

ЕСТЕТИЗАЦІЯ МОВЛЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОЇ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ

А. Є. Прилуцька, професор ХАІ, канд. філос. наук, доцент,
зав. кафедри документознавства та української мови

К. Сєверухіна, студентка
Національний аерокосмічний університет
«Харківський авіаційний університет»

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та повсюдної диджиталізації особливої актуальності набуває здатність фахівців інформаційно-сервісної сфери ефективно й виразно подавати інформацію. У сучасному соціокультурному контексті, де візуально-вербальні потоки відіграють ключову роль у комунікації, навички естетизації вербальної інформації стають обов'язковими професійними компетентностями. Естетично оформлене мовленнєве висловлювання здатне підвищити сприйнятність і переконливість повідомлення, сформувати позитивний образ автора або організації, а також сприяє встановленню довірливих стосунків з аудиторією.

Для сучасної України, яка активно інтегрується в глобальний інформаційний простір, прагне зміцнення національного бренду та ефективного представлення своїх інтересів на міжнародній арені, ці навички мають особливу вагу. Бізнес-структури, що конкурують на зовнішніх ринках, потребують фахівців, здатних не лише до аналітики, але й до естетично привабливої, культурно чутливої комунікації. Те саме стосується і політичних еліт, для яких здатність донести меседж у зрозумілій, емоційно резонансній і візуально привабливій формі є важливим інструментом впливу, репутаційної стійкості та демократичного діалогу.

У професійній комунікації для встановлення ділових контактів з іншими людьми найчастіше використовують різні форми вербального спілкування. Бесіда, промова, презентація використовуються як форми спілкування з людьми, інструмент обміну думками, інформацією, але це не означає що вона має бути механічною, сухою та без емоційного забарвлення.

Питання вербальної естетики в ділових презентаціях цікавило багатьох дослідників, от наприклад, ділові презентації та особливості їх проведення розглядають О. Й. Лесько, М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська та Г. Г. Рузакова. Вербальні та невербальні аспекти міжособистісної комунікації у сучасному контексті описує Модестова Т.В. Мистецтво публічних виступів досліджує Кріс Андерсон. Тему уваги аудиторії як чинник успішності публічного виступу підіймає О. Красицька.

Вербальна естетика з позицій лінгвокультурології – це сукупність мовних засобів і стилістичних прийомів, які забезпечують естетичне сприйняття вербального тексту, відображаючи національно-культурні цінності, естетичні норми та світоглядні уявлення мовної спільноти.

Іншими словами, це здатність мови створювати художню, емоційно виразну та культурно релевантну форму комунікації, яка викликає естетичну реакцію в реципієнта.

У лінгвокультурологічному аспекті вербальна естетика розглядається як механізм трансляції культурного досвіду та ідентичності через мовленнєву форму, де важливу роль відіграють метафори, стилі, жанри, національні символи, риторичні фігури та мовні коди, що мають естетичну цінність у конкретній культурі або професійної галузі. Коли спікер володіє мовою з відчуттям її сили, інтонації й образності, навіть складні теми набувають легкості й привабливості в очах аудиторії.

Зокрема, метафори, порівняння та риторичні питання - це ті інструменти, які роблять виступ не нудним викладом фактів, а діалогом із глядачем. Наприклад, замість того щоб сказати: «Ми знизили витрати на 20%», можна сформулювати повідомлення так: «Ми обрізали зайве, мов садівник, який формує крону дерева – залишили лише те, що росте й дає плоди». Такий підхід не лише стилістично прикрашає мову, а й допомагає краще зрозуміти суть та привернути увагу.

Крім цього, естетично оформлена мова викликає довіру. Людина, яка говорить виразно, грамотно і з повагою до слухача, здається компетентнішою та впевненішою у собі та своїй роботі. Її приємно слухати, хочеться слідкувати за думкою й не втрачати нитку розмови. Це особливо важливо в

діловому контексті, де від того, наскільки якісно подано ідею, може залежати рішення інвестора, партнера або клієнта.

Також не можна не згадати про роль пауз, темпу й інтонації – це своєрідний інструментарій «мелодійності мови». Вони формують динаміку виступу, дозволяють підкреслювати важливе та надавати простір для осмислення сказаного. Слухач має змогу не лише чути, а й відчувати зміст. І саме це емоційне забарвлення підтримує його увагу протягом усієї презентації.

Ці положення наочно ілюструє постать Стіва Джобса – одного з найвідоміших спікерів у сфері бізнес-комунікації, чия презентаційна практика здобула світове визнання як зразок ефективної реалізації вербальної естетики. Його публічні виступи демонструють здатність мовлення не лише утримувати увагу аудиторії, а й викликати сильний емоційний відгук та естетичне захоплення. Характерною ознакою комунікативної стратегії Джобса є відмова від шаблонних прийомів, таких як читання з аркуша або слайдів, а також уникнення перевантаження мови технічною термінологією чи зайвими деталями. Його мовлення вирізнялося лаконічністю, семантичною насиченістю, чіткою інтонаційною структурою та високим рівнем дикційної культури, що стало результатом ретельної підготовки до виступів – багаторазового опрацювання інтонаційних малюнків, пауз і логічних акцентів.

Візуальний образ Джобса, чорний гольф, джинси та білі кросівки, виконував не лише стилістичну, а й функціональну роль: завдяки стриманості в зовнішньому вигляді акцент аудиторії фокусувався виключно на змісті промови. Таким чином, презентаційна модель Джобса є прикладом гармонійного поєднання вербальної та невербальної естетики в публічному дискурсі, орієнтованому на максимальну ефективність комунікації.

Отже, у контексті зростаючої ролі комунікації у сфері бізнесу, політики й інформаційно-сервісної діяльності, вербальна естетика постає як важлива професійна компетенція, що забезпечує не лише ефективність передачі інформації, а й формування іміджу, довіри та емоційного зв'язку з аудиторією. Естетизація мовлення, зокрема у форматі публічних виступів і презентацій, вимагає від фахівця високого рівня мовної

культури, стилістичної майстерності та здатності інтегрувати культурні коди й емоційні маркери в комунікативний процес.

Застосування лінгвокультурологічного підходу дозволяє розглядати вербальну естетику як механізм трансляції національно-культурних цінностей та професійних норм, що є особливо актуальним для сучасної України в умовах її глобалізаційних прагнень та зміцнення міжнародного іміджу.