

Томчаковська Ю.О.

Національний університет «Одеська юридична академія»

Шевченко-Бітенська О.В.

Національний університет «Одеська юридична академія»

Ясніцька Г.В.

Національний університет «Одеська юридична академія»

АНГЛОМОВНИЙ ДИСКУРС МЕНЕДЖМЕНТУ: АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Стаття присвячена аналізу англомовного дискурсу менеджменту як специфічного різновиду професійної комунікації, що інтегрує лінгвістичний, когнітивний, соціокультурний та прагматичний виміри. Актуальність дослідження зумовлена стрімким розвитком глобалізованого бізнес-середовища та цифрових форматів комунікації, у межах яких англійська мова функціонує як універсальна лінгва франка. У статті визначено сутність поняття «дискурс менеджменту», описано його інституційну зумовленість та функціональні характеристики. Розкрито структурно-семантичну специфіку англомовного управлінського дискурсу, що виявляється у термінологічному насиченні, поєднанні абстрактної лексики з метафоричними моделями та використанні стандартизованих кліше як маркерів професійної належності. Охарактеризовано жанрову систему, яка охоплює як традиційні (наради, звіти, стратегічні плани, переговори), так і нові цифрові формати (онлайн-зустрічі, корпоративні соціальні мережі, електронне листування). Підкреслено прагматичну спрямованість англомовного управлінського дискурсу, зорієнтовану на досягнення ефективної взаємодії через стратегії переконання, мотивації, делегування, фасилітації, врегулювання конфліктів та іміджетворення. Особливу увагу приділено ролі мультимодальності та полікодовості, адже сучасна управлінська комунікація дедалі частіше реалізується як комплекс текстових, візуальних і графічних ресурсів, що підсилюють прагматичний ефект. Показано, що дискурс менеджменту не лише відображає професійну діяльність, а й виконує конститутивну функцію – формує професійну ідентичність менеджера, легітимізує владні відносини, сприяє підтриманню корпоративної культури. Перспективи подальших досліджень вбачаються у міждисциплінарному вимірі, що поєднує лінгвістичні, когнітивні, соціологічні, психологічні та економічні підходи й відкриває нові можливості для аналізу управлінських комунікативних практик.

Ключові слова: англомовний дискурс менеджменту, професійна комунікація, управлінські стратегії, термінологія, прагматика, жанрова система, мультимодальність.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації, активних міжкультурних контактів та стрімкого розвитку бізнес-середовища особливої ваги набуває дослідження дискурсу менеджменту, зокрема англомовного. Англійська мова виступає ключовим інструментом міжнародної комунікації у сфері управління, оскільки саме нею ведеться більшість переговорів, укладаються угоди, готуються корпоративні документи та здійснюється взаємодія між партнерами з різних країн. Дискурс менеджменту, як специфічна форма професійної комунікації, охоплює не лише вербальні стратегії, а й соціокультурні, когнітивні та прагматичні параметри, що визначають ефективність управлінської діяльності.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що вивчення англомовного управлінського дискурсу дозволяє глибше зрозуміти механізми впливу мови на формування професійної ідентичності менеджера, на організацію комунікативних процесів у колективі, а також на прийняття управлінських рішень. У добу цифровізації та віртуалізації бізнес-комунікацій набувають значущості питання адаптації традиційних управлінських стратегій до нових форматів спілкування – онлайн-зустрічей, електронного листування, корпоративних соціальних мереж, що актуалізує необхідність комплексного аналізу дискурсивних практик, притаманних англомовному менеджменту.

Мета статті полягає у визначенні та систематизації основних аспектів дослідження англомовного дискурсу менеджменту, а також у розкритті його лінгвістичних і комунікативно-прагматичних характеристик. Завдання статті передбачають: з'ясувати сутність поняття «дискурс менеджменту» та окреслити його межі; охарактеризувати структурно-семантичні й комунікативні особливості англомовного управлінського дискурсу; виокремити ключові стратегії та тактики, що реалізуються у професійній англомовній управлінській комунікації; визначити перспективи подальших досліджень англомовного дискурсу менеджменту у міждисциплінарному вимірі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У межах досліджень управлінської комунікації найбільш опрацьованою сферою є саме терміносистема, тоді як дискурсивні особливості англомовного менеджменту лишаються недостатньо висвітленими. Накопичений корпус праць демонструє зрілу традицію термінознавчих студій – від загальнотеоретичних засад і принципів творення термінів до етимологічних, синтагматичних і нормувальних аспектів, однак питання комунікативно-прагматичних стратегій, жанрового розмаїття, риторичних ходів та соціокогнітивних параметрів управлінського спілкування досі розпорошені й фрагментарні.

Фундаментом сучасних підходів виступають загальнотеоретичні розвідки з термінології, які окреслюють методологію аналізу терміносистем і пропонують інструментарій для опису термінотворення. Узагальнюючи лінгвістичні параметри терміна (мотивація, семантична прозорість, системність, нормованість), ці праці формують рамку для опису спеціальної лексики будь-якої галузі, зокрема менеджменту [1]. Комплементарно до цього, акцент на семантичних і соціолінгвістичних чинниках творення термінів дозволяє простежити, як професійні спільноти відбирають, кодифікують і адаптують номінації під потреби комунікації та стандартизації, а також як взаємодіють внутрішньомовні та міжмовні механізми (запозичення, калькування, словотвірні моделі) [2].

Галузеві студії демонструють, що англомовна терміносистема менеджменту, сформована на перетині бізнес-практик і економічної теорії, виявляє стійкі морфолого-словотвірні й семантичні тенденції. Опис її «профілю» охоплює продуктивні моделі номінації, полісемійні зсуви, співвідношення загальноновживаної та спеціальної лексики, а також функціонування аббревіацій і складних терміносполук у текстах бізнес-дискурсу [4].

Близько дотичним є опис англомовної терміносистеми ринкових взаємин, де зосереджено увагу на парадигматичних відношеннях (гіперо-гіпонімія, синонімія) і синтагматичних зв'язках (типові колокації, моделі керування), що безпосередньо впливають на нормативність і передбачуваність уживання у фахових текстах [5].

Окрему площину становлять етимологічні дослідження англомовних термінів менеджменту, які висвітлюють багатшаровість їх походження, динаміку семантичного переосмислення та шляхи входження одиниць до активного професійного вжитку. Такі розвідки дозволяють простежити закономірності формування ядра та периферії терміносистеми, відрізнити усталені терміни від новоутворень і модних лексем, а також пояснити механізми актуалізації значень у змінному бізнес-контексті [3]. Національний вимір проблеми представлено рекомендаціями щодо унормування української термінології менеджменту, де підкреслено критерії відбору еквівалентів, уникнення калькування, забезпечення міжгалузевої узгодженості та відповідності мовним стандартам [6]. У поєднанні з загальнотеоретичними працями це створює потужну базу для перекладацьких рішень, лексикографічних описів та навчально-методичних матеріалів [1; 2; 6].

Попри значний поступ у терміносемантичному та нормувальному сегментах, корпус наявних праць лише частково торкається власне дискурсивного виміру англомовного менеджменту (див., зокрема, [7]). Поза фокусом досліджень здебільшого залишаються: 1) жанрова типологія управлінської комунікації (переговори, наради, стратегічні презентації, корпоративні політики, листування); 2) прагматичні стратегії та тактики (переконання, лідерство, делегування, фасилітація, управління обличчям, пом'якшення незгоди); 3) риторичні та аргументативні схеми, включно з організацією доказів, апеляцією до метрик тощо; 4) соціокогнітивні аспекти конструювання професійної ідентичності менеджера та владно-рольових відносин у колективах; 5) цифрова медіалізація управлінського спілкування (корпоративні платформи, асинхронні канали, гібридні зустрічі) і відповідні зсуви в мовних практиках; 6) мульти-/полікодові ресурси (слайди, таблиці, візуальні метафори) як складники цілісних комунікативних подій. Зазначені аспекти маловисвітлені у згаданих працях, оскільки їх первинний фокус – лексико-термінологічний, нормативний або етимологічний.

Відтак постає потреба у зміщенні фокусу від опису термінів як елементів системи – до ана-

лізу комунікативних практик, у яких ці елементи функціонують. Такий перехід передбачає інтеграцію дискурс-аналітичних підходів із корпусними методами: встановлення жанрових і субжанрових прототипів, картографування риторичних ходів, моделювання прагматичних стратегій, вивчення колокацій і шаблонів керування у природних даних (транскрипти нарад, переговорів, корпоративні документи, електронне листування), а також оцінку впливу цифрових каналів на мовні засоби та стратегії менеджерів [4; 5]. Саме така перспектива дозволить доповнити багату термінологію традицію емпірично верифікованими спостереженнями про реальне вживання, інтерпретувати варіативність як ресурс дискурсивного впливу, а не лише як проблему нормування. Узагальнюючи, зазначимо, що наявна література забезпечує ґрунтовний опис лексико-термінологічних, етимологічних і нормувальних параметрів англійського менеджменту, проте залишає відкритим питання системного аналізу дискурсивних механізмів, що забезпечують ефективність управлінської взаємодії. Запропоноване дослідження покликане зменшити цю лакуну, спираючись на здобутки термінознавства та розгортаючи їх у площині дискурсології та прагматики.

Виклад основного матеріалу. Поняття «дискурс менеджменту» визначаємо як специфічний різновид професійного дискурсу, що формується у сфері управлінської діяльності та відображає мовні, когнітивні й соціокультурні механізми організації комунікації між менеджерами, підлеглими, партнерами й іншими учасниками бізнес-процесів. На відміну від загального бізнес-дискурсу, дискурс менеджменту більш чітко зорієнтований на комунікацію, яка забезпечує процеси планування, організації, мотивації, контролю та координації діяльності в межах організації.

Сутність дискурсу менеджменту полягає у поєднанні лінгвістичного та соціально-комунікативного вимірів. Перший охоплює специфіку лексики, граматики, жанрової організації та прагматичних стратегій англійської управлінської комунікації. Другий відображає владні відносини, рольові позиції, культурні норми та інституційні практики, що визначають особливості спілкування у управлінському середовищі. У цьому сенсі дискурс менеджменту не можна зводити лише до термінології чи жанрових форм, оскільки він охоплює також ціннісно-смысловий вимір, у межах якого мова стає засобом конструювання професійної ідентичності менеджера, легітимації влади та реалізації стратегій лідерства.

Межі дискурсу менеджменту визначаються його функціональною спрямованістю, яка охоплює всі види комунікації, пов'язані з управлінською діяльністю, жанровим спектром текстів і ситуацій, характерних для менеджменту, прагматичними настановами, що реалізуються у стратегіях переконання, делегування, ухвалення рішень і вирішення конфліктів, а також міжкультурним контекстом, у межах якого англійська мова виконує роль глобальної лінгва франка в бізнес-просторі. Отже, дискурс менеджменту можна визначити як інституційно зумовлений тип комунікації, що функціонує англійською мовою у сфері управлінської діяльності, має специфічний набір жанрів, мовних стратегій та прагматичних функцій і спрямований на організацію ефективної взаємодії в бізнес-середовищі. Його межі окреслюються перетином мовних практик, управлінських процесів та культурно-соціальних умов, у яких здійснюється управління.

Англійський управлінський дискурс має складну структурно-семантичну організацію, яка відображає специфіку управлінської діяльності та її комунікативні потреби. На структурному рівні він поєднує усну та писемну форми, формальні й неформальні жанри, що охоплюють широкий спектр управлінських ситуацій – від офіційних наказів, звітів і стратегічних планів до ділових нарад, переговорів, електронного листування й корпоративних презентацій. Жанрова система англійського управлінського дискурсу є відкритою та динамічною, адже у глобалізованому бізнес-середовищі постійно з'являються нові форми текстів, зумовлені цифровими технологіями та трансформацією управлінських практик.

Семантична специфіка цього дискурсу зумовлена переважанням термінологічної лексики, що належить до сфери менеджменту, економіки, фінансів і маркетингу. У його межах функціонують слова й словосполучення з високим рівнем абстракції, які позначають управлінські процеси та явища (*management, leadership, strategy, performance, decision-making, efficiency*), а також метафоричні моделі, що забезпечують концептуалізацію складних явищ через зрозумілі образи (наприклад, *business as a journey, market as a battlefield, team as a family*). Значну роль відіграють кліше та сталі вирази, які виконують функцію маркерів інституційної належності та стандартизації управлінської комунікації.

Комунікативні особливості англійського управлінського дискурсу визначаються його прагматичною спрямованістю. Він орієнтований на

організацію ефективної взаємодії між учасниками управлінського процесу та реалізацію конкретних стратегій впливу – переконання, мотивації, делегування, аргументації, фасилітації та врегулювання конфліктів. Характерною рисою є баланс між офіційністю та доступністю: з одного боку, дискурс тяжіє до чіткої логічної структури, регламентованої лексики й термінів, а з іншого – містить елементи персоналізованої комунікації, спрямованої на підтримання позитивного психологічного клімату в колективі.

У сучасних умовах цифровізації англomовний управлінський дискурс активно адаптується до нових каналів комунікації, зокрема корпоративних платформ, соціальних мереж і віртуальних зустрічей. Це спричиняє зростання ролі полікодовості: текстові повідомлення часто супроводжуються графіками, таблицями, візуальними метафорами та мультимедійними елементами, які підсилюють комунікативний ефект.

Перспективи подальших досліджень англomовного дискурсу менеджменту у міждисциплінарному вимірі зумовлені динамічним розвитком управлінських практик та їхнім постійним оновленням під впливом глобалізаційних і цифрових процесів. Оскільки мова менеджменту відображає не лише інструментарій професійної комунікації, а й культурні, соціальні, психологічні та технологічні чинники, її аналіз потребує комплексного підходу, що інтегрує здобутки лінгвістики, когнітивістики, соціології, психології, економіки та менеджменту. Одним із важливих напрямів є поглиблене вивчення жанрової диференціації управлінського дискурсу, зокрема його цифрових форматів – корпоративних чатів, онлайн-нарад, платформ для спільної роботи. Це дозволить описати нові моделі взаємодії, що формуються у віртуальному просторі, а також окреслити їхній вплив на стиль, прагматику й ефективність управлінської комунікації. Перспективним також є дослідження полікодовості, адже сучасний англomовний дискурс менеджменту дедалі частіше реалізується як мультимодальна система, у якій текст поєднується з візуальними, графічними, аудіальними та інтерактивними елементами.

Подальшого аналізу потребує когнітивний вимір управлінського дискурсу, зокрема метафоричні та концептуальні моделі, за допомогою яких конструюється уявлення про процеси керування, лідерство, комунікацію в колективі та досягнення результатів. У цьому контексті актуальним є зіставне дослідження різних культурних традицій менеджменту, адже англійська мова як

глобальна лінгва франка інтегрує елементи різних управлінських культур, формуючи нові комунікативні стандарти. Варто окремо виокремити соціолінгвістичні та психологічні аспекти, що стосуються вивчення владно-рольових відносин у межах управлінської взаємодії. Мова менеджменту виступає інструментом реалізації влади, формування професійної ідентичності та підтримання корпоративної культури, тому подальші дослідження можуть бути зосереджені на аналізі стратегій лідерства, фасилітації, іміджетворення та управління конфліктами у комунікативному середовищі. Не менш значущою є перспектива інтеграції методів корпусної та комп'ютерної лінгвістики для аналізу великих масивів текстів англomовного управлінського дискурсу. Автоматизоване опрацювання електронного листування, корпоративних документів та онлайн-комунікації відкриває нові можливості для виявлення стійких мовних патернів, дискурсивних стратегій і тенденцій розвитку управлінської комунікації.

Отже, подальші дослідження англomовного дискурсу менеджменту у міждисциплінарному вимірі передбачають інтеграцію лінгвістичного аналізу з когнітивними, соціологічними, психологічними та економічними підходами, що дозволить не лише поглибити теоретичне розуміння специфіки управлінської комунікації, а й сприятиме виробленню практичних рекомендацій для підвищення ефективності міжнародної бізнес-взаємодії.

Висновки. Англomовний дискурс менеджменту постає як багатовимірне явище, що поєднує структурно-семантичні, комунікативно-прагматичні та соціокультурні параметри. Його сутність визначається інституційною зумовленістю та функціональною спрямованістю на організацію ефективної управлінської взаємодії, у межах якої мова виконує роль не лише засобу обміну інформацією, а й інструмента впливу, легітимації влади та формування професійної ідентичності менеджера.

Огляд літератури засвідчує, що найбільш дослідженим сегментом у цій сфері є терміно-система, тоді як дискурсивні характеристики англomовного менеджменту ще потребують системного аналізу. Визначення меж поняття «дискурс менеджменту» дозволило виокремити його як інституційно маркований тип комунікації, що охоплює жанрове різноманіття, специфіку лексики та прагматичні стратегії. Структурно-семантичні та комунікативні особливості цього дискурсу полягають у поєднанні

термінологічного насичення з метафоричними моделями, стандартизованих кліше з елементами персоналізованої взаємодії, а також у здатності адаптуватися до цифрового середовища й мультимодальних форматів. Ключові стратегії англійської управлінської комунікації – переконання, лідерство, делегування, мотивація, фасилітація, врегулювання конфліктів та іміджетворення – реалізуються через різноманітні тактики, що забезпечують баланс між раціональною аргументацією та емоційним впливом. Усе це свідчить про високу прагматичну ефективність управлінського дискурсу, його здатність не лише відображати, а й конструювати соціальні та професійні відносини.

Перспективи подальших досліджень полягають у міждисциплінарному вимірі, що передбачає інтеграцію лінгвістики, когнітивістики, соціології, психології та менеджменту. Особливо актуальними є напрями, пов'язані з вивченням цифрових форматів комунікації, мультимодальності, когнітивних моделей і стратегій лідерства, а також використання корпусних методів для аналізу великих масивів управлінських текстів.

Таким чином, англійський дискурс менеджменту є перспективним об'єктом дослідження, що відкриває широкі можливості як для розвитку сучасної дискурсології та прикладної лінгвістики, так і для вдосконалення практики міжнародної бізнес-комунікації.

Список літератури:

1. Вакуленко М.О. Українська термінологія: комплексний лінгвістичний аналіз: монографія. Івано-Франківськ : Фоліант, 2015. 361 с.
2. Д'яков А. С. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти : монографія. К.: КМ Academia, 2000. 216 с.
3. Сухачова Н. С., Воскобойник В. І., Кононенко В. В. Англійська терміносистема менеджменту: етимологічний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2024. Вип. 35. С. 121–126. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.35.21>
4. Галинська, О. М. Специфіка англійської терміносистеми менеджменту як сфери бізнес-діяльності. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. 2014. Вип. 45. С. 11–14.
5. Куделко З.Б. Англійська терміносистема ринкових взаємин: синтагматичні та парадигматичні особливості. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філол. наук за спеціальністю 10.02.04 – германські мови, 2003.
6. Краснопольська Н.Л. Загальні рекомендації щодо унормування української термінології менеджменту. *Українська мова*. 2014. № 1(49). С. 97–104.
7. Lyudmila Soloshchuk, Yuliia Skrynnik Variativity of the Speaker's Verbal and Non-verbal Behavior in the English Managerial Discourse. *Psycholinguistics*. 2023. № 34(2). pp. 110–131.
8. Grant, D., Hardy, C., Oswick, C., and Putnam, L. Organizational discourse: exploring the field, in *The Sage Handbook of Organizational Discourse* (ed. D. Grant, C. Hardy, C. Oswick, and L. Putnam), SAGE, London, 2004. pp. 1–36.

Tomchakovska Yu.O., Shevchenko-Bitenska O.V., Yasnitska H.V. ENGLISH MANAGEMENT DISCOURSE: ASPECTS OF RESEARCH

The article is devoted to the analysis of English management discourse as a specific type of professional communication that integrates linguistic, cognitive, sociocultural, and pragmatic dimensions. The relevance of the study is determined by the rapid development of the globalized business environment and digital communication formats, within which the English language functions as a universal lingua franca. The article defines the essence of the concept of "management discourse," describes its institutional nature and functional characteristics. The structural and semantic specificity of English management discourse is revealed, manifested in terminological density, the combination of abstract vocabulary with metaphorical models, and the use of standardized clichés as markers of professional identity. The genre system is characterized, covering both traditional formats (meetings, reports, strategic plans, negotiations) and new digital ones (online meetings, corporate social networks, electronic correspondence). The pragmatic orientation of English management discourse is emphasized, focused on achieving effective interaction through strategies of persuasion, motivation, delegation, facilitation, conflict resolution, and image-making. Particular attention is paid to the role of multimodality and polycode communication, since modern managerial interaction is increasingly realized as a complex of textual, visual, and graphic resources that enhance pragmatic impact. It is shown that management discourse not only reflects professional activity but also performs a constitutive function –

shaping the professional identity of the manager, legitimizing power relations, and fostering corporate culture. The prospects for further research lie in an interdisciplinary dimension, combining linguistic, cognitive, sociological, psychological, and economic approaches and opening new opportunities for the analysis of managerial communicative practices.

Key words: *English management discourse, professional communication, managerial strategies, terminology, pragmatics, genre system, multimodality.*