

- **Освітні ініціативи**, спрямовані на розвиток стійкості й усвідомлення особистісної цінності навіть у кризових умовах.

Трансформація сенсів в умовах війни є природною реакцією психіки на глибокі соціальні потрясіння. Вона може мати як деструктивний, так і конструктивний характер – залежно від рівня внутрішньої зрілості, підтримки та здатності до рефлексії. Осмислення власного досвіду, збереження гуманістичних цінностей і відкритість до змін є визначальними умовами психологічного відновлення особистості.

#### Література

1. Булах І. С. *Психологія життєвих криз особистості: навч. посіб.* Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2015. 110 с.
2. Черезова І. О. *Психологія життєвих криз особистості: навчальний посібник [для студентів ВНЗ]*. Бердянськ : БДПУ, 2016. 193 с.
3. Титаренко Т. М. *Життєвий світ особистості : у межах і за межами буденності*. Київ : Либідь, 2003. 376 с.
4. Титаренко Т. М. *Кризове психологічне консультування*. Київ : Главник, 2004.
5. <https://journals.cusu.in.ua/index.php/psychology/article/view/131>

## ЕСТЕТИКА МОВЛЕННЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ІНСТРУМЕНТ СЕРВІСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Огаренко Тетяна Анатоліївна*

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки, підприємництва  
та готельно-ресторанної справи

Центральноукраїнського національного технічного університету  
[tetogarenko@gmail.com](mailto:tetogarenko@gmail.com)

У сфері обслуговування щонаменша дрібниця має значення – від інтер'єру приміщення до інтонації, з якою звертаються до клієнта. Часто саме мовлення персоналу формує перше (а подекуди – й останнє) враження про компанію. Естетика мовлення – це не просто правильність чи ввічливість, а гармонія змісту, форми, інтонації й емоційного забарвлення, яка створює комфортне середовище для комунікації.

У сучасному світі для співробітників будь-якої фірми визначальним стає вміння комунікувати, тому погоджуємося з думкою, що «невід'ємною ознакою освіченої, всебічно розвиненої людини є висока мовна культура, тобто вміння

активно використовувати як знаряддя спілкування сучасну літературну мову з усіма багатствами виражальних засобів та властивими літературній мові нормами» [1, с. 11]. Естетика мовлення – це сукупність мовних якостей, які надають висловлюванню приємності, виразності, доречності й гармонійності. Вона охоплює:

- лексичну точність – добір слів відповідно до ситуації;
- грамотність – дотримання норм мови;
- інтонаційну виразність – емоційна забарвленість мовлення;
- культуру спілкування – повагу, делікатність, ненав'язливість.

Однією з основних вимог у підготовці фахівців сфери обслуговування, зокрема готельно-ресторанної справи, є вимога «вільно спілкуватись усно і письмово українською й англійською мовами при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій в сфері готельно-ресторанного бізнесу» [2]. У сучасному сервісі мовлення – це не лише засіб передачі інформації, а й потужний інструмент впливу на емоційний стан клієнта. Естетика мовлення виконує в обслуговуванні кілька ключових функцій.

1. Створення першого враження. Загальний настрій комунікації визначається тим, як співробітник звертається до клієнта з перших секунд. Естетично оформлене мовлення (з доброзичливою інтонацією, чіткою дикцією, грамотно дібраними словами) формує в клієнта враження професійності, уваги та поваги.

2. Формування емоційного комфорту. Мовна естетика допомагає створити атмосферу довіри й доброзичливості. Гармонійне, м'яке мовлення розслаблює клієнта, знижує напругу, дозволяє відчувати себе «у правильному місці», особливо у таких сферах, як готельний бізнес, краса й туризм.

3. Посилення ефекту персоналізації сервісу. Коли до клієнта звертаються з індивідуальним підходом, використовуючи особисті форми звертання, нейтральну, але приємну лексику, він відчувається не частиною потоку, а унікальним гостем, що безпосередньо впливає на рівень задоволеності.

4. Регулювання напружених ситуацій. Правильне мовне оформлення складних повідомлень (наприклад, відмова, вибачення, пояснення затримок чи помилок) дозволяє зберегти лояльність клієнта. Мова виступає в окреслюваному дискурсі не як «зброя», а як інструмент згладжування гострих кутів.

5. Розширення позитивного іміджу компанії. Мовна поведінка працівників на пряму формує уявлення клієнта про бренд. Висока мовленнєва культура персоналу сприймається як частина загальної якості послуг, створює репутацію закладу, який цінує клієнта.

6. Підвищення ефективності комунікації. Естетично оформлене мовлення – це ще й зрозумілість, логічність, структурованість. Коли інформація

подається чітко, без перевантаження термінами, з правильними паузами й акцентами, клієнт легше сприймає, охоче контактує.

Розвивати естетику мовлення персоналу можна різними способами, наприклад, через:

- навчання й тренінги з комунікації та мовної культури;
- розбір типових ситуацій і мовних помилок;
- аудіотренінги з дикції, інтонації, темпу мовлення;
- формування сценаріїв розмов, але без жорсткого заучування;
- зворотний зв'язок від клієнтів і колег.

Естетика мовлення – необхідність у сфері обслуговування, що сприяє створенню приємної атмосфери, посиленню довіри клієнтів і побудові позитивного іміджу компанії. Інвестування в розвиток мовленнєвої культури персоналу – це крок до якісного, людяного й конкурентоспроможного сервісу.

### Література

1. Пентилюк М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 224 с.

2. Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» для другого (магістерського) рівня вищої освіти : наказ Міністерства освіти і науки України від 05 січня 2021 р. № 26. URL : [https://osvita.ua/legislation/Vishya\\_osvita/79270/](https://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/79270/) (дата звернення: 10.10.2025).

## **MAXQDA В КОНТЕНТ-АНАЛІЗІ МЕМІВ**

*Поломяна Юлія Михайлівна*

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Українського католицького університету

*Таран Оксана Сергіївна*

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри філології

Українського католицького університету

[taran.o@ucu.edu.ua](mailto:taran.o@ucu.edu.ua)

MAXQDA – це програмне забезпечення для комп'ютерного дослідження якісного та змішаного аналізу даних, розроблене компанією VEBRI Software. Програма використовується для аналізу текстових, аудіо-, відео- та графічних даних у різних галузях досліджень, включаючи соціальні науки, психологію, освіту, маркетинг та інші [9].