические характеристики речи французского пикап-коуча

В статьях коучам часто приходится приводить в пример гипотетические ситуации и предполагать их исход, что во французском языке принято выражать условным наклонением. В языке пикап-коуча же выделяется тенденция применения простого будущего времени вместо условного наклонения:

9) *Et si vous n'êtes pas calme et maître de vos émotions, vous passerez à la trappe. (и если вы не совладаете с эмоциями, то обязательно попадётся в ловушку.)*

10) *Une fille qui s'intéresse à vous enverra parfois le premier texto. Vous répondra. Trouvera du temps pour vous. (Заинтересованная в вас девушка иногда будет первая вам писать. Она вам ответит, найдет для вас время.)*

Простое будущее время в французском языке характеризуется тем, что применяется для описывания не вероятных или предполагаемых, а реальных событий. Такая грамматическая характеристика простого будущего времени отражает высокую степень уверенности в словах пикап-коуча на прагматическом уровне. Тренер уверяет, что то, о чем он говорит, точно сбудется. Так, в примере 10, с применением простого будущего времени, пикап-коуч убеждает читателя в неизбежных последствиях игнорирования его совета. В примере 11 коуч, оперируя все тем же временем, моделирует правильную картину мира читателя, говоря, как точно должно быть, и как непременно будет.

Одной из задач коучинга также является мотивирование аудитории и побуждение к действию. В грамматике оно выражается частым употреблением глаголов в речи, в особенности в форме императива:

11) *Conseil final : soyez sûr de vous,  aimez-vous et  respectez-vous. (Последний совет: будьте уверены в себе, любите и уважайте себя.)*

12) *Mon conseil : dédramatisez, entourez-vous de femmes, discutez avec vos collègues, vos sœurs, prenez l'habitude de parler à des femmes afin de ne pas mettre trop d'enjeu dans ces rencontres. (Мой совет: успокойтесь, окружите себя женщинами, говорите с вашими коллегами, сестрами, научитесь говорить с женщинами, чтобы слишком не полагаться на эти знакомства)*

13) *Soyez fier de vous, soyez énergique. (Гордитесь собой, будьте активны)*

В примерах 12 и 14 коуч применяет императивную форму глагола, буквально приказывая своей аудитории поднять свою самооценку и уровень

уверенности в себе, приближая своих учеников к стандарту успешного в отношениях мужчины.

Пример 13 показывает активный призыв к действию, также выраженный императивом. Рядом однородных сказуемых пикап-коуч говорит члену аудитории начать совершать обильные и синхронные действия.

Быстрый взгляд на местоимения также показывает, что пикап-коуч делает упор именно на читателя и потенциального клиента, в два раза чаще используя местоимение *vous* (2390), чем *je* (747).

Таким образом, через простое будущее время пикап-коуч дает точные прогнозы, гарантируемо реализуемые в ближайшем будущем. Форма императива применяется для выражения четких инструкций к выполнению, к реализации прогнозируемых ситуаций.

### 2.1.3. Синтаксические и стилистические характеристики речи пикап-коуча

Речь пикап-коуча выражается также и нестандартным синтаксисом и богатой вариацией литературно-выразительных средств, рассмотренные в этой главе.

Так как часть цели коучинга – точно объяснить и описать проблему, языку тренера характерен параллелизм, выражающийся в обильном употреблении синонимов и однородных членов, которые позволяют подробнее проиллюстрировать проблему и позволяют убедиться, что читатель точно понимает, о чем говорит автор статьи.

14) *Un manque de virilité, un manque d'assurance. Une petite voix qui sentait l'hésitation. (Недостаток мужественности, недостаток уверенности. Голосок, который чувствует сомнение.)*

15) *La fille en question a peut-être un mec. Elle est peut-être vraiment très pressée. Elle a peut-être déjà été saoulée par un ou deux relous dans la journée. (Девушка под вопросом уже, может быть, с парнем. Она, может быть,*

действительно занята. Она, может быть, сегодня уже встречалась с теми, кто пытался к ней подкатить.)

16) *Vivez pleinement la vie que vous avez envie de vivre. Donnez-vous en les moyens. Travaillez dur, lisez, sortez, partagez de bons moments avec vos amis. Pensez à vos émotions, à votre repos. (Живите полноценно той жизнью, которой хотите жить. Усердно работайте, читайте, гуляйте, разделяйте приятное с друзьями. Думайте о своих чувствах, об отдыхе.)*

В примере 15 пикап-коуч использует параллелизм для объяснения одного явления несколькими известными читателю семемами. Отмечается одинаковое построение двух частей первого сложного предложения, отождествляющее понятия отсутствия мужественности и уверенности. В последующем предложении также использовано подобное построение для продолжения темы и более доступного расширения понятия отсутствия уверенности, которое теперь сравнивается с голосом, внушающим сомнения.

В 16 примере параллелизм используется для совместного с читателем размышления. Каждое предложение начинается в одинаковой манере (она, может быть), что настраивает читателя на дальнейший паттерн предположений, заставляющий его мысленно продолжать цепочку.

Пример 17 показывает применение параллелизма для более широкого иллюстрирования понятия. Однотипными предложениями коуч приводит пример названной вначале «полноценной жизни», предлагая читателю вместе с этим варианты дальнейших действий.

Для простоты донесения информации часто используются и простые или неполные предложения. В примере 18 вместо того, чтобы выразить мысль в одном предложении, пикап-коуч разбивает ее на несколько более коротких, таким образом усиливая эффект от сказанного (не два. Не унижайтесь):

17) *Un texto sans réponse, ça peut arriver. Pas deux. Au bout de deux textos sans réponse : zappez. Ne vous humiliez pas. (Одно сообщение без ответа, такое бывает. Не два. После нескольких проигнорированных сообщений прекратите. Не унижайтесь.)*

Предложения могут также быть преследованы многоточиями (как в примере 19), несколько замедляющими скорость мыслительного процесса читателя, заставляя его самому продолжить мысль или больше поразмышлять над написанным:

18) *Vous allez commencer à comprendre comment elle pense...Ce qu'elle attend de vous...Et ce dont elle rêve dans une relation... (Вы начнете понимать ход ее мыслей... Чего она от вас ждет...О чем мечтает в отношениях...»*

В статьях часто встречаются вопросительные предложения, взаимодействующие с читателем, помогающие не терять его внимание.

19) *Comment faire pour qu'elle réponde enfin ? (Что же сделать, чтобы она наконец ответила?)*

20) *A votre avis, vous envoyez quel message quand vous envoyez 5 textos qui restent sans réponse ? (На ваш взгляд, какое сообщение нужно отправить, когда вы уже отправили 5 сообщений, оставленных без ответа?)*

21) *Est-ce que le souci vient de vous ? Est-ce que vous avez mal fait quelque chose ? (Возможно, проблема в вас? Может, вы что-то не так сделали?)*

Все три приведенных примера (19,20,21) будят в читателе желание найти ответ на заданные вопросы, но также и скорее узнать правильное решение, обращаясь к следующим за вопросами абзацам блога.

Для сближения с читателями и также по причине того, что примеры приводятся из реальной жизни, в статьях отмечается лексика разговорного регистра: *Kiffeur, psy, Mouais, Vof, esquiver, bouger, zapper, un mec, relou.*

Язык пикап-коуча также не страдает от недостатка оборотов речи. Иллюстрирование ситуаций иногда производится с помощью художественных приемов:

Метафоры:

22) *Le poison du doute qui tourne dans vos têtes. (Яд сомнения, который уже разливается у вас в голове.)*

Метафоры являются одним из лучших способов описания сложных концептов, соединяя совершенно разные объекты по какому-либо общему

признаку. Так, в примере 22 «сомнение» соединяется с «ядом», говоря ученику пикап-коуча о том, что сомнения окажутся для него настолько же смертоносными, перенимая на себя характеристику яда. Сомнения также начинают образно обладать свойством яда как жидкости, условно и неотвратимо «разливаясь» в голове читателя.

Эпитеты чаще всего применяются пикап-коучами для красочного описания женских характеристик, точно создавая образ желанной женщины для аудитории. Один из примеров:

23) *Cheveux nickel (безупречные волосы)*

Сравнения. Как и с метафорами, пикап-коучи также прибегают к сравнениям, чтобы переложить характеристику одного объекта на другой. Как в примере 24, это чаще всего оказываются сравнения мужчин с сильными, резвыми животными, вроде жеребца.

24) *Tout comme le bourrin, méga sportif, un peu bas du front, qui aime bien se dire « jaloux » (Прямо как жеребец: мега спортивный, с немного надвинутыми на глаза бровями, называет себя «ревнивым»)*

Градация характеризуется постепенным нарастанием или угасанием интенсивности по мере высказывания мысли.

25) *Le but d'un coaching en séduction, c'est de mettre en avant vos qualités. D'appuyer fort sur ces qualités. De tout miser dessus.» (Цель обучения в обольщении – достать ваши лучшие качества наружу. Сильно сыграть на этих качествах. Поставить на них все.)*

В примере 25 использована возрастающая градация, с каждым предложением интенсивность описанного действия возрастает. Сначала речь идет лишь о том, чтобы достать свои личные качества наружу т.е. сделать их видимыми, затем пикап-коуч говорит о правильном их применении (сыграть на них), последний же этап предполагает полностью на них положиться (поставить на них все). Категоричность последнего предложения помогает пикап-коучу показать важность предлагаемой коучем методики (достать из человека его лучшие качества), как и убедить в ее значимости аудиторию.

#### 2.1.4. Коммуникативные характеристики речи французского пикап-коуча

Определение коммуникативных тактик будет осуществляться по классификации, предложенной О.О. Иссерс.

Как мы уже выяснили из теории виртуальной языковой личности, языковая личность в интернет-дискурсе всегда стремится к выгодной самопрезентации, обращая на себя положительное внимание потенциального адресата. Также эта тактика подтверждает несколько самонаправленный характер виртуальной коммуникации, когда адресант не имеет представления об адресате.

Пикап-коучинг заключается в обучении, но в качестве основной стратегической цели имеет выгодную самопрезентацию, с помощью которой он добивается доверия клиентов. Для ее осуществления были использованы следующие тактики:

**Тактика самопрезентации:** Использованная тактика направлена на подчеркивание богатого опыта и профессионализма коуча, которые должны внушать читателю доверие и придавать еще больший вес его советам

26) *Après plus de 10 ans de coaching en séduction. (После 10 лет обучения обольщению.)*

27) *Comme tous les apprentis séducteurs que je coache depuis 10 ans. (как и все опытные соблазнитель, которых я учу уже 10 лет.)*

28) *Après 12 ans passés à coacher des hommes comme vous. (После 12 лет обучения таких мужчин, как вы.)*

В примерах 27-29 пикап-коучи упоминают свой стаж работы, который в обществе считается довольно большим (10, 12 лет), заставляя аудиторию относиться к ним, как к профессионалам своего дела, вызывая доверие и уважение клиентов соответственно.

29) *Le nice guy vient souvent me voir pour me demander comment je fais pour « tchatcher » une fille, me demande des recettes miracles pour devenir un mec*

*charismatique, pour avoir confiance en soi, pour devenir un alpha. («Милые парни» часто обращаются ко мне за советом, спрашивают, как я «завоевываю» девушек, пытаются узнать у меня магический рецепт, который помог бы им стать мужчиной харизматичным, уверенным в себе, стать альфа-самцом)*

Пример 30 также иллюстрирует попытку коуча показать свой профессионализм, утверждая, что к нему часто обращаются за советом, рисуя это как типичное явление.

**Эмоционально-располагающая тактика.** Тактика позволяет пикап-коучу сблизиться с читателем и создать ощущение единения в борьбе с одной общей проблемой.

30) *On est là pour vous coacher. (Мы здесь, чтобы вас научить.)*

31) *Je me souviens que lorsque j'étais célibataire, je m'arrachais les cheveux à essayer de comprendre ce que voulaient certaines femmes... (Помню, когда я и сам был одинок, я выдирал волосы на голове, пытаюсь понять, чего хотят некоторые женщины...)*

В примере 31 коуч эмоционально настраивает ученика, показывая, что он больше не обязан оставаться один на один со своей проблемой. Фраза также часто применяется, чтобы заранее успокоить человека по поводу его потенциальных ошибок, ведь в учебе они простительны.

Пример 32 также является показателем того, как пикап-артист убеждает своего ученика в том, что он не одинок в своем тяжелом положении. Коуч приводит себя в пример, также успокаивая клиента в том, что тот может выбраться из своей горькой ситуации, как когда-то это сделал его тренер.

**Тактика игры на понижение.** В своей речи часто пикап-коуч пользуется тактикой игры на понижение, присваивая не заслуживающие уважения качества тем концептам, с которыми не согласен. Таким образом тренер также настраивает своих учеников придерживаться общего с ним мнения.

32) *Il en faut pour tout le monde, non ? Et il n'y a pas que des filles Alpha, il y a aussi des filles Beta. Il va falloir définir le terme Beta à un moment : on va dire que c'est un peu le second, pas le leader, celui qu'on ne remarque pas immédiatement. (Но каждому свое, не так ли? Существуют не только альфа-самки, но и бета. Когда-то нужно будет объяснить, что значит бета: можно сказать, что это кто-то, кто всегда несколько тащится позади, не лидер, на кого сразу и не обратишь внимания.)*

В примере 33 коуч наделяет бету непривлекательными характеристиками, указывая аудитории, кого нужно и нельзя пытаться обольстить.

33) *Certains coachs faibles vous parleront de persévérance. (некоторые слабые коучи будут вам говорить про упорство.)*

Учитель в сфере обольщения также иногда применяет тактику игры на понижение в сторону других пикап-коучей, с которыми он не согласен, называя их слабыми, скорее всего, заодно имея в виду и их методику, как в примере 34.

Таким образом, используя тактику самопрезентации, эмоционально-настраивающую тактику и тактику на понижение, пикап-коуч добивается выгодной самопрезентации, располагая клиентов к себе и доказывая свою компетентность. Тактика самопрезентации применяется для демонстрации богатой области знаний и опыта коуча, эмоционально-настраивающая тактика способствует саморефлексии и открытости клиента в сторону коуча, а тактика игры на понижение позволяет пикап-коучу задавать стандарт и призывать клиентов не ориентироваться на средний результат.

## 2.2. Лингвистические характеристики речевого портрета английского пикап-коуча

### 2.2.1. Грамматические характеристики речи английского пикап-коуча

Грамматически, пикап-коуч в своей речи придерживается простых конструкций. Отмечается частота использования условных наклонений, в частности первого типа, используемого для выражения результата в будущем или констатации фактов:

1) *If you show patience and sincerity, they will eventually yield positive results.* (Если вы проявите искренность и терпение, они в конце концов принесут вам положительные результаты.)

Встречаются также и предложения в условном наклонении смешанного типа, где результат представлен в простом настоящем времени, используемом для передачи фактов, или простом будущем времени, также отражающем уверенность в вероятном исходе:

2) *If I said I loved chainsaws and carving chainsaw art in my free time, but I actually didn't, the sparkle won't be there and the girl won't see it.* (Если бы я сказал, что мне нравятся бензопилы, и я в свободное время увлекаюсь резьбой, но это было бы не правдой, не возникнет никакой искры, и девушка это почувствует.)

Простое будущее время и конструкция *to be going to* также применяется для описания будущих ситуаций, в вероятности которых говорящий уверен. В купе с практически полным отсутствием модальных глаголов не высокой степени уверенности, грамматика является убеждающим фактором в речи пикап-коуча. Если же модальные глаголы и встречаются, то только высокой степени уверенности, такие как *can/should*:

3) *By the end of reading this, you should have your crush drooling to date you.* (Под конец этой статьи ваш краш должен будет слюнки на вас пускать.)

Для обучения коуч также применяет причинно-следственные конструкции, которые, как и условные, заранее прописывают читателю результат установленных коучем действий:

4) *The better you get with that task, and the more you improve your skill... the more of a passion it will become and the more attractive a girl might find you practicing it. (Чем лучше вы становитесь в определенном занятии, чем больше вы развиваете свой навык... тем больше вы станете этим увлекаться, и тем привлекательнее вас посчитает девушка, когда вы будете этим заниматься.)*

Также, у пикап-коучей наблюдается необычная частота построения предложений по плану дефиниции. Так как коучи обучают, то им характерно самим давать определение некоторым понятиям:

5) *Getting to know someone is a dance. It is a balance of leading and following. (Знакомство – это танец. Это баланс ведения и следования.)*

В данном примере определение коучем дается через прием метафоры. Ситуации знакомства пикап-коуч приравнивает ситуации танца, соответственно, перенося все характеристика танца на разговор, представляя его в глазах читателя более интересным. Коуч в ситуации знакомства наделяет коммуникантов ролями ведущего и ведомого, как в танце, предписывая курс действий.

6) *A high-value woman is someone who is interesting, enjoyable to be around, and adds value to the people in her life. (Достойная женщина – это кто-то интересный, приятный компаньон, кто возвышает свое окружение.)*

В настоящем примере в определении «достойной женщины» прослеживается применение коучем оценочной семантики (интересный, приятный, возвышающий), которой он показывает, что к такому определению нужно стремиться.

7) *Seduction is an art form. (Соблазнение – это вид искусства.)*

Пример под номером 7 также является метафорой. Пикап-коуч приравнивает соблазнение к виду искусства, которое значится в словарях как «В той или иной степени установленная структура, образец или схема, которой

следуют при создании художественного произведения» [Dictionary.com] или «признанное средство художественного выражения» [Collins Dictionary]. Таким образом, пикап-коуч представляет соблазнение как установленный и общепризнанный способ самовыражения, проявляющееся по установленным канонам, НАВЫК.

### 2.2.2. Лексические характеристики речи английского пикап-коуча

Лексика с семантикой обучения показывает, что коучи рассматривают пикап и отношения в качестве навыка, которому можно научиться, и в котором можно преуспеть, придерживаясь определенных стратегий и методик: *tools* (инструменты), *skills* (навыки), *steps* (шаги), *actionable secrets* (аукционные приемы), *technique* (техника), *method* (метод), *strategy* (стратегия), *practice* (тренировка), *theory* (теория), *trick* (прием), *tip* (совет).

8) *Making a girl attracted to you can be as easy as having an amazing life and asking her to join, but there are many other seduction techniques and persuasion methods to make her want to be your girlfriend. (Привлечь девушку к себе может быть просто, как вести замечательную жизнь и предложить ей присоединиться, но, чтобы ей захотелось стать вашей девушкой, существует множество других техник соблазнения и методов убеждения.)*

9) *Getting people to like you is a skill, and like playing the piano or cooking a mean omelette, you can get better through perfect practice. Knowing attractive body language, how to flow a conversation, and nailing the trust factor are all keys to going from getting a girl to like you to eventually making her fall in love with you. (Умение нравиться людям – это навык, и, как игра на пианино или приготовление вкусного омлета, вы можете стать лучше благодаря постоянной практике. Знание привлекательного языка тела, умение вести беседу, а также фактор доверия – все это ключи к тому, как перейти от того, чтобы понравиться девушке, к тому, чтобы она влюбилась в вас.)*

10) *This strategy is coined from old-school pick-up theory. (Данная стратегия была запатентована олдскульной теорией пикапа.)*

Речь пикап-коуча также характерна наличием профессионализмов, чаще всего это названия техник или модельных личностей.

Так, схемы поведения общения и проявления интереса определяются коучем как техники и стратегии, а также называются пикап-сообществом. Например, сочетание выражения интереса в партнере, на смену преследуемое равнодушием, носит термин *PushPull Technique* и рассматривается в качестве обучаемой техники, что понятно из названия. Другим подобным примером служит и *freeze out technique*, под термином которой кроится отказ контактировать с девушкой на определенный период времени, отдельной лексической единицы для которого не существует за пределами пикап-сообщества.

Терминами наделяются не только поведенческие паттерны, но и возможные жизненные ситуации. Так, положение, когда девушка непредвиденно от чего-то отказывается в последний момент, имеет зафиксированное название *last-minute resistance*:

11) *The term last-minute resistance or 'LMR' is coined by the pickup artist community. (Термин «сопротивление в последний момент» (LMR) запатентовано пикап-сообществом.)*

Также характерно заимствование некоторых социальных техник и, соответственно, терминов из сферы психологии.

12) *Frame control is an advanced concept that can be nurtured. (Фрейм-контроль – это продвинутый концепт, который можно развивать.)*

Так, сложный набор навыков и установок, используемый для регулирования межличностных отношений, был перенят пикап-коучами и также модифицирован в *HOTAPE Framework*, где аббревиатура *HOTAPE* (humor, openness, touch, attention, proximity, eye contact) диктует установки развития взаимоотношений.

В речи пикап-коуча встречаются также и неизменные психологические приемы, например:

13) *Benjamin Franklin used this technique on his rivals and political opponents to get them to like him more. It worked so well, they named it the Benjamin Franklin Effect. (Бенджамин Франклин использовал этот прием на своих политических оппонентах, чтобы заставить их лучше к нему относиться. Техника оказалась такой эффективной, что ее назвали Эффектом Бенджамина Франклина.)*

Сильный упор на психологическую и эмоциональную лексику, включающую в себя поведенческие техники и приемы, эмоциональные рычаги (*9 emotional triggers*) также поднимает вопрос у некоторых из пикап-коучей об этичности и манипулятивности советов коллег.

14) *First off, I want to say these are ethical and aren't manipulative, but will, in the end, make a girl subconsciously be attracted to and want to be around you more. (Для начала я хочу сказать, что эти приемы этичны и не являются манипуляцией, но точно в итоге на бессознательном уровне сделают вас более привлекательным в глазах девушки.)*

В речи пикап-коуча, помимо лексики обучения, также отмечается обширное семантическое поле, указывающее на игру. Присутствует как отождествление отношений с игрой *the game of attraction* (игра привлечения), так и лексика или идиомы, пришедшие из карточных игр *bid it goodbye* (распрощаться, букв. поставить на прощание), *play your cards right* (правильно разыграть карты), соперничества *pro-level* (на уровне про) и игр в целом *go for the kill* (контрольный выстрел), *making the right moves* (совершать правильные ходы). В число «игровых» лексем также входят и идиомы, нашедшие свое место в английском языке с появлением бейсбола, которые затем были в особенности переняты пикап-сообществом: *right off the bat* (сразу же, букв. прямо с биты), *hitting the home run* (добиться успеха, переспать, букв. сделать хоумран), *out of your league* (не по зубам, букв. не из вашей лиги).

Таким образом, пикап-коуч рассматривает свое дело и отношения как совокупность психологических приемов, техник и стратегий, а также как игру, в которой можно преуспеть, если совершать правильные ходы и следовать определенному пошаговому плану.

На этапе введения в статью, пикап-коуч также всегда описывает отношения как нечто сложное, таким образом сопереживая читателю, если тот, возможно, не имеет в них успеха. Используются следующие лексемы:

*A pickle (неприятное положение), a heavy task (трудная задача), have trouble (испытывать затруднения), stress out (переживать), pressure (давление), nerve-wreking (нервотрешка), scary (страшный), frightful (ужасающий), demanding (требовательный), tough (сложный).*

Однако, пикап-коуч также ободряет читателя к действию по его методам, в обещаниях используя следующие антонимичные лексемы: *easy (легко), simple (просто), not rocket science (не ракеты строить).*

### 2.2.3. Коммуникативные характеристики речи английского пикап-коуча

Так как основная цель пикап коуча заключается в четком определении общей цели и создании благоприятной среды для того, чтобы побудить клиента к действию, ему нужно прибегать к использованию определенных коммуникативных «рычагов». Так, были выделены основные коммуникативные стратегии и тактики пикап-коуча.

Первой стратегией является **выгодная презентация своей работы**, необходимая для выстраивания доверительных отношений с клиентом. Для ее осуществления применяются следующие тактики:

**Тактика уникальных предложений.** Эта тактика является одной из ведущих в сфере рекламы, где очень важна выгодная самопрезентация, и применяется для убеждения клиента в том, что продукт или компания

удовлетворит все его потребности с помощью предложения, подобранного специально под него:

15) *Here's another super interesting tip that is hard to find elsewhere on the internet. (И еще один очень интересный совет, который сложно встретить в других источниках в интернете.)*

Так, в примере 15 пикап-коуч, во-первых, использует положительную оценочную лексику (очень интересный), чтобы подчеркнуть значимость его совета, а, во-вторых, говорит о его уникальности в сравнении с другими источниками в интернете, таким образом заставляя читателя почувствовать, что перед ним специальное предложение, лучше остальных.

16) *This is the last guide you'll ever need. (Это единственный гайд, который вам будет нужен.)*

В данном примере пикап-коуч также выделяет свою статью среди остальных, обещая читателю, что ее будет достаточно, чтобы добиться своей цели, и другие гайды ему уже никогда не понадобятся. В примере 21 также присутствует **тактика обещания**, коуч гарантирует положительный результат. Данная тактика прослеживается и в следующем примере:

17) *These skills will take you from zero to hero if you learn how to use them correctly. (Эти навыки приведут вас из грязи в князи, если вы научитесь правильно ими пользоваться.)*

Идиома *zero to hero* обозначает «ситуацию, в которой кто-то непопулярный и безуспешный быстро преобразуется в кого-то популярного и успешного» [Cambridge Dictionary, 2023]. Используя ее, пикап-коуч обещает быструю трансформацию в лучшую сторону в результате его советов, выражая это через условное наклонение первого типа.

Стратегия выгодной презентации своей работы осуществляется и через **тактику дизассоциации**. Данная тактика заключается в представлении читателю негативного аспекта или явления и проведении границы между ним и предоставляемым продуктом (в данном случае коучингом):

18) *The social belief makes man ashamed to seek help from professionals. Instead, most live dating lives of quiet desperation. That doesn't have to be you!* (Социальное убеждение заставляет мужчин стыдиться обращаться за помощью к профессионалам. Вместо этого большинство проводит личную жизнь в тихом отчаянии. Вы не обязаны входить в их число!)

Здесь пикап коуч разделяет мужчин на две группы. Первая группа, большинство, не обращается за услугами пикап-сообщества (*стыдиться обращаться за помощью к профессионалам*) и в итоге привязана в тексте к отрицательным эмоциям (*стыд, отчаяние*). Опыт второй группы не упоминается, но противопоставление негативного образа пикап-коучам заставляет адресата дизассоциировать явления и ожидать, наоборот, положительного результата. Далее пикап-коуч обращается к читателю и предлагает возможность не быть частью первой группы (*Вы не обязаны входить в их число!*), а получить позитивный опыт единственным возможным в данном соотношении способом – воспользоваться его услугами.

От успешного исполнения стратегии выгодной презентации своей работы, заинтересовав в ней читателя, пикап-коуч переходит к сути работы и второй основной стратегии, **стратегии мотивации** читателя, призыве к действию. Данная стратегия выражается поддерживающей тактикой в чередовании с тактиками прогнозирования и угрозы.

**Тактика угрозы** проявляется в прогнозировании негативного результата и направлена на мотивацию читателя его избежать:

19) *The longer you postpone making something happen, the more her attraction for slips. (Чем дольше ты решаешься действовать, тем больше ее влечение к вам ускользает.)*

Применяя причинно-следственную конструкцию *the longer, the more*, пикап-коуч выстраивает связь между гарантированным нежелательным исходом и бездействием адресата, таким образом призывая его к действию.

20) *See, if you never ask, you'll never succeed. (Вот видите, если вы не спросите, вы никогда и не добьетесь успеха.)*

Пикап-коуч также приводит угрозу нежелательного результата, приводя отсутствие успеха (желаемого результата) к отсутствию действий со стороны читателя с помощью условного наклонения.

Следующая тактика – **прогнозирования** – часто пресекается с поддерживающей тактикой:

21) *If she says "no", you'll discover it's not the end of the world. (Если она скажет «нет», вы откроете для себя, что это не конец света.)*

Так, в примере 21 прогнозируемый результат безуспешного исхода (если она скажет нет) пикап-коуч описывает как норму, таким образом поддерживая читателя и одновременно мотивируя его действовать, показывая, что это не худшее из того, что может произойти, применяя для этого идиому *not the end of the world*.

**Поддерживающая тактика** проявляется в речи пикап-коуча следующим образом:

22) *You're going to face some rejection. But that's OK. (Вам придется столкнуться с отказом. Но это не страшно.)*

В данном случае, как и в примере 22, пикап-коуч приравнивает отказ к норме (*OK – нормально, не страшно, порядок*), таким образом призывая адресата не бояться его и начать действовать.

23) *You may think you're not funny, but the truth is everyone can be funny if they try. (Вы можете считать, что вы не смешной, но правда в том, что каждый может быть смешным, если постарается.)*

В примере 23 пикап-коуч убеждает читателя в возможности достижения успеха, применяя обобщение *everyone (все)*, включая в эту группу адресата.

Третьей коммуникативной стратегией является **стратегия выгодной самопрезентации**, с помощью которой пикап-коуч завоевывает доверие и уважение читателей. Данная стратегия выражается контактоустанавливающей тактикой, обращения к личному опыту,

**Контактоустанавливающая тактика** призвана выстроить связь между адресантом и адресатом, в речи пикап-коуча она проявляется несколькими способами:

24) *Assignment: is there a girl you'd like to ask out? Ask her out the next time you see her after reading this article. Don't worry if it's not the perfect moment (it never is), just figure out a way to do it, and do it. Follow the tips in this article as best you can. But ask. (Задание: вы знаете девушку, которую хотели бы пригласить на свидание? Пригласите ее в следующую же вашу встречу после прочтения этой статьи. Не переживайте, если момент не покажется идеальным (он никогда таким не будет), просто придумайте, как это сделать и сделайте. Следуйте советам из этой статьи насколько сможете. Главное, пригласите.)*

В примере 24 пикап-коуч напрямую обращается к читателю, создавая впечатление межличностного диалога, а также назначает ему поручение, что предполагает наличие более близкой связи. «Задание: вы знаете девушку, которую хотели бы пригласить на свидание? Пригласите ее в следующую же вашу встречу после прочтения этой статьи.» Также в примере присутствует поддерживающая тактика, так как пикап-коуч успокаивает читателя «*Не переживайте*», проявляя внимание к эмоциям читателя со своей стороны, располагая его к себе.

В следующем примере пикап-коуч так же стремится показать себя с лучшей стороны, называя свое положительное качество, честность, автоматически настраивая адресата ему верить:

25) *I'll be honest with you. (Буду с вами честен.)*

Следующая тактика, **обращение к личному опыту**, заставляет читателя обратиться к себе и проецировать собственный опыт на речь пикап-коуча, оттого делая ее более личной. Так, в примере 26 пикап-коуч напрямую обращается к адресату с вопросом:

26) *Has that ever happened to you? (Такое когда-нибудь случилось с вами?)*

### 2.3. Жанровые особенности речи пикап-коуча

Коммуникативная ситуация пикап-коучинга является типичной как для самого коуча, так и для клиента, а потому оба действуют в рамках подходящего для данной ситуации речевого жанра.

Т.В. Шмелева выделяет модель речевого жанра, куда включает следующие показательные критерии: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, образ прошлого и будущего, языковое воплощение. Сопоставим речезанровые признаки пикап-коуча с данными критериями:

1. Речь пикап-коуча имеет коммуникативные цели (выгодной самопрезентации, выгодной презентации своей работы, мотивации клиента), реализованные определенными коммуникативными инструментами, представленными в предыдущем параграфе.

2. Следуя теории речевого жанра, участники жанра пикап-коуча наделены своими фиксированными ролями, выраженными в языке. Так, пикап-коуч представляет себя профессионалом, которому нужно доверять, и которого нужно слушать, о чем говорит коммуникативная стратегия выгодной самопрезентации, присутствующая как в речи французского, так и английского пикап-коуча, представленные выше.

Читателя или же клиента пикап-коуч определяет всегда как человека с меньшим уровнем знаний и умений, ставя его на место ученика и выстраивая отношения учитель-ученик.

27) *Souvent pendent les sessions de coaching en séduction, je vois des hommes comme vous qui ont la bonne attitude pendant 10-15 seconds, puis s'effondrent mentalement et physiquement et perdent toute allure. (Часто на занятиях по соблазнению я вижу мужчин как вы, которые находятся в правильном расположении духа 10-15 секунд, а потом сдуваются морально и физически и теряют весь шарм.)*

В примере коуч самостоятельно определяет положение читателя «мужчин как вы», одновременно приравнивая адресата к своим ученикам, а также и к мужчинам, совершающим ошибки в соблазнении.

Использование императивных форм в речи представителей обоих языков также играет роль в установлении положения адресанта перед адресатом, определяя его на позицию того, кто может давать указания и, следовательно, определяя адресата в качестве исполнителя.

3. Приведенные в статьях примеры ситуаций отказа или согласия служат иллюстрацией образа прошлого в речевом жанре, являясь реакцией на предыдущие акты.

28) *On that second one, you're probably a lot more likely to say, "Sure, sounds fun."* (Во втором случае намного выше вероятность того, что вы скажете: «Хорошо, почему бы и нет.»)

Пример под номером 24 послужит образом будущего – назначение задания предполагает использование других речевых жанров в будущем контексте ситуации.

4. Языковое воплощение жанра представлено лексическими и грамматическими характеристиками пикап-коуча, описанными в предыдущих параграфах.

Классификация речевых жанров на данный момент признана трудной и нерешенной задачей в связи с большим количеством жанров и отсутствием общего критерия, который мог бы лечь в основу классификаций. Тем не менее, отличают две классификации, предложенные М.М. Бахтином и Т.В. Шмелевой.

Так, М.М. Бахтин выделяет первичные и вторичные речевые жанры. К первым относятся жанры, возникшие в непосредственном процессе речевого общения (реплики бытового диалога, личное письмо), тогда как вторые представляют собой более комплексные жанры (научная публикация, роман, ода), в среде которых применяются первичные [Бахтин, 1996].

Т.В. Шмелева в своей классификации опирается на коммуникативную цель жанра, соответственно выделяя следующие типы: информативные, императивные, этикетные, оценочные. Информативные жанры имеют целью сообщение или запрос информации, императивные направлены на совершение или несовершение действия, этикетные имеют своей целью осуществление установленных этикетных норм и часто представлены перформативами, оценочные призваны влиять на собеседника путем его сравнения с актуальными ценностями определенного общества [Шмелева, 1997].

Из установленных жанров, речевой жанр пикап-коуча близок к жанру инструктивного текста так как обладает следующими характеристиками:

1. Грамматически, в тексте наблюдается преимущество императивного наклонения:

29) *Don't chase her, chase a better you* (*Не бегите за ней, бегите за лучшей версией себя*)

30) *Dédramatisez, entourez-vous des femmes.* (*Не драматизируйте, окружите себя женщинами.*)

2. Статьи в основном написаны от второго лица, так как обращение всегда идет к читателю и действия выполняются им же; Повествование от второго лица также чаще всего представляет собой описание предусмотренного ряда действий:

31) *Well, you buy it because the marketing and packaging of the book looks great, but then you open it, and all it says is "life is short, you don't need these things, buy more books for better advice".* (*Что ж, вы покупаете ее, потому что реклама и упаковка книги хороши, но когда вы открываете ее, все что вы видите это «жизнь коротка, вам это не нужно, покупайте больше книг для советов получше».*)

32) *Vous vous êtes lancé, vous avez regardé des vidéos sur Youtube mais quand vous tentez d'aborder une fille dans la rue, ça ne passe pas comme prévu.* (*Вы проложили начало, вы посмотрели видео на Youtube, но, когда вы пытаетесь закадрить девушку на улице, все идет не по плану.*)

3. Присутствует характерное инструкциям разделение действия на несколько этапов, подобающе обозначенных в тексте графически т.е. в виде пронумерованного списка. К графическим маркерам также относится и визуальное выделение определенных слов для акцентирования внимания на них:

33) *However, the tips in this section you **must do!** (Но советам из этого раздела вы **обязаны последовать!**)*

4. В тексте приводятся примеры или аналогии для более простого понимания текста читателем.

Так, для более ясного изложения мысли пикап-коучи прибегают к приему сравнения, уподобляя приводимые ситуации простым примерам из жизни. В примере знакомство с женщиной сравнивается с процессом купли-продажи.

34) *Imagine that you go to buy a car, and on the first time you go into the dealership, the salesman comes up and asks, “You love it? Wanna buy?”. The answer isn’t “no” because you still want to look around and examine. And it’s obviously not “yes”, you have not yet been impressed. The answer would be “maybe, we’ll see“. If so, why do so many men say “Yes, please” right away at the first meeting with a girl? (Представьте, что вы идете покупать машину, и в первом же салоне продавец подходит к вам и спрашивает: «Вам нравится? Хотите приобрести?» Вы не скажете нет, потому что вы хотите получше присмотреться. Но ответом и не будет «да», вас еще не впечатлили. Вы бы сказали: «Возможно, еще посмотрим.» Так почему же столько мужчин сразу же при встрече с девушкой говорят: «Да, конечно.»)*

В следующем примере пикап-коуч для лучшей передачи своего впечатления от свиданий сравнивает его с неприятным опытом, близким и понятным для всех – собеседованием.

35) *Instead, dating looks like a job interview where also the boss somehow suffers (I’ll let you guess who’s boss in the situation). (Скорее, свидания*

*напоминают собеседования, где еще и каким-то образом страдает начальник (сами для себя решите, кто главный в данной ситуации).)*

5. В тексте присутствуют сопроводительные иллюстрации, демонстрирующие приблизительный результат по достижении определенного этапа. Например, если пикап-коуч советует позвать девушку выпить кофе, то под советом расположится фотография с парой в кофейне.

По классификации Т.М. Шмелевой, речевой жанр, в рамках которого строится речь пикап-коуча, составил бы часть императивных т.к. основная коммуникативная цель пикап-коуча заключается в мотивации клиента и побуждении к желаемому действию. Цели выгодной самопрезентации и выгодной презентации своей работы служат для создания образа автора в жанре. С другой стороны, создание образа адресата в речи пикап-коуча причислило бы жанр к оценочным.

По классификации М.М. Бахтина, характеристики речи пикап-коуча составили бы собственный вторичный жанр, заключающий в себе такие первичные РЖ как совет, согласие, отказ, аффирмация, прогноз.

Таким образом, ЯЛ пикап-коуча характеризуется наличием собственного речевого жанра, близкого к императивному жанру инструкции, но отличающийся коммуникативными намерениями выгодной самопрезентации и мотивации клиента.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Анализ 63 статей позволил составить и описать портреты пикап коучей на базе двух языков.

На уровне лексики речи французского пикап-коуча выделенные лексико-семантические поля с центральными лексемами *femme* и *fille* показали довольно упрощенный образ женщины, сосредоточенный на поверхностных характеристиках красоты и молодости. Схемы составленные Sketch Engine, выявили преобладание глаголов с семантикой завоевания и соблазнения и прилагательных как признаков внешней привлекательности, робости и доступности. Таким образом, образ женщины в речи пикап-коуча объективирован, адаптирован до черт, привлекательных в мужском обществе и существует лишь в рамках ее легкого соблазнения и обладания ею.

Анализ лексико-семантического поля с центральной лексемой *homme*, наоборот, выявил преобладание лексем с семантикой личностных качеств уверенности, надежности, интеллекта. Глаголы семантического поля также выражали уверенные действия, нацеленные на завоевание и соблазнение женщины.

Также были проанализированы контрастирующие семантические поля с центральными лексемами *féminin* и *masculin*, которые показали восприятие женского и мужского в речи пикап-коуча. Так, преобладающее большинство лексем, используемых в корреляции с женским, имело значение, природы, психологии и отмечало существование женской природы и женского мировоззрения. Схема также показала, что, прилагательное *женский* часто отождествлялось с единицей *чувственный*, подчеркивая эмоциональность в женском образе в речи пикап-коуча.

Лексико-семантическая группа *мужской* приравнивала мужские качества к доминантности и силе, а используемые в соотношении единицы имели как семантику мировоззрения, образа мысли и манеры поведения, так и предметов стиля (одежда, парфюм и т.п.). Выявлено и частое спряжение

единицы *мужской* с наречием *достаточно*, что предполагает приравнивание мужественности к успеху и намерение коуча при необходимости работать над ее недостатком.

Важно отметить, что лексическая составляющая пикап-коуча пестрит англицизмами, помогающими ему ярче донести свои идеи.

При анализе были выведены главные модельные личности в речи пикап-коуча, устанавливающие стандарты и задающие определенные паттерны поведения и образа мысли : *Alpha mâle*, порой определяющий тип личности *vrai homme, un gamer*, обладающие характеристиками доминантности, уверенности в себе и решимости, на которых стоит равняться каждому уважающему себя мужчине, и *gentil garçon/nice guy, beta mâle*, личности которых противоположны идеалу – данные модельные личности следуют за лидером и характеризуются нерешимостью в действиях.

Исследование также выявило и описало важные для пикап-коуча термины: *Friend zone, opener, méthode RDV*.

**Грамматическими чертами** речи пикап-коуча является использование простого будущего времени, для обещания определенного результата аудитории, императива для лучшей мотивации ученика на нужные по мнению коуча действия и частое использование местоимения *vous*, показывающее фокус на аудитории и решении ее проблемы.

**Синтаксису и стилистике** пикап-коуча присущ параллелизм, использование простых и неполных предложений, вопросительный предложений, многоточий, использование лексики просторечного регистра, обогащение речи метафорами, эпитетами, сравнениями, использование градации.

Коммуникативные характеристики пикап-коуча проявляются в его общении с аудиторией, где он, с одной стороны, выставляет себя в выгодном свете, а с другой стороны с помощью этого гарантирует достижение желаемого результата и реализацию своих прогнозов. Основной стратегической целью является цель выгодной самопрезентации, для ее

достижения коуч использует следующие основные тактики: тактика самопрезентации, эмоционально-настраивающая тактика, тактика игры на понижение.

Речевой портрет английского пикап коуча был написан на основе 30 статей пикап-блогов и заключается в следующем:

**Лексическими характеристиками** английского пикап коуча является наличие профессионализмов: *alpha male, beta male, sigma male, delta male, high-value man, high-value woman*, категорирующих людей, а также названия техник *PushPull Technique, Freeze Out Technique* (техники, применяемые для пикапа), термины для возникающих сценариев *LMR (last-minute resistance)*, техники и понятия, заимствованные из сферы психологии *HOTAPE Framework, Frame Control, Benjamin Franklin Effect*.

Помимо профессионализмов, отмечены также семантические поля со значением игры и обучения. Данные семантические поля позволяют понять, что пикап-коуч рассматривает пикап в качестве навыка, игры, в которой можно преуспеть при должной тренировке.

На уровне лексики также наблюдается контраст, с которым пикап-коуч описывает отношения до и после его профессиональной помощи:

1. *A pickle (неприятное положение), a heavy task (трудная задача), have trouble (испытывать затруднения), stress out (переживать), pressure (давление), nerve-wreking (нервотрешка), scary (страшный), frightful (ужасающий), demanding (требовательный), tough (сложный)*.

2. *Easy (легко), simple (просто), not rocket science (не ракеты строить)*.

**Грамматическими характеристиками** речи английского пикап-коуча является использование условного наклонения первого типа и причинно-следственных конструкций, применяемых для прогнозирования результата и мотивации читателей. Отмечено отсутствие модальных глаголов средней и низкой степени уверенности, что является одним из убеждающих факторов в речи коуча.

**С точки зрения жанра**, текст статей относится к инструктивному ряду признаков. Грамматически, в тексте наблюдается преимущество императивного наклонения. Статьи написаны от второго лица, так как обращение всегда идет к читателю и действия выполняются им же, присутствует характерное инструкциям разделение действия на несколько этапов, подобающе обозначенных в тексте графически т.е. в виде пронумерованного списка. К графическим маркерам также относится и визуальное выделение определенных слов для акцентирования внимания на них. В тексте приводятся примеры или аналогии для более простого понимания текста читателем. Статьи сопровождаются иллюстрациями, демонстрирующими ожидаемый результат того или иного этапа.

**Коммуникативными характеристиками** речи представляются три основные коммуникативные стратегии, каждая из которых выполняется несколькими тактиками:

1. стратегия выгодной презентации своей работы: тактика уникальных предложений, тактика обещания, тактика дизассоциации;
2. стратегия выгодной самопрезентации: контактоустанавливающая тактика, тактика обращения к личному опыту;
3. стратегия мотивации к действию: поддерживающая тактика, тактика прогнозирования.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование посвящено созданию коллективного речевого портрета пикап-коуча на материале франко- и англоязычных пикап-блогов.

В теоретической составляющей работы раскрыто понятие «языковая личность» и уточняется место термина в кругу смежных – «коммуникативная личность», «языковой портрет», «речевой паспорт», «речевое поведение», «речевой портрет». Речевой портрет рассматривается как методика описания языковой личности, и в данной работе предполагает фокусирование на лексических, грамматических и коммуникативных ее характеристиках.

Во французском, **на лексическом уровне** были выделены и описаны лексико-семантические поля, сосредоточенные на контрастирующих образах женщины и мужчины. Так, преобладающими единицами лексико-семантических полей с центральными лексемами *femme* и *fille* оказались глаголы со значением завоевания и обольщения. Прилагательные, дополняющие центральную единицу, обладали семантикой внешней привлекательности женщины и ее доступности. Женщина в речи пикап-коуча представляется через призму объективации, располагая лишь ценными в мужском обществе характеристиками и представляя собой конечную цель соблазнения, «приз». Центральная лексема лексико-семантического поля *homme* в большинстве своем находилась в корреляции с прилагательными с семантикой уверенности и твердости, а также с глаголами, выражающими амбициозные и решительные действия.

Семантические поля со значением игры и обучения в речевом портрете английского пикап-коуча показали, что пикап-коуч так же рассматривает пикап в качестве навыка, игры, в которой можно преуспеть при должной тренировке.

Речевой портрет на основе обоих языков характеризуется наличием профессионализмов. В французском это следующие модельные личности

*alpha mâle, vrai homme, un gamer, gentil garçon/nice guy, beta mâle, сценарии friendzone, явления opener, а также методика méthode RDV.*

В английском встречаются те же модельные личности alpha male, beta male, но также наблюдаются и другие, более современные sigma male, delta male, high-value man, high-value woman. Также отмечается названия техник пикапа *PushPull Technique, Freeze Out Technique*, термины для возникающих сценариев *LMR (last-minute resistance)*, техники и понятия, заимствованные из сферы психологии *HOTAPE Framework, Frame Control, Benjamin Franklin Effect*.

В лексике французского пикап-коуча отмечается большое количество англицизмов, в число которых также входят заимствованные профессионализмы и что объясняет, почему в английском они более многочисленны и недавние.

**Грамматически**, английские и французские пикап-коучи прибегают к императиву для призыва адресата к действию, а также используют простые конструкции с простым будущим временем. В французском время является показателем уверенности за счет применения вместо условных конструкций и применяется для убеждения, в английском простое будущее время является частью условного наклонения, используемого для прогнозирования.

**По жанру** тексты являются инструктивными по ряду признаков (преимущество императивного наклонения, написание от второго лица, многоэтапность действия, графическое разделение текста, визуальное выделение определенных слов для акцентирования внимания, приведение примеров или аналогий, сопровождение иллюстрациями), но также обладают нетипичными для инструкции **коммуникативными стратегиями**.

Так, в обоих речевых портретах описана стратегия выгодной самопрезентации, ведущей тактикой в которой является контактоустанавливающая тактика, настраивающая читателя на доверительное отношение к коучу. Данная стратегия также осуществляется наряду со следующими:

1. Стратегия выгодной презентации своей работы: тактика уникальных предложений, тактика обещания, тактика диссоциации;

2. Стратегия мотивации к действию: поддерживающая тактика, тактика прогнозирования.

Таким образом, речь пикап-коуча пропитана его делом и принципами и имеет лишь небольшие различия в случае разных лингвокультур. Она не вписывается в четкие границы одного жанра и является уникальной, но общей для всего сообщества, с собственными профессионализмами и коммуникативными установками.

Перспективой данной работы является расширение поля анализа на материале других языков и выявление *идиостиля* пикап-коуча.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксенова Д.А., Твердохлебов С.Г., Тимофеева С.П. Коммуникативные стратегии в мужских и женских журналах (на материале англо- и русскоязычных журналов) // НАЦИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ УЧЕНЫХ (НАУ), 2019. Вып. 49. Ч. 1. С. 44–47.
2. Асташова О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2013. 245 с.
3. Багдасарян Т.М. Прагмалингвистика (речевое поведение) // Тамбов: Грамота, 2017. Вып. 3(3). С. 50–53.
4. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // М.: Русские словари, 1996. Вып. 5. С. 159–206.
5. Башкова И.В. Изучение языковой личности в современной лингвистике. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2011. 472 с.
6. Бочарникова Е.А. О соотношении понятий «текст» и «дискурс» в лингвистике // Тамбов: Грамота, 2010. Вып. 1(1). С. 50–52.
7. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа: пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О.А. Радченко. 2-е изд., испр. и доп. М.: Едиториал УРСС, 2004. 232 с.
8. Варламова О.Н. Речевой портрет женщины в социально-релевантной роли матери (на материале французского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Красноярск, 2017. 180 с.
9. Волкова А.А. Коммуникативные стратегии и тактики в печатном дискурсе // Коммуникативные стратегии и тактики в медиадискурсе: учеб. Пособие. Томск, 2011. С. 63–101.
10. Гаврилова М.В. Некоторые черты речевого портрета первого президента России Б.Н. Ельцина // Политическая лингвистика, 2012. Вып. 4. С. 17–22.

11. Глисяев Ю.В. Прагматика англоязычного мотивационного дискурса // Ученые записки Петрозаводского государственного университета, 2017. Вып. 5. С. 70–76.
12. Голев Н.Д. и др.; под ред. Мельник Н.В. Лингвоперсонология и личностно-ориентированное обучение языку: учебное пособие. Кемерово: ГОУ ВПО «Кемеровский государственный университет», 2009. 384 с.
13. Горячев А.А. Моделирование речевого воздействия в рекламной коммуникации: дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19. Санкт-Петербург, 2010. 296 с.
14. Гронская Н.Э. Базовые стратегии языкового манипулирования // Актуальные проблемы американистики: материалы VI Междунар. Научного семинара. Н. Новгород: ФМО ННГУ, 2001. С. 337–342.
15. Гуц Е.Н. К проблеме типичных речевых жанров языковой личности подростка // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. Вып. 1. С. 131–137.
16. Дацюк С.А. Коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]. URL: <http://korolewstvo.narod.ru/psychostat/comstr.htm>. (дата обращения: 27.05.2023).
17. Дементьев В.В. Статья по жанрам речи в журнале «Жанры речи» как ... жанр речи? // Жанры речи, 2021. Вып. 1. С. 12–33
18. Иркабаева М.В. Речевые акты и речевые жанры: соотношение понятий // Вестник Башкирского университета, 2010. Вып. 2. С. 636–641.
19. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. М.: Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
20. Иссерс О.С. Речевое воздействие. М.: Флинта: Наука, 2009. 224 с.
21. Карасик В.И. Дискурсивная персонология // Язык, коммуникация и социальная среда. Воронеж: ВГУ, 2007. С. 78–86.
22. Карасик В.И. Креативы в сетевом дискурсе // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика, 2018. Вып. 5. С. 29–44.

23. Карасик В.И. Языковая личность как предмет изучения антропоцентрической лингвистики // Филологические науки. Волгоград: Известия ВПГУ, 2018. С. 109–114.
24. 57. Карасик, В.И. Речевое поведение и типы языковых личностей // Массовая культура на рубеже XX–XXI веков: Человек и его дискурс; под ред. Ю.А. Сорокина, М.Р. Желтухиной. М.: Азбуковский, 2003. С. 24–46.
25. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Волгоград: Перемена, 2002. 476 с.
26. Караулов Ю.Н. Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. М.: Рос. фонда фундам. исслед, 1999. 180 с.
27. Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи её изучения // Язык и личность, 1989. С. 3–8.
28. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
29. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. Воронеж: Изд-во Воронеж. техн. гос. ун-та, 2000. 175 с.
30. Крысин Л.П. М.В. Панов как социолог языка // Общественные науки и современность, 2006. С. 115–121.
31. Крысин Л.П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // рус. яз. в науч. освещении, 2001. Вып. 1. С. 90–107.
32. Китаева Т.В. Речевое поведение как проблема социализации // Минск: БГУ. Карповские научные чтения: сб. науч. статей, 2016. Вып. 10(1). С. 176–180.
33. Лазаева Н.В., Прохорова Л.П. «Речевой жанр» и подходы его к определению // Сибирский филологический журнал, 2013. Вып. 4. С. 230–234.
34. Лутовинова О.В. Креолизованный текст как один из способов самопрезентации языковой личности в виртуальном дискурсе // Новое в науке о языке. Известия ВГПУ, 2008. С. 38–41.

35. Лутовинова О.В. Языковая личность в виртуальном дискурсе: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2013. 42 с.
36. Макеева С.О. Речевой портрет в круге смежных понятий // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики: материалы и тезисы докладов ежегодной международной конференции. под ред. Н.Н. Сергеевой; науч. ред. Е.Е. Горшкова. Екатеринбург; Урал. гос. пед. ун-т, 2014. С. 79–85.
37. Мухортов Д.С. Об общем и частном в понятиях «языковая личность», «речевой портрет», «идиостиль» и «идиолект» (на примере вербального поведения современных политических деятелей) // Материалы Международной научной конференции. Главный редактор А.П. Чудинов; ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2014. С. 3–17.
38. Петровский В. Коучинг «могу и хочу» // Образовательная политика, 2012. Вып. 3. С. 12–16.
39. Плотникова С.Н. Говорящий, пишущий как языковая, коммуникативная и дискурсивная личность // Вестник Нижневаровского государственного университета, 2008. Вып. 4. С. 37–42.
40. Потёмкина Е.В. Прецедентный текст как единица формирования когнитивного уровня вторичной языковой личности // Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2013. Вып. 9. С. 62–67.
41. Резанова З.И., Иванцова Е.В. Лингвоперсонология: типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение // Вестник томского государственного университета. Филология, 2009. Вып. 2. С. 128–130.
42. Резанова З.И. Пространственные метафоры в лингвистическом тексте // Картины русского мира: пространственные модели в языке и тексте. Томск: UFO-Plus, 2007. С. 326–357.
43. Седов К.Ф. Общая и антропоцентрическая лингвистика. М.: Издательский Дом ЯСК, 2016. 440 с.

44. Седов К.Ф. Становление структуры устного дискурса как выражение эволюции языковой личности: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Саратов, 1999. 436 с.
45. Скородумова О.Б. Проблемное поле философии коучинга // Тамбов: Грамота, 2017. Вып. 3(2). С. 163–165.
46. Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как системное образование // Вестник ВГУ, Серия “Лингвистика и межкультурная коммуникация”, 2004. Вып. 1. С. 29–33.
47. Ухова Л.В. Модель описания языковой личности медиа-персоны // Сетевой журнал «Научный результат». Серия «Вопросы теоретической и прикладной лингвистики», 2016. Вып. 1. С. 66–69.
48. Шевченко Н.М. Особенности языкового портрета // Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика, 2014. Вып. 2. С. 33–37.
49. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи, 1997. Вып. 1. С. 88–98.
50. Шунейко А.А., Авдеенко А.А. Тактики речевого поведения // Русская речь, 2010. С. 51–55.
51. Flaherty J. Coaching: Evoking Excellence in Others // Boston: Butterworth-Heinemann, 1998.
52. Gourarier M. Quand le trouble amoureux contrarie le masculin // La gestion des émotions amoureuses au sein de la Communauté de la séduction en France, 2014. 1. P. 37–53.
53. Hawley P.H., Little T.D. The myth of the alpha male: A new look at dominance-related beliefs and behaviors among adolescent males and females // International Journal of Behavioral Development, 2008. 32:1. P. 76–88.
54. King A. Feminism’s Flip Side: A Cultural History of the Pickup Artist // Sexuality & Culture, 2018. 22:5. P. 299–315.
55. Signal J. How America became infatuated with a cartoonish idea of ‘Alpha Males’ // New York. [Электронный ресурс]. 2016. URL:

<https://nymag.com/article/2016/05/the-rise-of-the-alpha-beta-male.html> (дата обращения: 01.06.2022)

56. Vinet M. Lexique, emprunts et invariants : une analyse théorique des anglicismes en français du Québec // *Revue québécoise de linguistique*, 1996. 24:2. P. 165–181.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Alamone N. Cinq conseils pour aborder une femme dans la rue. [Электронный ресурс]. 2013. URL: [https://www.lexpress.fr/tendances/soin-homme/drague-5-conseils-pour-aborder-une-femme-dans-la-rue\\_1246619.html](https://www.lexpress.fr/tendances/soin-homme/drague-5-conseils-pour-aborder-une-femme-dans-la-rue_1246619.html) (дата обращения: 22.08.2022)
2. Amante C. How to Ask a Girl Out and (Almost Always Get a “Yes!”) [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://www.girlschase.com/how-to-ask-a-girl-out> (дата обращения: 11.11.2022)
3. Art de Séduire. Comment les filles peuvent savoir que vous êtes un bon amant. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/sexualite/signes-bon-amant> (дата обращения: 21.05.2022)
4. Baller E. How to Attract Women. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.wikihow.com/Attract-Women> (дата обращения: 29.11.2022)
5. Belz V. Comment séduire une femme? Les 10 conseils d'un sondage. [Электронный ресурс]. 2014. URL: [https://www.huffingtonpost.fr/life/article/comment-seduire-une-femme-les-10-conseils-d-un-sondage\\_31753.html](https://www.huffingtonpost.fr/life/article/comment-seduire-une-femme-les-10-conseils-d-un-sondage_31753.html) (дата обращения: 22.08.2022)
6. Berman L. What Attracts Women to Men Sexually? The Hard Truths and Facts. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.promescent.com/blogs/learn/what-attracts-women> (дата обращения: 03.03.2023)
7. Bradshaw S. 10 Things You Need to Understand If You Want to Get Women. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://beyondages.com/how-to-get-women/> (дата обращения: 16.02.2023)
8. Bradshaw S. Dating Beautiful Women Is Within Your Reach – 5 Tips to Make It Happen. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://beyondages.com/how-to-date-beautiful-women/> (дата обращения: 16.02.2023)

9. Brian M. 7 Proven Tips to Attract Any Girl. [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://theartofcharm.com/art-of-dating/attract-girl/> (дата обращения: 20.10.2022)
10. Brian M. How to Attract Women Without Talking. [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://theartofcharm.com/art-of-dating/attract-women-without-talking/> (дата обращения: 17.02.2023)
11. Brian M. How to Charm a Girl into Dating You. [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://theartofcharm.com/art-of-dating/charm-girl-dating/> (дата обращения: 20.02.2023)
12. Boureston K. How to Get a Girlfriend – 20 simple steps to finally get the girl. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.mantelligence.com/how-to-get-a-girlfriend/> (дата обращения: 09.03.2023)
13. Centeno A. 10 Ways to Be Irresistible to Women. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.realmenrealstyle.com/how-to-attract-women/> (дата обращения: 03.03.2023)
14. Cormont A. LES 9 SECRETS POUR SÉDUIRE UNE FEMME ET LA RENDRE ACCRO ! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alexandrecormont.com/comment-seducire/comment-la-seducire/attirer-une-femme-et-rendre-votre-seduction-attractive/> (дата обращения: 05.06.2022)
15. Dhar A. How to Seduce a Girl: Ultimate Guide to Mastering Art of Seduction. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://manmatters.com/blog/how-to-seducer-a-girl/> (дата обращения: 20.03.2023)
16. Eros. 5 techniques pour ne plus être nerveux avec les filles. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/inner-game/etre-nerveux-avec-les-filles> (дата обращения: 02.06.2022)
17. Eros. 10 openers pour draguer une fille avec un livre. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/aborder-une-fille/10-openers-pour-draguer-une-fille-avec-un-livre> (дата обращения: 01.06.2022)

18. Eros. Comment coucher 3 à 5 fois par semaine sans sortir ? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/sexualite/comment-coucher-sans-sortir> (дата обращения: 20.05.2022)
19. Eros. Utilisez-vous la routine des 5 sens pour réussir votre premier rendez-vous ? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/premier-rendez-vous/routine-5-sens-rendez-vous-coaching> (дата обращения: 15.05.2022)
20. Furia H. How to Seduce Women the Right Way. [Электронный ресурс]. 2012. URL: <https://www.mensxp.com/dating/inner-game/6226-how-to-seduce-women-the-right-way.html> (дата обращения: 20.03.2023)
21. Gee C. How to Date Girls. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.wikihow.com/Date-Girls> (дата обращения: 20.02.2023)
22. Gigardin C. Les 10 meilleures façons de conquérir la femme de votre vie. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.zankyou.fr/p/les-10-meilleures-facons-de-conquerir-la-femme-de-votre-vie> (дата обращения: 04.06.2022)
23. Haley L. 25 Ways to Masterfully Make Conversations With Girls. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scienceofpeople.com/how-to-make-a-conversation-with-a-girl/> (дата обращения: 05.03.2023)
24. Harbinger A.J. How to Get Girls With Average Looks. [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://theartofcharm.com/art-of-dating/get-girls-average-looks-art-charm/> (дата обращения: 17.02.2023)
25. Jacques. Comment ATTIRER une femme (sans effort) : les 11 trucs à connaître. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-attirer-une-fille.html> (дата обращения: 22.08.2022)
26. Jacques. Comment COUCHER avec une fille : 10 points ESSENTIELS pour conclure. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-coucher-avec-une-fille.html> (дата обращения: 26.08.2022)
27. Jacques. Comment draguer une fille (n'importe laquelle). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-draguer-une-fille.html> (дата обращения: 24.08.2022)

28. Jacques. Comment exciter une femme : le guide ULTIME (11 techniques SOLIDE). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-exciter-une-femme.html> (дата обращения: 24.08.2022)
29. Jacques. Comment reconquérir sa femme (7 stratégies éprouvées). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-reconquerir-sa-femme.html> (дата обращения: 23.08.2022)
30. Jacques. Comment rendre une femme AMOUREUSE : 9 choses à faire (+ un piège à éviter). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-rendre-une-femme-amoureuse.html> (дата обращения: 26.08.2022)
31. Jacques. Comment sortir de la FRIENDZONE (avec une femme) : 3 étapes. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/comment-sortir-de-la-friendzone.html> (дата обращения: 22.08.2022)
32. Jacques. Sujet de conversation avec une fille [29 sujets CAPTIVANTS]. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seduction-efficace.com/sujets-de-conversation-avec-fille.html> (дата обращения: 24.08.2022)
33. Latimore E. How to Seduce Women, the Ethical Way. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://edlatimore.com/how-to-seduce-a-woman/> (дата обращения: 20.03.2023)
34. Maillard C. Comment séduire une femme : 7 techniques de séduction. [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.doctissimo.fr/html/psychologie/dossiers/rencontres/articles/15818-conseil-seduction-homme.htm> (дата обращения: 04.06.2022)
35. Manson M. How to Attract Women. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://markmanson.net/attract-women> (дата обращения: 16.02.2023)
36. Marcus N. How to Get Laid in 2023 – Even If You’re Afraid to Ask. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://beyondages.com/how-to-get-laid/> (дата обращения: 16.02.2023)

37. Martin J., Narouman L. 5 règles d'or pour draguer une femme. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.cosmopolitan.fr/5-regles-d-or-pour-draguer-une-femme,1917954.asp> (дата обращения: 04.06.2022)

38. Махх. C'est comme si vous pouviez lire dans l'esprit d'une femme... [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/lire-esprit-femme> (дата обращения: 11.05.2022)

39. Neiderhoffer S. 20 EXEMPLES DE PHRASES POUR ABORDER UNE FEMME EN TERRASSE D'UN CAFÉ OU D'UN BAR. [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.selimniederhoffer.com/blog/20-exemples-de-phrases-pour-aborder-femme-en-terrasse-cafe-bar/> (дата обращения: 04.06.2022)

40. Oriabition. How to Date a Girl – as Alpha Male. [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://youralphaguide.com/how-to-date-a-girl-as-alpha-male/> (дата обращения: 01.04.2023)

41. Pace R. How to Get a Girl's Attention and Make Her Want You. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.marriage.com/advice/relationship/how-to-get-a-girls-attention/> (дата обращения: 06.03.2023)

42. Pai R. 25 Sincere Way to Make a Girl Want You More. [Электронный ресурс]. 2023. URL: [https://www.momjunction.com/articles/how-to-make-a-girl-want-you\\_00705511/](https://www.momjunction.com/articles/how-to-make-a-girl-want-you_00705511/) (дата обращения: 16.02.2023)

43. Rich J. How to Get a Girlfriend: 20 Steps to Make Her Choose You. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://www.datingmetrics.com/how-to-get-a-girlfriend/> (дата обращения: 25.02.2023)

44. Safran S. How to Ask a Woman on a Date Without Making Common Mistakes. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://www.wikihow.com/Ask-a-Woman-on-a-Date-without-Making-Common-Mistakes> (дата обращения: 20.02.2023)

45. Sam. 10 conseils pour réveiller le séducteur qui someille en vous depuis 1 an ? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/aborder-une->

file/10-conseils-pour-reveiller-le-seducteur-qui-sommeille-en-vous-depuis-1-an

(дата обращения: 15.05.2022)

46. Sam. Chloé, la fille du musée (Field report 50). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/field-report/chloe-la-fille-du-musee-field-report-50> (дата обращения: 20.05.2022)

47. Scott O. How to Get Laid: 10 10 Simple Tips and Tricks for a Fantastic Sex Life. [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://herway.net/how-to-get-laid/> (дата обращения: 10.01.2023)

48. Sélim. 5 Conseils Pour Arrêter de Se Composer Comme un « Gentil Garçon ». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/5-conseils-arreter-gentil-garcon> (дата обращения: 11.05.2022)

49. Sélim. 5 Conseils pour Séduire dès la Rentrée et Inspirer confiance. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/la-seduction-dans-les-medias/5-conseils-pour-inspirer-confiance-coronavirus> (дата обращения: 21.05.2022)

50. Sélim. Celle qui repoussait toujours votre rendez-vous. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/inner-game/pourquoi-elle-repousse-vos-rendez-vous> (дата обращения: 11.05.2022)

51. Sélim. C'était pas un kiffeur... [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/inner-game/cetaut-pas-un-kiffeur> (дата обращения: 10.05.2022)

52. Sélim. Comment séduire au supermarché ? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/aborder-une-fille/comment-seduire-supermarche> (дата обращения: 15.05.2022)

53. Sélim. Etre un Beta Male et séduire quand même ! [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/plaire-aux-filles/etre-un-beta-male-et-seduire-quand-meme> (дата обращения: 04.06.2022)

54. Sélim. L'aimant sensoriel : la technique qui pousse une femme à venir chez vous directement. [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.artdeseduire.com/draguer-sur-internet/aimant-sensoriel>

(дата обращения: 20.05.2022)

55. Sélim. Les 5 leçons de séduction de l'homme le plus swipé sur Tinder. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/draguer-sur-internet/lhomme-le-plus-swipe-sur-tinder> (дата обращения: 16.05.2022)

56. Sélim. Pourquoi ça ne marche pas quand vous abordez une femme et comment corriger ça ? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/aborder-une-fille/pourquoi-ca-marche-pas-quand-vous-abordez-une-femme> (дата обращения: 11.05.2022)

57. Sélim. « Y'a pas de place dans ma vie pour une femme. » [Электронный ресурс]. URL: <https://www.artdeseduire.com/inner-game/ya-pas-de-place-dans-ma-vie-pour-une-femme> (дата обращения: 01.06.2022)

58. Serai P. How to Seduce a Girl & 22 Subtle Moves to Make Her Sexually Desire You. 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lovepanky.com/sensual-tease/seduction/how-to-seduce-a-girl> (дата обращения: 20.03.2023)

59. Sigafus J.K. 23 Dating Tips for Men – Level Up Your Alpha Male Dating Skills. [Электронный ресурс]. URL: <https://joshuasigafus.com/dating-tips-for-men/> (дата обращения: 20.03.2023)

60. Sigafus J. How to Get a Girlfriend in 16 Steps: The Only Guide You'll Need. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://theadultman.com/love-and-lust/how-to-get-a-girlfriend/> (дата обращения: 03.03.2023)

61. Sigafus J. How to Seduce a Woman into Bed the Right Way. [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://theadultman.com/love-and-lust/seduce-a-woman/> (дата обращения: 20.03.2023)

62. Smith B. HOW TO GET A GIRL WHO'S OUT OF YOUR LEAGUE. [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://www.muscleandfitness.com/women/dating-advice/how-get-girl-thats-out-your-league/> (дата обращения: 19.02.2023)

63. Theodore. 22 Tricks to Get a Girl to Like You. [Электронный ресурс].  
2019. URL: <https://practicalpie.com/how-to-get-a-girl-to-like-you/>  
(дата обращения: 22.10.2022)

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 О.В. Магировская

«12» июня 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ПИКАП-КОУЧА (НА МАТЕРИАЛЕ  
ФРАНЦУЗСКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

Научный руководитель



канд. филол. наук,  
доц. О.Н. Варламова

Выпускник



Т.Е. Токарева

Нормоконтролер



А.А. Струзик

Красноярск 2023