

13. Darling-Hammond, L., Hyler, M. E., & Gardner, M. (2017). Effective Teacher Professional Development. Palo Alto, CA: Learning Policy Institute, pp. 1–12.
14. OECD. (2019). OECD Future of Education and Skills 2030: OECD Learning Compass 2030. Paris: OECD Publishing, pp. 4–16.
15. Arslonova, G. K., & Xafizova, M. M. (2024). Bola shaxsining rivojlanishida oilaviy muhitning tarbiyaga ta'siri. Academic Research in Educational Sciences, 1, 159–161.
16. Arslonova, G. K., & Xafizova, M. M. (2024). Maktabgacha yoshdagi bola o'yin faoliyatining xususiyatlari. Academic Research in Educational Sciences, 1, 156–158.

ЕТИКЕТ КРИЗОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ДІЛОВОМУ ДИСКУРСІ: ПРАГМАТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ТА МОВЛЕННЄВІ ФОРМУЛИ

Мунтян Олександр Олександрович

к. філол. н., доцент

Кафедра філології та перекладу

Київський національний університет технологій та дизайну

Сучасний український бізнес функціонує в умовах постійних викликів і нестабільності, що значно підвищує роль кризової комунікації. Економічні труднощі, наслідки воєнного стану, реорганізації компаній, фінансові проблеми, скорочення штату та інші кризові ситуації вимагають від бізнесу не лише оперативного реагування, а й бездоганного дотримання норм ділового етикету. Саме етикет кризової комунікації стає важливим інструментом захисту репутації, збереження довіри стейкхолдерів і мінімізації негативних наслідків для компанії. Він органічно поєднує стратегічне управління інформацією з високими стандартами професійної етики, делікатності та соціальної відповідальності.

Кризова комунікація в українському діловому середовищі вирізняється особливою делікатністю, оскільки потребує постійного балансування між необхідністю прозорості, захистом інтересів компанії та повагою до емоційного стану адресатів. На відміну від рутинного ділового спілкування, кризовий формат вимагає максимальної швидкості, точності та емпатії. Будь-яке порушення етичних норм у таких умовах може призвести до серйозних репутаційних втрат, поширення негативної інформації та руйнування довгострокових партнерських відносин.

Основними принципами етикету кризової комунікації є правдивість, своєчасність, послідовність, емпатія та конструктивність. У кризових повідомленнях важливо дотримуватися стриманого, але водночас людського тону, уникаючи як надмірної формальності, яка може сприйматися як

байдужість, так і зайвої емоційності. Прикладами ефективних етикетних формул можуть слугувати висловлювання, що поєднують визнання проблеми та емпатію: «Ми усвідомлюємо стурбованість наших клієнтів і партнерів у зв'язку з поточною ситуацією та щиро просимо вибачення за спричинені незручності», «Розуміємо, наскільки важким є цей період для нашої команди, і висловлюємо щире співчуття всім, кого торкнулися кадрові зміни». Для запевнення у діях та відповідальності доречні такі формулювання: «Компанія вже вживає всіх необхідних заходів для стабілізації ситуації та інформуватиме вас про кожен етап вирішення проблеми», «Незважаючи на складнощі, ми повністю зберігаємо взяті на себе зобов'язання та продовжуємо виконувати контракти в повному обсязі». Подяку та підтримку довіри добре передають фрази: «Дякуємо за ваше розуміння та довіру в цей непростий час. Ваша підтримка допомагає нам рухатися вперед», «Цінуємо партнерство з вами та готові надати всю необхідну інформацію та допомогу». Завершення повідомлення з перспективою можна здійснити за допомогою формул: «Віримо, що спільними зусиллями ми швидко подолаємо ці труднощі та вийдемо на новий рівень співпраці», «Бажаємо всім нам витримки, сил і якнайшвидшого повернення до стабільної роботи».

Особливої уваги потребує вибір каналів комунікації. У кризових ситуаціях пріоритетними залишаються офіційні листи, заяви на сайті компанії, прямі відеозвернення керівництва до колективу та персональні повідомлення ключовим партнерам. У корпоративних месенджерах тон повідомлень має бути професійним, але теплим, тоді як у публічних заявах він повинен бути максимально виваженим і фактологічним. Важливим елементом є своєчасне визнання проблеми, демонстрація конкретних кроків щодо її вирішення та чітке окреслення перспектив.

Аналіз сучасної практики показує, що ефективний етикет кризової комунікації ґрунтується на комплексному застосуванні прагматичних стратегій, зокрема стратегії визнання реальності, стратегії емпатії, стратегії відповідальності, стратегії єдності та стратегії перспективи. Саме таке комплексне використання цих стратегій дозволяє не лише пом'якшити негативні наслідки кризи, а в багатьох випадках перетворити її на можливість зміцнення репутації компанії як надійного, відповідального та стабільного партнера.

Формування відповідних компетенцій у сфері етикету кризової комунікації є одним із актуальних завдань сучасної вищої школи. Підготовка майбутніх фахівців повинна включати глибокий аналіз реальних кейсів українських і міжнародних компаній, симуляційні вправи, рольові ігри з моделюванням різноманітних кризових ситуацій, а також створення власного портфоліо кризових повідомлень різних типів. Окрему увагу необхідно приділяти розвитку емоційного інтелекту, вмінню працювати в умовах невизначеності та здатності адаптувати комунікацію до потреб різних цільових аудиторій.

Таким чином, етикет кризової комунікації є невід'ємною складовою сучасної ділової культури в Україні. Він відображає рівень зрілості бізнес-середовища, його соціальну відповідальність і готовність до відкритої та чесної

взаємодії навіть у найскладніших умовах. Опанування принципів і стратегій кризового етикету сприяє не тільки ефективному подоланню криз, а й загальному підвищенню конкурентоспроможності українського бізнесу на міжнародній арені.

Список використаних джерел

1. Мунтян, О. О. (2023). Риторика ділового спілкування. Актуальні питання гуманітарних наук, 66(2), 151–154.
2. Мунтян, О. (2023). Способи мовленнєвого впливу під час ділового спілкування. Наукові праці Міжнар. академії управління персоналом. Філологія, 2(7), 58–63.
3. Мунтян О. О., Чень Ван (2026) Мовні стратегії в українському професійному мовленні: когнітивно-дискурсивний підхід. Вісник науки та освіти: журнал. № 6(48). С. 541 – 551
4. Шевчук С. Українська мова для державних службовців: курс для підготовки до атестації: навч. посіб. Київ: Алерта, 2023. С. 268 – 270.

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Ляховська Юлія

доц., доцент

Військовий інститут Київського національного
університету імені Тараса Шевченка, Україна

Сучасні трансформації освітнього простору зумовлюють необхідність підготовки майбутнього вчителя іноземної мови як фахівця, здатного швидко адаптуватися до змін, ефективно діяти в різних професійних ситуаціях, оновлювати власні знання, використовувати інноваційні педагогічні технології та здійснювати професійну діяльність у багатомовному й багатокультурному середовищі. У цьому контексті особливої актуальності набуває проблема формування професійної мобільності майбутнього вчителя іноземної мови, оскільки саме вона забезпечує готовність педагога до професійного розвитку, зміни освітніх умов, участі в академічній співпраці та організації ефективної комунікації зі здобувачами освіти.

Професійна мобільність майбутнього вчителя іноземної мови є важливою складовою його професійної компетентності. Вона передбачає здатність гнучко реагувати на зміни в освітньому процесі, орієнтуватися в сучасних вимогах до навчання іноземних мов, адаптувати методи й форми роботи до потреб здобувачів освіти, використовувати цифрові ресурси, працювати в міжкультурному середовищі та постійно вдосконалювати власну педагогічну майстерність. У наукових дослідженнях професійна мобільність майбутнього вчителя