

announces-gta-6-budget-not-2-billion-but-still-the-most-expensive-game-in-history/ (date of access: 05.11.2025).

DOI <https://doi.org/10.32837/11300.31020>

Дмитрієв Євген, Фрумкіна Арина
Міжнародний університет

ВИКОРИСТАННЯ НЛП-МЕТАМОВНИХ СТРУКТУР У ПРОФЕСІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасна сфера продажів дедалі більше орієнтується не лише на продукт чи послугу, а передусім на якість комунікації між продавцем і клієнтом. Успіх професійної взаємодії сьогодні визначається не кількістю аргументів, а здатністю розуміти потреби співрозмовника, виявляти приховані мотиви та будувати діалог на основі довіри й емпатії. Саме тому дедалі більшої актуальності набувають психолінгвістичні інструменти, які дозволяють підвищити ефективність мовленнєвої поведінки фахівців сфери обслуговування та бізнесу.

Одним із таких інструментів є **метамовна модель нейролінгвістичного програмування (НЛП)**, що поєднує лінгвістичний аналіз, когнітивну психологію та практичну комунікативну майстерність. Її застосування у сфері продажів відкриває нові можливості для точного виявлення запиту клієнта, усунення непорозумінь і побудови переконливих аргументів без маніпуляції. Метамовні структури допомагають продавцю працювати не лише зі словами, а з глибинними смислами – тим, що стоїть за висловлюванням, але не завжди усвідомлюється самою людиною.

Використання НЛП-метамовних структур у професійній комунікації, зокрема у сфері продажів, становить один із найефективніших психолінгвістичних інструментів удосконалення мовленнєвої поведінки фахівців, орієнтованої на результативну взаємодію з клієнтом. У контексті нейролінгвістичного програмування метамодель мови розглядається як

система мовних патернів, спрямованих на уточнення, конкретизацію й відновлення пропущеної або спотвореної інформації у висловлюваннях співрозмовника. В основі цих патернів лежить ідея про те, що у процесі комунікації люди схильні несвідомо узагальнювати, викривляти або пропускати частину інформації, що призводить до непорозумінь і втрати змістової точності.

Метамовні структури, або метамодель мови, у межах нейролінгвістичного програмування (НЛП) являють собою систему мовних патернів, розроблену Р. Бендлером і Дж. Гріндером у 1970-х роках, яка спрямована на уточнення, відновлення та конкретизацію змісту висловлювань у процесі спілкування. В основі метамоделі лежить припущення, що під час комунікації люди часто несвідомо спотворюють інформацію через **три типи мовних процесів – узагальнення, викривлення та пропуск (еліпсис).**

Узагальнення полягає у перенесенні властивостей окремого випадку на цілий клас об'єктів чи ситуацій. Це допомагає людині систематизувати досвід, формуючи правила або переконання, які спрощують світосприйняття. Проте надмірне узагальнення може призвести до помилкових висновків або стереотипного мислення. Наприклад, висловлювання *«усі клієнти важкі»* або *«ніхто не купує взимку»* є типовими проявами узагальнення, яке обмежує поведінкові можливості мовця. Завдання співрозмовника, який володіє метамовними техніками, полягає у тому, щоб повернути людину від загального судження до конкретного досвіду, запитавши: *«Усі клієнти чи лише деякі?»* або *«Хто саме не купує?»*. Такі уточнення допомагають розширити сприйняття та зняти психологічні бар'єри.

Викривлення – це зміна реального змісту висловлювання через суб'єктивну інтерпретацію або емоційне забарвлення інформації. Людина, сприймаючи подію, часто не просто описує її, а наділяє власними оцінками, припущеннями чи висновками, які не завжди відповідають фактам. Наприклад, коли клієнт каже: *«Вони мене змусили купити це»*, він не констатує реальний примус, а описує внутрішній тиск або вплив. У таких випадках

уточнювальні запитання типу «*Як саме вас змусили?*» або «*Що конкретно відбулося?*» допомагають розмежувати факт і оцінку, повернувши комунікацію в логічне русло. Викривлення часто стає джерелом емоційних конфліктів у спілкуванні, тому робота з ним вимагає уважності, емпатії та нейтрального ставлення.

Пропуск (Ellipsis, Deletion) означає свідоме або несвідоме вилучення частини інформації з висловлювання, коли мовець опускає деталі, що здаються йому очевидними, але залишають співрозмовника без необхідного контексту. Це найпоширеніший тип мовного спрощення. Наприклад, фраза «*Мені не подобається ця пропозиція*» не розкриває, що саме викликає незадоволення – ціна, умови чи форма подання. Запитання «*Що саме вам не подобається?*» або «*Яка частина пропозиції потребує зміни?*» допомагають заповнити інформаційний розрив і зробити висловлювання повним. Робота з пропусками є ключовою для професійної комунікації, оскільки саме в ній закладений потенціал для прояснення потреб клієнта, співробітника або партнера.

Узагальнення, викривлення та пропуски – це не помилки мовлення, а природні когнітивно-мовні процеси, які відображають спрощення реальності через індивідуальний досвід людини. Завдання спеціаліста, який використовує метамовну модель, полягає не в тому, щоб уникнути цих процесів, а в тому, щоб усвідомлено їх розпізнавати, коригувати й допомагати співрозмовнику формулювати думки точніше. У сфері продажів це дозволяє глибше розуміти клієнта, мінімізувати комунікативні бар'єри й підвищити ефективність професійного діалогу. Ці процеси дозволяють людині швидше обробляти інформацію, але водночас призводять до неповного або неточного розуміння повідомлення. Застосування метамовних структур допомагає виявити ці спотворення, повертаючи висловлювання до його повного смислового змісту.

Застосування метамовних структур у комерційній взаємодії дозволяє виявити приховані смисли висловлювань клієнта, зрозуміти його справжні потреби та мотиви, скоригувати хибні припущення або неусвідомлені

установки. Через систему уточнювальних запитань продавець або консультант має змогу не лише отримати повну інформацію, а й встановити довірливий контакт, продемонструвати зацікавленість і компетентність, що підвищує ймовірність успішного завершення переговорів. У такій взаємодії мова стає інструментом не маніпуляції, а глибокого розуміння комунікативного партнера, що є передумовою ефективного професійного діалогу.

У процесі професійної підготовки та тренінгової роботи використання НЛП-метамоделі сприяє формуванню навичок уважного слухання, мовленнєвої точності, емпатійного реагування та когнітивної гнучкості. Після проходження тренінгів, у яких відпрацьовуються навички постановки уточнювальних питань, спостерігається покращення якості комунікації, зниження рівня конфліктності та підвищення показників клієнтського задоволення. Практичні результати досліджень свідчать, що метамовна компетентність стає важливою складовою професійної ефективності у сфері продажів, оскільки забезпечує усвідомлений контроль над власними мовленнєвими реакціями та сприяє формуванню позитивного комунікативного іміджу.

Таким чином, використання НЛП-метамовних структур у сфері продажів має подвійний ефект: когнітивний, що полягає у підвищенні точності сприйняття й відтворення інформації, та соціально-психологічний, пов'язаний із формуванням атмосфери довіри, співпраці й взаємної поваги. Мовлення в цьому контексті виступає не лише засобом передання змісту, а й інструментом впливу, самоусвідомлення та професійного самовираження.

Література

1. Фрумкіна А. Л. Психолінгвістика: концепти, мовлення, особистість : навч. посіб. для здобувачів другого (магістер.) рівня вищої освіти. Одеса : Міжнар. гуманітар. ун-т, 2025. 137 с. URL: <https://hdl.handle.net/11300/29516> (дата звернення: 03.11.2025)

2. Amri, M. A., De Rossi, M., & Hartati, R. (2025). NLP Meta Model to Enhance Soft Communication Skills in Mobile Legends. *International Journal of Humanities, Social Sciences and Business (INJOSS)*, 4(3), 357-373.
3. “How to use NLP in sales? Win at sales with NLP.” NLPSure – NLP in Sales. (2021, Oct 29). Retrieved from nlpsure.com.
4. Pardesi, D. S. (n.d.). *Influence of NLP on Sales: Reflections from an in-depth case study*. Retrieved from Scribd.

Довбиш Катерина

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Фрумкіна А. Л.

Міжнародний університет

МОВНА КАРТИНА СВІТУ КОРИСТУВАЧА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ПЕРЕКЛАДАЧА

Сучасні платформи соціальних мереж стали провідним середовищем комунікації, яке суттєво впливає на мовні звички користувачів. Інтернет і цифрова комунікація змінили спосіб, у який люди передають думки, емоції та інформацію. Миттєвий обмін повідомленнями, використання скорочень, емодзі, мемів та неформальних висловів формують новий тип мовної реальності, який поєднує елементи живого мовлення, письмового тексту та візуальних символів. У результаті створюється унікальна мовна картина світу, що вимагає від перекладача глибокого розуміння не лише мови, а й культурного контексту, соціальних кодів та емоційної складової цифрового простору.

З розвитком соціальних мереж змінюються не лише форми спілкування, а й способи конструювання значень. У цифрових платформах мова стає засобом самоідентифікації, способом демонстрації належності до певної групи чи культури. Таке явище висуває нові вимоги до перекладачів, адже класичні методи перекладу не завжди здатні передати сенс і тональність онлайн-спілкування. Необхідно враховувати гумор, іронію, емоційність, візуальні