

*Kaja Kielpińska*

(Uniwersytet Warszawski,

e-mail: [kaja.kielpinska@student.uw.pl](mailto:kaja.kielpinska@student.uw.pl))

ORCID: 0000-0002-3849-7062

## **KATEGORIA INWESTYCJI W JĘZYKU *LIFE COACHINGU***

Niniejsza praca jest wycinkiem badań nad językiem life coachingu. Materiał badawczy stanowią publikacje osób podających się za coachów na swoich stronach internetowych, blogach i tzw. fanpage'ach. Materiał ten cechuje się dużą różnorodnością gatunkową – są to artykuły z nurtu tzw. psychologii pozytywnej [Czapiński (red.) 2012], artykuły o charakterze poradnikowym, materiały promocyjne (np. oferty sesji i szkoleń), a także mowy motywacyjne (zob. bibliografia). Badane treści są zróżnicowane również pod względem kanału przekazu – wśród publikacji znajdziemy zarówno tekst (pisany albo mówiony), jak i różnego rodzaju grafiki motywacyjne. Kryterium doboru materiału było stosowanie nazw *coach*, *coaching* przez ich nadawców – pierwszej jako autoidentyfikującej, drugiej jako wskazującej na przedmiot wypowiedzi. Niezależnie od tego, czy osoba tworząca teksty legitymuje się tytułem korporacji zawodowej (i czy jej działania odpowiadają procedurom instytucji nadającej uprawnienia, jak np. ICF – International Coach Federation), jeśli sama określa się jako coach, to uznajemy tworzone przez nią teksty dotyczące coachingu jako reprezentację języka tej sfery.<sup>1</sup>

ICF, czyli międzynarodowe stowarzyszenie zrzeszające coachów, opisuje coaching jako

interaktywny proces, który pomaga pojedynczym osobom lub organizacjom w przyspieszeniu tempa rozwoju i polepszeniu efektów działania. Coachowie pracują z klientami w zakresach związanych z biznesem, rozwojem kariery, finansami, zdrowiem i relacjami interpersonalnymi. Dzięki coachingowi klienci ustalają konkretniejsze cele, optymalizują swoje działania, podejmują trafniejsze decyzje i pełniej korzystają ze swoich naturalnych umiejętności [ICF-2015].

---

<sup>1</sup> Należy bowiem podkreślić, że oprócz coachów uprawiających swój zawód rzetelnie istnieje wiele osób, które same siebie nazywają coachami i prowadzą działalność, którą nazywają coachingiem, lecz nie działają zgodnie z wytycznymi ICF.

Choć powyższy opis dotyczy zarówno pracy z klientem biznesowym, jak i pracy *w zakresach związanych z (...) zdrowiem i relacjami interpersonalnymi*, jest on zdominowany przez słownictwo ze świata biznesu: *interaktywny proces, rozwój, zakres, konkretniejsze cele, optymalizacja działań, efekty działania*. Powyższy przykład może stanowić potwierdzenie tezy Marka Kochana, według którego język biznesu „dokonuje realnej ekspansji na obszary świata pierwotnie z biznesem nie związane” [Kochan 2013, 141–165].

Silny wpływ języka biznesu na sposób mówienia o człowieku przywodzi również na myśl Habermasowską *kolonizację świata życia* przez kapitał. J. Habermas definiuje wspomniany porządek (*świat życia, Lebenswelt*) jako „korelat procesów dochodzenia do porozumienia” [Habermas 1999, 135]. Według socjologa

świat życia gromadzi uprzednio dokonaną pracę interpretacyjną minionych pokoleń; stanowi on konserwatywną przeciwwagę dla ryzyka zaistnienia niezgody, jakie powstaje wraz z każdym podejmowanym w danym momencie procesem dochodzenia do porozumienia [Habermas 1999, 135].

Zwolennicy teorii J. Habermasa zwracają uwagę na zjawisko niejako „towarzyszące” kolonizacji *Lebensweltu* przez kapitał, tj. na rozrost kultur eksperckich [Musiał 2012]. Maciej Musiał, w swojej analizie zjawiska kolonizacji świata intymności, opartej na badaniach socjologicznych A.R. Hochschild, zauważa, że

wkraczanie ekspertów do sfery intymnej wiąże się często z wyeliminowaniem wiedzy tła charakterystycznej dla świata życia i zastąpieniem jej elitarną, kontrintuicyjną wiedzą ekspercką [Musiał 2012, 236]

oraz, co najważniejsze z perspektywy niniejszego tekstu, wiąże się ono z „przestawieniem z działań nastawionych na porozumienie na nastawione na sukces” [Musiał 2012, 236–237]. Czym jest wspomniany sukces? Według Mai Wolny-Peirs, autorki książki *Język sukcesu we współczesnej polskiej komunikacji publicznej*,

Sukces pozostaje (...) fenomenem tajemniczym – przynajmniej w dziedzinie tradycyjnego logicznego definiowania. Trzeba bowiem zawrzeć w definicji nie tylko ogólne znaczenie i etymologię słowa, ale także współczesną tendencję do nazywania wszystkiego, co dobre, właśnie sukcesem oraz dynamikę i ważność tego procesu („na sukces pracuje się całe życie”, „sukces lub jego brak to ostateczny wynik wielu dziedzin ludzkiej aktywności”) [Wolny-Peirs 2005, 188].

Jeśli zatem istotą coachingu ma być osiągnięcie przez jednostkę sukcesu, który jest pojęciem o rozmytym znaczeniu, to w zasadzie trudno stwierdzić, jaki jest cel pracy coacha. Ponieważ jednak leksem *sukces* ma pozytywne konotacje, łatwo „sprzedać” pod jego etykietą różne treści

i działania.<sup>2</sup> Z kolei klient coacha, przypominajmy, korzystający z kontrintuicyjnej wiedzy eksperckiej, dostaje komunikat, że – zamiast na dochożeniu do porozumienia w znaczeniu Habermasowskim – ma się skupić na indywidualnym dążeniu do sukcesu. Takie promowanie samodzielnego działania jednostki postrzeganej w sposób esencjalistyczny, tj. z pominięciem kontekstu kulturowego, jest charakterystyczne dla dyskursu neoliberalnego [Markiewka 2017].

W języku life coachingu działania na człowieku opisywane są w taki sposób, w jaki opisuje się marketingowe działania na produkcie. Za przykład takiej conceptualizacji niech posłuży mowa szkoleniowa *Jak dobrze wypaść na pierwszej randce?* bodaj najbardziej znanego polskiego coacha Mateusza Grzesiaka. Samą sytuację pierwszego spotkania autor określa mianem *eksplorowania obszaru randkowego*, a jego opis przywodzi na myśl rozmowę rekrutacyjną: *zostaniesz oceniony przez pryzmat tego, czy jesteś sympatyczny, czy kompetentny* [Grzesiak 2015a]. W kolejnych minutach nagrania punkt po punkcie opisywana jest strategia:

(...) co was odróżnia od pozostałych, co również jest bardzo istotne, bo nawet patrząc na to z punktu widzenia marketingowego, a z całą pewnością w przypadku wypadania, szczególnie w przypadku pierwszego wrażenia, musicie zadać sobie pytanie: jaka jest wasza przewaga konkurencyjna? Czyli: co odróżnia ciebie od innych osób? To się nazywa *unfair advantage* w świecie marketingu – czemu jesteś nie do podrobienia? Dlatego przygotuj sobie z góry minimum trzy, a najlepiej pięć takich historii, które w jakiś sposób zmieniły twoje życie, one muszą być prawdziwe, autentyczne, konkretne, niepowtarzalne i pokazać ciebie jako kogoś, kto jest totalnie nie do podrobienia, co jest zresztą oparte na faktach: masz inne DNA, masz inną historię osobistą, masz inną strukturę ciała (...) [Grzesiak 2015a] [podkreślenia moje – KK].

W powyższym tekście odbiorca jest instruowany, by potraktował siebie w sposób przedmiotowy. Takie przedmiotowe traktowanie samego siebie ma służyć osiągnięciu sukcesu rozumianego tu jako osiągnięcie celu – nastawienie na konkretny cel i uzyskanie wymiernego efektu jest bowiem w retoryce coachingu istotą ludzkich działań. Pod tym względem język coachingu przypomina język biznesu; dla coachingu, tak jak dla biznesu, jednym z podstawowych pojęć jest pojęcie inwestycji.

Kategoria inwestycji ściśle wiąże się z przekonaniem, że każde działanie podejmowane przez jednostkę ma przynieść jej korzyść w przyszłości. Kategoria ta jest wprowadzana przede wszystkim przez leksemy: *inwestowanie, inwestować, zainwestować, inwestycja*. Łączą się one z wyrazami nazywającymi zjawiska, o których nie myślimy na ogół w kategoriach

---

<sup>2</sup> Por. fragment wizytówki (za wizytówkę uznaję tekst stanowiący autoprezentację nadawcy, najczęściej pojawiający się w dziale „o mnie” lub na stronie głównej www/ bloga [por. Kłosińska 2013, 200]) na stronie coacha Wiktora Tokarskiego: „Robię to, bo wierzę, że ludzie zasługują na szczęście i spełnienie, na »życie w obfitości«. Wiem, że każdy może osiągnąć życiowy sukces jakkolwiek byśmy go nie zdefiniowali” [Tokarski 2018].

biznesowych, np. *inwestycja w uczucia, inwestycja w miłość, inwestycja w związek, inwestycja w szczęście* (por: *twoja inwestycja w szczęście: 20 PLN/1 spotkanie*<sup>3</sup> [Jurasz 2015]), *inwestycja w rozwój osobisty, inwestycja w przyszłość*.<sup>4</sup> Coraz częstszą praktyką wśród organizatorów szkoleń jest mówienie o cenie *treningu* właśnie jako o inwestycji:

Inwestycja w szkolenie – 400zł

Zwrot z inwestycji w postaci:

- √ 16 godzin szkolenia
- √ Certyfikatu ukończenia kursu
- √ Materiałów szkoleniowych
- √ Zniżki na kolejne szkolenia
- √ Możliwości podjęcia stałej współpracy [Trener-dziecięcy 2015].

Pierwsza sesja jest Twoją inwestycją, którą możesz zabrać w swoją drogę [Holewa 2018].

Za najbardziej istotne połączenie wyrazowe należy jednak uznać *inwestowanie w siebie*. Michael Foucault w serii wykładów o biopolityce dokonuje pewnej reinterpretacji pojęcia *homo economicus*. Badacz stwierdza, że *homo economicus* w rozumieniu neoliberalistów nie jest jednostką skupioną wyłącznie na wymianie handlowej, lecz jest to człowiek, którego można nazwać „przedsiębiorcą samego siebie” [Foucault 2011, cyt za: Markiewka 2017, 181]. Myśl tę rozwija Tomasz Markiewka:

To niepozorne sformułowanie – „przedsiębiorca samego siebie” – bardzo dobrze oddaje naturę neoliberalnej idei człowieka. Idei, w ramach której człowiek jest pojmowany jako swój własny pan i władca. Jako ktoś niezależny od procesów kulturowo-społecznych – przynajmniej na tyle, aby mógł brać pełną odpowiedzialność za własne czyny. Jest to wizja człowieka, który sam sobą steruje i zarządza. Który nie potrzebuje niczyjej pomocy. To on odpowiada za swoje sukcesy i za swoje porażki [Markiewka 2017, 181].

Według takiej wizji świata człowiek jest niejako *naturalnie* „wypożyczony” w *zasoby* czy też *potencjał* niezbędne, ale i *wystarczające* do osiągnięcia sukcesu. Zdaje się, że takie postrzeganie jednostki jest charakterystyczne dla praktyków coachingu. Wróćmy do fragmentu definicji coachingu sformułowanej przez ICF:

Dzięki coachingowi klienci ustalają konkretniejsze cele, optymalizują swoje działania, podejmują trafniejsze decyzje i pełniej korzystają ze swoich naturalnych umiejętności [ICF 2015].

---

<sup>3</sup> We wszystkich cytatach zachowano pisownię oryginalną.

<sup>4</sup> por. *Zastanawiasz się, czy warto zainwestować we własną przyszłość? Cóż... to Twoja przyszłość. Według mnie najlepszym sposobem przewidywania swojej przyszłości jest jej tworzenie, a Coaching daje możliwość zainicjowania sytuacji, na jakiej Ci zależy* [Maruda 2018].

Z kolei Izba Coachingu uznaje, że:

Klient jest osobą posiadającą wystarczające zasoby, możliwości i zdolności do samodzielnego podejmowania i realizowania wyzwań, znajdowania rozwiązań swoich problemów oraz wybierania sposobów działania [Izba 2015].

Wywodzące się z języka biznesu pojęcie *zasobu / zasobów* jest mocno rozpowszechnione w wizytówkach coachów na ich stronach internetowych, por. *W coachingu zwracam uwagę na zasoby naturalne każdego człowieka, jego ważność we wszechświecie, jego wyjątkowość* [Duda 2018]; *Wierzę, że każdy człowiek ma w sobie moc i zasoby, których potrzebuje do osobistego spełnienia* [Okoniewska 2018]; *Wspaniale czuję się ze świadomością, że klient posiada w sobie wszelką potrzebną mu mądrość i zasoby, a moja uważna obecność oraz trafne pytania są jedynie katalizatorem dla zmiany lub uświadomienia* [Grzelak 2018].

Równie popularny wśród coachów mówiących o swojej profesji jest drugi z wymienionych rzeczowników – *potencjał*, por. *Każda z nas posiada potencjał do zmiany* [Chudy 2018]; *Od zawsze interesuje mnie potencjał drzemiący w człowieku* [Kędzia 2018]; *Skutecznie pomagam odkrywać i rozwijać potencjał w ludziach* [Sekrety 2018]. Również Izba Coachingu – polska organizacja zrzeszająca przedstawicieli profesji, używa tego rzeczownika, opisując rolę coacha:

Coach wspiera klienta w odkrywaniu i efektywnym wykorzystaniu osobistego potencjału celem podnoszenia jakości życia [Izba 2015].

Niekiedy *potencjał i zasoby* występują w konstrukcjach współrzędnych, por.: *Moja wiara w potencjał i zasoby danego człowieka uwalnia w nich świadomość własnych możliwości* [Dzido 2018].

Rzeczownik *potencjał* najczęściej łączy się z czasownikami: *odkrywać* – por. *Coaching jest procesem, podczas którego odkrywasz swój potencjał* [Kurth 2018]; *Jej pasją jest wspieranie klientów w ich drodze odkrywania własnego potencjału i talentów* [Kupaj 2018]; *wykorzystywać* – por. *W coachingu zapraszam Cię do partnerskiej relacji, podczas której dam Ci wsparcie w jak najlepszym wykorzystaniu Twojego potencjału na drodze do osiągnięcia Twoich celów* (Mazik-2018); *Od 1999r wspieram innych w maksymalnym wykorzystaniu ich potencjału poprzez coaching* [Rowińska 2018] oraz *rozwijać* – por. *Inspiruję, motywuję, wspieram w odkryciu misji życiowej i rozwoju potencjału osobistego* [Sekrety 2018b]; *Skutecznie pomagam odkrywać i rozwijać potencjał w ludziach* [Sekrety 2018a].

Rzeczownik *zasoby* natomiast najczęściej łączy się z czasownikiem *mieć* lub *posiadać* (wówczas aktantem jest klient coacha), por. *Wierzę, że każdy ma wiele zasobów, by zmieniać to, co niesatysfakcjonujące* [JesteśOK 2018].

W analizowanych tekstach człowiek – „przedsiębiorca samego siebie” – staje się elementem *językowej ramy* (w znaczeniu proponowanym przez

Fillmore'a [Fillmore 1987]) aktywującej schemat BIZNES, gdzie jednostkę postrzega się jako *zbiór zasobów* lub *kapitał*, w który przedsiębiorczy człowiek powinien *zainwestować*, by osiągnąć zysk. Co ciekawe, rama ta funkcjonuje nie tylko w świecie coachingu. Jej językową realizację możemy znaleźć także w nazwach programów społecznych – rządowych i unijnych – por. nazwę Programu Operacyjnego „Kapitał Ludzki”, finansowanego przez Europejski Fundusz Społeczny (EFS) [Kapitał 2018] oraz programu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Człowiek – najlepsza inwestycja” [Inwestycja 2015].

Obecne w life coachingu, *stricte* zadaniowe podejście do życia niekiedy niesie ze sobą konieczność przededefiniowania kategorii należących pierwotnie do wspomnianego już Habermasowskiego Lebensweltu. Podróż, która mogła być tradycyjnie traktowana jako sposobność do odpoczynku od pracy, a także coś, co niesie wartości poznawcze, w tekstach coachingu również staje się inwestycją. Słowa blogera i podróżnika Matthew Karstena *Inwestycja w podróż jest inwestycją w siebie* [Vagabond 2018] to element często pojawiający się w tekstach nurtu tzw. travel coachingu oraz w grafikach motywacyjnych. Coraz częściej, pisząc o podróżach, wylicza się korzyści, które odniosło się dzięki jakiejś wyprawie, w swoisty sposób „rozliczając się” z czasu spędzonego poza pracą:

Czas na feedback – wyciągnięcie wniosków, bo kończy się kolejny rozdział i zaczyna następny. Tak jak co dzień, pytam się więc czego się nauczyłem i jakie możliwości mi to stwarza na przyszłość (...)

1. Wystąpiłem kilka razy w telewizji (...)
2. Dotknąłem cieni społecznych (...)
3. Ulepszyłem język portugalski (...)
4. Podniosłem poziom ciepła i życzliwości [sic!] (...)
5. Zbudowałem silny fundament biznesowy (...) [Grzesiak 2015b].

Świat life coachingu cechuje się specyficznym postrzeganiem także innych zjawisk, takich jak relacje międzyludzkie, w tym związki (por. wspomniane *inwestowanie w związki*), uczucia i emocje. Wiele z tych, wydawałoby się abstrakcyjnych, bytów, w języku coachingu łączy się z czasownikami konkretnymi, np. *podnosić* (por. *podniosłem poziom ciepła i życzliwości* – op. cit.) czy *zarządzać*.

Przytoczone powyżej przykłady znów przywodzą na myśl „realną ekspansję [języka biznesu] na obszary świata pierwotnie z biznesem nie związane” [Kochan 2013, 141–165]. Trochę szerzej temat ujmuje ekonomista [sic!] Ha-Joon Chang. Mówi on o ekspansji ekonomii jako nauki, a przy tym języka ekonomii, na inne dziedziny życia. Słowa Chang’a z książki *Ekonomia. Instrukcja obsługi* tak parafrazuje Tomasz Markiewka:

Ekonomiści zaczęli uchodzić nie tylko za ekspertów od gospodarki, ale także od moralności, uczuć, nauki i innych dziedzin życia. Opisywany przez Chang’a proces jest związany z tym, że język ekonomiczny podbija następne tereny naszej społecznej świadomości. Mówimy o „inwestowaniu w siebie”, o „zarządzaniu własnym życiem”,

o umiejętności „sprzedania swoich zalet”, o „kapitale ludzkim”. Im więcej rzeczy opiszemy za pomocą kategorii wziętych z nauk ekonomicznych, tym większy autorytet przyznajemy ich przedstawicielom. „W ekonomii chodzi (prawie) o życie, wszechświat i całą resztę” – podsumowuje ironicznie Chang [Chang 2015 za: Markiewka 2017, 21].

Charakterystyczny sposób mówienia o człowieku, obecny w języku life coachingu, spotyka się z coraz szerszą krytyką. Językoznawcy [Kochan 2013; Cegiela 2014] uważają go za dehumanizujący, a pewne środowiska psychologów i psychoterapeutów zarzucają coachom nieetyczne podejście do człowieka i działanie nastawione wyłącznie na zysk ekonomiczny. Psycholog Zbigniew Nęcki nazwał coachów „produktem (...) paskudnego stylu antyhumanistycznego” [SSK 2016]. W Internecie zrodził się ruch krytykujący tzw. *propagandę sukcesu*. Ostatnie wyrażenie (jak i wiele innych) wskazuje na to, że język tzw. rozwoju osobistego zyskał swoją recepcję. Powtarzalność wielu fraz, ograniczony zbiór słownictwa, symplifikacje oraz afirmacje bywają parodiowane przez internautów skupionych wokół facebookowych fanpage'ów, takich jak *Propaganda regresu* [PR 2017], *Zdelegalizować coaching i rozwój osobisty* [ZCiRO 2017], *Magazyn Porażka* [MP 2017], *Niebieski garnitur jako kluczowy element rozwoju osobistego* [NG 2017] czy *Smutni Trenerzy Rozwoju Osobistego* [ST 2017]. Temat recepcji języka life coachingu zasługuje jednak na odrębne opracowanie.

### **Źródła cytatów – rozwiązanie skrótów nazw źródeł internetowych**

- Chudy-2018 – wizytówka Adriany Chudy na stronie dobrycoach.pl, <https://dobrycoach.pl/coach/adriana-chudy> [dostęp: 20.11.2018].
- Duda-2018 – strona internetowa Ilony Dudy, <https://noweperspektywy.pl/coaching/> [dostęp: 18.11.2018].
- Dzido-2018 – wizytówka Marka Dzido na stronie dobrycoach.pl, <https://dobrycoach.pl/coach/marek-dzido> [dostęp: 10.12.2018].
- Grzelak-2018 – strona internetowa Marcina Grzelaka, <https://marcingrzelak.weebly.com/o-mnie.html> [dostęp: 18.11.2018].
- Grzesiak-2015-a – film *Jak dobrze wypaść na pierwszej randce?* na kanale YouTube Mateusza Grzesiaka, <https://www.youtube.com/watch?v=YBwoVTdKr64> [dostęp: 4.10.2015].
- Grzesiak-2015-b – post Mateusza Grzesiaka *Czego nauczyłem się w ostatnim tygodniu w Brazylii?* na jego facebookowym fanpage'u, <https://www.facebook.com/mateuszgrzesiak/videos/858179340918880/> [dostęp: 16.10.2015].
- Holewa-2018 – strona internetowa Aleksandry Holewy, <http://aleksandraholewa.com/> [dostęp: 10.12.2018].
- ICF-2015 – strona internetowa International Coach Federation, <http://icf.org.pl/pl79,coaching.html> [dostęp: 10.05.2015].
- Inwestycja-2015 – opis programu „Człowiek – najlepsza inwestycja” Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, <https://www.parp.gov.pl/czlowiek-najlepsza-inwestycja-34/> [dostęp: 22.05.2015].
- Izba-2015 – strona internetowa Izby Coachingu, <https://www.izbacoachingu.com/coaching/czym-jest-coaching/> [dostęp: 10.12.2015].

- JesteśOK-2018 – strona internetowa Jesteś OK, <http://www.jestesok.pl/o-mnie> [dostęp: 5.12.2018].
- Jurasz-2015 – facebookowy fanpage Beaty Jurasz, <https://www.facebook.com/Beata.Jurasz.happiness/posts/355953901276268> [dostęp: 16.10.2015].
- Kapitał-2018 – opis rządowego Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, <http://www.kapitalludzki.gov.pl/o-programie/> [dostęp: 20.11.2018].
- Kerth-2018 – strona internetowa Anny Kerth, <http://annakerth.pl/coaching/> [dostęp: 20.11.2018].
- Kędzia-2018 – strona internetowa Barbary Kędzi, [http://coachinglodz.pl/index.php?p=1\\_2\\_O-MNIE](http://coachinglodz.pl/index.php?p=1_2_O-MNIE) [dostęp: 18.11.2018].
- Kupaj-2018 – strona internetowa Szkoła Coachingu Lilianna Kupaj, <http://szkolacoachingu.edu.pl/o-mnie/> [dostęp: 20.11.2018].
- Maruda-2018 – strona internetowa Agnieszki Marudy-Sperczak, <http://agnieszka-maruda.pl/zakres-dzialan/coaching/> [dostęp: 10.12.2018].
- Mazik-2018 – wizytówka Joanny Mazik na stronie dobrycoach.pl, <https://dobrycoach.pl/coach/joanna-mazik> [dostęp: 10.12.2018].
- MP-2017 – facebookowy fanpage *Magazyn Porażka*, <https://www.facebook.com/magazynporazka/> [dostęp: 15.05.2017].
- NG-2017 – facebookowy fanpage *Niebieski garnitur jako kluczowy element rozwoju osobistego*, <https://www.facebook.com/niebieskigarnitur/> [dostęp: 15.05.2017].
- Okoniewska-2018 – wizytówka Luizy Wrzos-Okoniewskiej na stronie dobrycoach.pl, <https://dobrycoach.pl/coach/luiza-wrzos-okoniewska> [dostęp: 18.11.2018].
- PR-2017 – facebookowy fanpage *Propaganda regresu*, <https://www.facebook.com/propagandaregresu/> [dostęp: 15.05.2017].
- Rowińska-2018 – strona internetowa Rowińska Business Coaching, <https://rowinskabusinesscoaching.com/kamila-rowinska/> [dostęp: 10.12.2018].
- Sekrety-2018-a – strona internetowa Sekrety Rozwoju Coaching & Doradztwo, <http://www.sekretyrozwoju.com/bio/> [dostęp: 16.11.2018].
- Sekrety-2018-b – artykuł *Jak odkryć swoją misję życiową?* na stronie internetowej Sekrety Rozwoju Coaching & Doradztwo, <http://www.sekretyrozwoju.com/jak-odkryc-swoja-misje-zyciowa/> [dostęp: 16.11.2018].
- ST-2017 – facebookowy fanpage *Smutni Trenerzy Rozwoju Osobistego*, <https://www.facebook.com/Smutni-Trenerzy-Rozwoju-Osobistego-1442697582694693/> [dostęp: 15.05.2017].
- SSK-2016 – odcinek programu telewizyjnego *Świat się kręci pt. Coaching – szarlataneria czy sposób na zmianę życia?*, <http://www.swiatsiekreci.tvp.pl/23556791/coaching-szarlataneria-czy-sposob-na-zmiane-zycia> [dostęp: 03.03.2016].
- Tokarski-2018 – strona internetowa Wiktora Tokarskiego, <https://www.wiktor-tokarski.pl/o-mnie/> [dostęp: 7.12.2018].
- Trener-dzieciocy-2015 – oferta szkolenia *Trener dzieciocy kompetencji społecznych* <http://scci.pl/index.php/trener-dzieciocy/> [dostęp: 16.10.2015].
- Vagabond-2018 – strona internetowa Expert Vagabond, <https://expertvagabond.com/best-travel-quotes/> [dostęp: 22.11.2018].
- ZCiRO-2017 – facebookowy fanpage *Zdelegalizować coaching i rozwój osobisty*, [https://www.facebook.com/zdelegalizowaccoaching/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/zdelegalizowaccoaching/?ref=br_rs) [dostęp: 15.05.2017].

**Bibliografia**

- A. Cegiela, *Słowa i ludzie. Wprowadzenie do etyki słowa*, Warszawa 2014.
- H.-J. Chang, *Ekonomia. Instrukcja obsługi*, Warszawa 2015.
- J. Czapiński (red.), *Psychologia pozytywna. Nauka o szczęściu, zdrowiu, sile i cnotach człowieka*, Warszawa 2012.
- C. Fillmore, *Scenes-and-frames semantics* [w:] A. Zampolli (red.), *Linguistic structures processing. Fundamental Studies in Computer Science*, Amsterdam 1977, s. 55–81.
- M. Foucault, *Narodziny biopolityki*, Warszawa 2011.
- J. Habermas, *Racjonalność działania a racjonalność społeczna. Teoria działania komunikacyjnego*, t. 1, Warszawa 1999.
- K. Kłosińska, *Etyczny i pragmatyczny*, Warszawa 2013.
- M. Kochan, *Język biznesu w przemówieniach polityków* [w:] E. Kołodziejek, A. Choduń (red.), *Mówi się, czyli o wymowie i wymowności Polaków. Materiały z IX Forum Kultury Słowa, Szczecin, 9–11 października 2013 r.*, s. 141–165.
- T.S. Markiewka, *Język neoliberalizmu*, Toruń 2017.
- M. Musiał, *Kolonizacja intymności. Badania socjologiczne Arlie Russell Hochschild w perspektywie teorii krytycznej Jürgena Habermasa*, „Lingua ac Communitas” 2012, vol. 22, s. 217–240.
- M. Wolny-Peirs, *Język sukcesu we współczesnej polskiej komunikacji publicznej*, Warszawa 2005.

***The category of investment in the language of life coaching***

## Summary

This paper is a part of the research on the language of life coaching. The text describes the influence of the language of business on the way of speaking of a man. In the examined text corpus containing, among others, business cards on websites and blogs of Polish life coaches, press articles, and training offers, a man is presented as *capital* to invest in to achieve an undefined success. A part of the study is the examination of the lexemes *inwestycja* (*investment*) and *inwestować* (*to invest*) and their collocations. The whole discussion is consistent with a broader reflection on the expansion of the language of business, the language of economics, and the language of neoliberalism over the domains of life which had not been associated with the world of entrepreneurship before.

**Keywords:** life coaching – language of business – capital – investment – success – language of neoliberalism.

Trans. Monika Czarnecka