

УДК 811.161.2' 27:316.48

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2026-216-42>

МОВНІ МАРКЕРИ ГАРМОНІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ В ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

LANGUAGE MARKERS OF HARMONIOUS BEHAVIOR IN BUSINESS COMMUNICATION

Семак Л. А.,*orcid.org/0000-0002-2495-4680**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри філології**Дніпровського державного аграрно-економічного університету***Сергієнко О. І.,***orcid.org/0000-0002-5958-750X**Scopus-Author ID: 57786225800**доктор філософії в галузі освіти/педагогіки, доцент,**доцент кафедри іноземної мови і перекладу**Національного університету біоресурсів і природокористування України*

У статті проаналізовано мовні маркери гармонійної поведінки в офіційно-діловій комунікації. Помічено, що найбільш репрезентативними й релевантними для дослідження мовних маркерів поведінки є жанри публіцистичного й офіційно-ділового стилів, зокрема медіатексти й публічні дописи, виступи та заяви офіційних осіб, представників різних гілок влади, громадських і політичних діячів та ін. Зауважено, що до мовних маркерів гармонійної поведінки слід уналежнювати слова та вислови, що відбивають упевненість, щирість, бажання співпрацювати й позитивні емоції, що постають на противагу маркерам конфлікту (агресії, уникненню, комунікативному тиску). Наголошено, що втілення мовних маркерів гармонійної поведінки під час ділової комунікації створює відчуття психологічного комфорту, віддзеркалює самодостатність, націленість і здатність мовців до конструктивного діалогу. Проаналізовано функціонування мовних маркерів гармонійної поведінки у текстах дописів різних сучасних Телеграм-каналів, що містять доповіді й виступи офіційних осіб, посадовців, громадських і політичних діячів, журналістів. Пояснено, що до маркерів гармонійної поведінки вналежнюють і невербальні мовні засоби: схвальні жести, спокійну, доброзичливу інтонацію, помірний темп мовлення. Висновковано, що гармонійна мовна поведінка всіх індивідуумів у масмедійному й офіційно-діловому стилі створює сприятливе і перспективне тло для злагодженого перебігу комунікації, успішного досягнення комунікативної мети, формує стійке психологічне здоров'я всіх учасників спілкувального процесу та є запорукою становлення зрілого соціуму в майбутньому. Зауважено, що прагматичний вплив, який здійснюють такі засоби на реципієнтів, потребує подальшого студювання в психолінгвістичній царині із застосування асоціативного експерименту.

Ключові слова: мовний маркер, гармонійна поведінка, ділова комунікація, масмедійний дискурс.

The article analyzes linguistic markers of harmonious behavior in official business communication. It is noted that the most representative and relevant genres for the study of linguistic markers of behavior are the genres of journalistic and official business styles, in particular, media texts and public posts, speeches and statements of officials, representatives of various branches of government, public and political figures, etc. It is noted that the linguistic markers of harmonious behavior should include words and expressions that reflect confidence, sincerity, a desire to cooperate and positive emotions that contrast with markers of conflict (aggression, avoidance, communicative pressure). It is emphasized that the embodiment of linguistic markers of harmonious behavior during business communication creates a feeling of psychological comfort, reflects the speakers' self-sufficiency,

© Семак Л. А., Сергієнко О. І., 2026



Стаття поширюється
на умовах ліцензії
відкритого доступу (CC BY 4.0)

focus and ability to engage in constructive dialogue. The functioning of linguistic markers of harmonious behavior in the texts of posts of various modern Telegram channels containing reports and speeches of officials, civil servants, public and political figures, and journalists was analyzed. It was explained that markers of harmonious behavior also include non-verbal language means: approving gestures, calm, friendly intonation, moderate pace of speech. It was concluded that harmonious linguistic behavior of all individuals in the mass media and official-business style creates a favorable and promising background for a harmonious course of communication, successful achievement of the communicative goal, forms stable psychological health of all participants in the communicative process and is a guarantee of the formation of a mature society in the future. It was noted that the pragmatic influence exerted by such means on recipients requires further study in the psycholinguistic field using an associative experiment.

Key words: linguistic marker, harmonious behavior, business communication, mass media discourse.

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістиці сутність гармонійної комунікативної поведінки вивчають у руслі когнітивно-дискурсивної парадигми. Лінгвокогнітивні аспекти мовної презентації етичної манери спілкування зазвичай аналізують на матеріалі різних типів дискурсу. Останнім часом у мовознавстві стрімко збільшується кількість праць, присвячених різним типам дискурсу, що можна пояснити зміщенням інтересів дослідників із семантико-структурного опису мови на аналіз її історико-культурного і комунікативно-прагматичного контексту. Найбільш репрезентативними й релевантними для дослідження є жанри публіцистичного й офіційно-ділового стилів, зокрема медіатексти й публічні дописи, виступи та заяви офіційних осіб, представників різних гілок влади, громадських і політичних діячів та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні комунікацію трактують по-різному: це і шляхи сполучення, лінії зв'язку [1], і передання думок, почуттів, волевиявлень [2, с. 34], і обмін інформацією за допомогою різних засобів, насамперед мови [3, с. 119; 4]. Науковиця Л. А. Білоконенко принагідно пояснює: «Комунікація (хоч і є багатовимірною системою) має сталі властивості, елементи, стійкі зв'язки й відносини. У такому разі вона сприймається як єдина, зі своєю теоретичною основою, що вможливорює механізми її поля, забезпечуючи результат прийому-передання інформації, впливу на об'єкт. Тож ми говоримо про поняття в широкому розумінні, коли передбачаються знання різних механізмів, і у вузькому, коли узгоджуються універсальні зв'язки й закономірності інформаційного обміну» [5, с. 9]. На нашу думку, саме такий погляд уможливорює аналіз поведінки індивідів на різних етапах, у різних сферах спілкування, дослідження моделей динамічної характеристики вербалізації, можливостей налагодження гармонійного перебігу комунікативного процесу та запобігання непорозумінням і конфліктів.

Мета статті – проаналізувати мовні маркери гармонійної поведінки в офіційно-діловій комунікації.

Виклад основного матеріалу. За сферою комунікацію розрізняють наукову, політичну, побутову, ділову, масмедійну, академічну тощо. Такий поділ є умовним, оскільки комунікативний процес може одночасно відбуватися в кількох царинах, наприклад: діловій і академічній, діловій і політичній, діловій і масмедійній та ін. Власне ідея ділової комунікації полягає в переданні офіційної інформації, організуванні діяльності, управлінні людьми, вирішенні соціально-значущих питань. До ознак її усних і писемних текстів зазвичай уналежнюють документальність, стандартизацію, точність, лаконізм, нейтральність, відсутність емоційно-експресивного забарвлення тощо. Проте попри давно усталені й ретельно виписані правила ділового спілкування і дипломатичного протоколу, що покликані врегульовувати офіційні відносини, досі виникають ситуації, коли комуніканти порушують етичні норми ввічливої взаємодії і суспільного співіснування. Усе це може бути наслідком зіткнення інтересів і поглядів, спотвореного сприйняття реального стану справ, боротьби за владу чи ресурси, заздалегідь намічених суперечливих цілей і протилежних мотивів, неадекватним стилем управління і порушенням субординації, оскільки сторонами офіційно-ділової комунікації є окремі індивідууми, які мають унікальні психологічні та поведінкові риси.

Вивченню конфліктів, їхнім видам і ролі, способам подолання і мовним засобам втілення в офіційному спілкуванні свої наукові праці присвятили Л. А. Білоконенко, В. Д. Вишнякова, Т. Б. Гриценко, О. А. Демська, О. І. Захарова, Н. П. Краснова, В. А. Літинська, О. М. Отич, К. В. Тараненко, О. В. Халчанська та ін. До мовних маркерів конфліктної поведінки вналежнюють вербальні засоби, зокрема вживання агресивної лексики, звинувачення, сарказм, словесні маніпуляції, приховані погрози, перебивання, та невербальні, як-от: ігнорування, мовчання, агресивну міміку, жести, відсутність зорового контакту тощо. На противагу маркерам напруженої проблемної поведінки побутують мовні маркери, що покликані нейтралізувати протиріччя між комунікантами та створити гармонійну атмосферу спілкування.

Під час ділових зустрічей, перемовин, публічних виступів нерідко мовцю доводиться повідомляти відомості про важкі події, неприємні новини, оголошувати непрості чи «непопулярні» рішення, що може викликати негативні емоції в реципієнта. Для кращого й більш легкого сприйняття інформації, створення теплого клімату, панування злагодженого настрою, досягнення компромісу вживають вербальні й невербальні засоби, що, презентуючи гармонійну поведінку, сприяють моделюванню комфортного комунікативного середовища й успішного досягнення комунікативної мети.

Під комунікативною поведінкою розуміють «сукупність правил і традицій вербального й невербального спілкування, що сформувалися в соціумі й реалізуються у процесі комунікації» [3, с. 70]. Гармонійна поведінка мовця відбиває його збалансований стиль взаємодії з собою та світом, внутрішню цілісність, позитивне ставлення до життя та оточення, чим прихиляє до себе, сприяє психологічно здоровій взаємодії та пророчить щасливий розвиток життєвих подій. Така поведінка кожного з комунікантів є індивідуальною оптимальністю, що передбачає вміння ладнати з людьми, знаходити баланс між своїми потребами та реальністю, бути стійким у стресових ситуаціях. До мовних маркерів гармонійної поведінки слід уналежнювати слова та вислови, що відбивають упевненість, щирість, бажання співпрацювати й позитивні емоції, що постають на противагу маркерам конфлікту (агресії, уникненню, комунікативному тиску). Утілення мовних маркерів гармонійної поведінки під час ділової комунікації створює відчуття психологічного комфорту, віддзеркалює самодостатність, націленість і здатність мовців до конструктивного діалогу.

Проаналізуємо функціонування мовних маркерів гармонійної поведінки у текстах дописів різних сучасних Телеграм-каналів, що містять доповіді й виступи офіційних осіб, посадовців, громадських і політичних діячів, журналістів, а саме: «Новини України» (https://t.me/ukraine_news_5), «Оперативний ЗСУ» (<https://t.me/operativnoZSU>), «Прямий» (https://t.me/prm_news), «Цензор.НЕТ|Новини України» (https://t.me/censor_net), «DeepState» (<https://t.me/DeepStateUA>), «Forbes Ukraine» (https://t.me/Forbes_Ukraine_official). Наведені Телеграм-канали вважаємо засобами масової інформації, оскільки в них є всі ознаки, що їх повинні набувати медіа відповідно до п. 30 ст. 1 Закону України «Про медіа»: «Медіа (засіб масової інформації) – засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою» [6]. Показово, що сьогодні «розлогі аналітичні статті поступово витісняє новий стислий, але інформативно й смислово навантажений жанр публіцистичного стилю – допис на сторінках соціальних мереж і в каналах месенджерів офіційних медіа, у якому влучно, точно, зрозуміло й лаконічно подають характеристику подій, у простій, популярній і образній формі презентують пересічному громадянину коротку оцінку, лапідарні судження і сентенції державних і громадських діячів, політичних аналітиків, науковців та ін.» [7, с. 160]. Крім того, зазвичай такі ресурси презентують інформацію від інших офіційних осіб пересічним громадянам, тому текст таких дописів є динамічним результатом колаборації публіцистичної й офіційно-ділової комунікації.

Прикладами мовних маркерів, що відбивають гармонійну поведінку можна вважати:

– вживання «я – висловлювання»: «**Мені здається**, що підприємців у різних країнах об'єднує одна спільна риса», – зауважив головний редактор *Forbes Ukraine* Борис Давиденко (*Forbes Ukraine*); *Навіть коли здається, що сил немає, терпіння на нулі* (Перший цифровий); «**Будучи інженером, я вірю в те, що прогрес не зупинити**», – співзасновник та CEO *Intellias* Віталій Седлер (*Forbes Ukraine*); «**Я відчуваю себе безпорадним**», – сказав Рейнольдс з гурту *Imagine Dragons* (Новини України); «**Я чітко розумію, що підтримка Сполучених Штатів залишиться двопартійною і двопалатною теж**», – сказав Резніков (Новини України); «**Розумію** ваше обурення через тривалу відсутність електропостачання», – написав очільник Київської ОВА Микола Калашник (ЦензорНЕТ); «**Я твердо переконаний, що росіяни не вторгнуться знову, інакше б я не погоджувався на угоду**», – підкреслив Дональд Трамп (ЦензорНЕТ). Наведені приклади «я – висловлювання» є способом передати власний внутрішній стан і переконання мовця, демонструючи глибоку зацікавленість темою повідомлення, серйозну дотичність до роботи над предметом обговорення, готовність брати відповідальність за сказане. Такі мовні засоби, фокусуючи на **внутрішньому світі продуцента**, перенаправляють увагу з дій на власні переживання, що зазвичай є центром психологічного сприйняття комунікативного акту;

– уживання дієслів у формі наказового способу першої особи множини в значенні спонування до дії, наприклад: *Говорімо* прямо (Новини України); «**Давайте не будемо надто звертати на це увагу**», – зауважив генсек НАТО (Прямий); «**Розберімося** просто, між чим нам треба витримати баланс?», – заявив Олексій Кулеба, віцепрем'єр-міністр з відновлення (ЦензорНЕТ). Загальновідомо, що імперативи в тексті відбивають не лише волевиявлення і накази, а й прохання, поради, спонування до дії. Заохочення до дії може бути ввічливим, мотиваційним і дієвим, якщо висловлене у формі наказового способу дієслів першої особи множини. Наведені дієслова *говорімо*, *розберімося* тактовно і коректно заохочують до дії, оскільки спонукають виконувати її разом, згуртовано, а не владно й рішуче наказують реципієнтові щось робити попри його волю й без вибору, чим створюють гармонійні умови для комунікації;

– схвальних слів-вигуків (*так, звісно, авжеж*): *Усе це – під пильним наглядом поліції і, звісно, журналістів* (Прямий); «**Звісно, так і було – як я** (авт. Д. Трамп) і казав. *І ми зробимо це знову, якщо доведеться*», – написав Дональд Трамп (Прямий); *Звісно, що головною темою стали підсумки вчорашньої зустрічі у Вашингтоні, і я* (авт. П. Порошенко) **радий, що наші оцінки співпадають** (Прямий). Слова такого зразка віддзеркалюють зацікавленість у темі розмови, демонструють схвальне ставлення, згоду з почутим чи висловленим, чим надають позитивності контексту, заохочують до подальшої взаємодії. Слова-схвалення передають семантичний відтінок правдивості, тому дають зрозуміти, що лише така інформація є правильною та ніби пропонують реципієнтові теж погодитися з продуцентом тексту, навіть якщо це опосередкований віддалений і асинхронний комунікативний акт;

– надання позитивних оцінок (*добре / чудово / цікаво; бути радим / щасливим / згодним / вдячним; тішити*), наприклад: «**Я прокидаюся щоранку з усмішкою – вдячний** за день, який, думав, ніколи не побачу», – говорив Дік Чейні, віцепрезидент США (2001–2009 рр.) (*Forbes Ukraine*); *І це справді титанічна робота, яка дуже важлива для наших людей, – після постійних терористичних російських ударів відновлювати нормальність життя. **Вдячний** усім, хто залучений*», – йдеться в повідомленні В. Зеленського (ЦензорНЕТ); *За словами джерела *Washington Post*, коли Дональду Трампу говорять: «Я постараюся укласти угоду», він відповідає: «**Чудово**, подивіться, що можна зробити», і це весь обсяг його знань* (ЦензорНЕТ); *Д. Трамп завершив розмову із В. Зеленським. За словами президента США, вона пройшла «дуже добре»* (*Forbes Ukraine*); «**І це добре** для України. **Що може бути кращим** для України, ніж економічне партнерство зі США?» – сказав Майк Волц, радник Д. Трампа з нацбезпеки (*Forbes Ukraine*); *Три причини популярності закладу: **цікавість** – киянам було **цікаво** спробувати незнайому кримськотатарську кухню з незвичними назвами страв* (*Forbes Ukraine*);

Інтерв'ю: Як Юрій Косюк буде в МХП. Комуна *щасливих* людей (Forbes Ukraine); «*І мені здається, що Єврокомісія також згодна з цією точкою зору*», – додав італійський прем'єр Маріо Драгі (ЦензорНЕТ); «*Наша сила – у нашій єдності. І дуже тішить, що наша позиція єдина*», – підбив підсумки зустрічі президент України (ЦензорНЕТ). Позитивна конотація, що її передають слова такого зразка, спонукає і до позитивного оцінення почутого. Влучні приємні слова стимулюють приємні емоції;

– уточнювальні запитання, а також конструкції на позначення умовності дії, наприклад: *Відповідаючи на уточнювальне запитання про те, чи правильно, що позиція ЄС зараз здебільшого зводиться до невидачі українців, які нелегально перетнули кордон із ЄС, Клименко сказав: «Так»* (ЦензорНЕТ); *Дональд Трамп на зустрічі з Ердоганом заявив, що хотів би, щоб Туреччина перестала купувати російську нафту* (Прямий); «*Я дуже хотів би, щоб європейський голос також був присутнім, адже для нас це важливо, зважаючи на наше майбутнє членство в ЄС*», – зазначив Володимир Зеленський (Прямий). Якщо мовець має уточнювальні запитання, це означає, що він емоційно й свідомо присутній у комунікативному акті та прагне досягти комунікативної інтенції. Водночас дієслова у формі умовного способу вербалізують у тексті націленість і бажання мовця виконати дію, але неможливість її виконання через незалежні від його волі чинники. Такі маркери спонукають реципієнта до емпатії, оскільки продуцент має стійкі наміри і готовий до дій, проте за певних умов не має змоги їх утілити;

– відсутність категоричності у висловлюванні, тобто уникнення *завжди, постійно, ніколи, ніхто, ніяк, жоден, повинен, мусиш*, натомість уживання слів, що відбивають припущення, як-от: *імовірно, мабуть, здається, можливо, якби: За даними джерел нардепа Ярослава Желязняка, завтра Рада, імовірно, проголосує відставку Галущенка та Гринчук* (Forbes Ukraine); «*Можливо, хоч так поліція почне діяти і неадекват понесе покарання*», – нам пишуть (Оперативний ЗСУ); «*Ми не обговорюємо можливе отримання членства в НАТО в обмін на окуповані території. Але, мабуть, такі думки можуть бути в деяких партнерів*», – повідомив президент В. Зеленський (Оперативний ЗСУ). На перший погляд, категоричність в мові зазвичай відбиває впевненість у висловленому, непохитність у своїх переконаннях, а тому повинна конструювати позитивне значення точності й реальності сказаного. Проте публічні дописи націлені на широку аудиторію, учасники якої мають різні соціальні маркери, тому передбачити реакцію окремого реципієнта на категоричний однозначний текст украй складно. Через це продуценти масмедійного чи офіційного повідомлення намагаються уникати категоричності у своїх висловленнях, особливо, якщо доводиться оголошувати відомості про тяжку подію, що може викликати сильну негативну емоцію, а натомість послуговуються лексемами, які деперсоналізують, передають припущення, опосередковано оприявлюють позицію мовця, пом'якшують сприйняття.

До маркерів гармонійної поведінки вналежнюють і невербальні мовні засоби, наприклад: схвальні жести (кивки, лайк); спокійну, упевнену, доброзичливу інтонацію; помірний темп мовлення без різких змін. Такі маркери допомагають створювати атмосферу довіри та взаєморозуміння, запобігати конфліктам, допомагають усвідомити й надалі вербалізувати свої емоції, що є важливим для створення простору для діалогу, підґрунтя для домовленостей, оскільки реципієнту легше сприймати інформацію.

Однією з цілей гармонійної поведінки є пошук компромісу, що його вдається досягти, якщо учасники комунікації «віддають перевагу партнерству, проявляють у конфліктній комунікації розуміння, підтримку, співчуття, готовність допомогти, заохочують інших до врівноваженості та порозуміння, колективного пошуку шляхів розв'язання суперечки» [8, с. 63]. Пошук компромісу передбачає обопільні поступки, що спрямовані на уникнення непорозуміння та збереження ділових відносин або близьких стосунків. Це збалансований підхід до комунікативного процесу, де учасники частково задовольняють свої потреби, утискають себе в бажаннях заради досягнення спільної мети. Підґрунтям такого підходу є повага, емпатія та готовність до домов-

леностей. Компроміс, як елемент гармонійної комунікації, вимагає від учасників уміння слухати, терпіння та творчого підходу для досягнення спільного рішення.

Висновки. Отже, гармонійна мовна поведінка всіх індивідуумів у масмедійному й офіційно-діловому стилі створює сприятливе і перспективне тло для злагодженого перебігу комунікації, успішного досягнення комунікативної мети, формує стійке психологічне здоров'я всіх учасників спілкувального процесу та є запорукою становлення зрілого соціуму в майбутньому. Проаналізовані мовні маркери – це лише кілька прикладів мовновиражальних засобів, що сприяють гармонійній спілкувальній атмосфері. Прагматичний вплив, що очевидно здійснюють такі засоби на реципієнтів, потребує подальшого студіювання в психолінгвістичній царині із застосуванням асоціативного експерименту, семантичного диференціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Словник української мови : в 11-ти т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Київ, 1970–1980. URL: <https://sum.in.ua> (дата звернення: 10.01.2026)
2. Струганець Л. В. Культура мови. Тернопіль, 2000. 78 с.
3. Словник-довідник з української лінгводидактики : навч. посіб. / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. Київ, 2003. 149 с.
4. Сергієнко О. І., Ситнік А. І. Використання адаптивних цифрових платформ для персоналізованого навчання у закладі вищої освіти. *Перспективи та інновації науки*. 2025. № 5 (51). DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-4952-2025-5\(51\)-1335-1346](https://doi.org/10.52058/2786-4952-2025-5(51)-1335-1346)
5. Білоконенко Л. А. Українськомовний міжособистісний конфлікт (стилістика, моделі комунікації, запобігання) : монографія. 2-е вид., перероб. і допов. Кривий Ріг, 2019. 185 с. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4144/1/Білоконенко%20монографія.pdf> (дата звернення: 10.01.2026)
6. Закон України «Про медіа» № 2693-д від 13 грудня 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-IX#Text> (дата звернення: 10.01.2026)
7. Семак Л. А. Динаміка лексичної норми в сучасному масмедійному дискурсі. *Журнал «Український смисл»*. 2024. (1). С. 159–169. DOI: <https://doi.org/10.15421/462416>
8. Комунікативні технології інформаційного суспільства : монографія / [А. І. Гусєв, Н. О. Довгань, О. В. Івачевська, Н. С. Малєєва, І. В. Петренко] ; за наук. ред. А. І. Гусєва ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2020. 142 с. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2020/10/GusevMonogr2020-maket.pdf> (дата звернення: 10.01.2026)

Дата першого надходження статті до видання: 26.01.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 19.02.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.04.2026