

Софія Майструк

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти Львівського національного університету імені Івана Франка

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО СТИЛЮ В ЦИФРОВИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ TELEGRAM-КАНАЛУ «ДІЯ»)

Розкрито особливості функціонування офіційно-ділового стилю в умовах цифровізації, проаналізовано адаптацію державної комунікації до формату месенджерів на прикладі Telegram-каналу «Дія». У роботі розглянуто лексичні нововведення, використання емодзі як візуальних маркерів та специфіку Tone-of-Voice. Виявлено, що сучасна українська ділова мова стає лаконічнішою та партнерською, зберігаючи при цьому офіційність.

Ключові слова: *офіційно-діловий стиль, цифрова комунікація, інтернет-журналістика, Telegram-канал «Дія», інфостиль, Tone-of-Voice.*

Сучасна комунікація між державою та суспільством сьогодні майже повністю зосереджена в цифровому середовищі. У світі, переповненому інформацією, онлайн-видання та Telegram-канали є найзручнішим способом отримання новин. Зміна засобів поширення інформації вплинула на способи комунікування. Класичний офіційно-діловий стиль, який десятиліттями залишався незмінним, почав стрімко адаптуватися до форматів інтернет-журналістики. Сформувалися нові стандарти цифрової ділової мови, тому питання про трансформацію офіційно-ділового стилю є актуальним та потребує розгляду.

Дослідники мови звертають увагу на особливості цифрових медіа, зокрема Чемеркін С. [4] розглядає процеси, характерні для мови, яка функціонує в інтернеті. Литвинська С. [2] аналізує трансформацію форматів і стилів в епоху цифровізації взагалі. Питання пристосування офіційно-ділового стилю до запитів сучасного суспільства досліджують О. Дияк, Ю. Виноградова та О. Гаврилюк [1].

Нашою метою є аналіз функціонування офіційно-ділового стилю на прикладі Telegram-каналу «Дія».

Ми використовували методи описового аналізу, порівняння та аналізу медіатекстів.

Традиційно підручники з ділової мови визначають офіційно-діловий стиль як сукупність мовних засобів, що обслуговують сферу офіційних відносин. Зокрема, О. Пономарів наголошує на тому, що цей стиль характеризується офіційністю, високим ступенем стандартизації мовних засобів, широким використанням безособових та наказових форм та

застосуванням термінології [3, с. 6]. Проте, аналізуючи контент у месенджерах, ми помітили, що головною рисою сучасної ділової комунікації стає «інфостиль» — спосіб викладу думок, де пріоритетом є змістова насиченість, лаконічність та відсутність зайвих слів. Аналіз також засвідчує, що дописи в текстах немає складних синтаксичних конструкцій, а виклад інформації максимально чіткий. Telegram-канал «Дія» передбачає суб'єктивну модель комунікації: людям одразу пропонують конкретну дію та вказують на результат. Наприклад, замість типової для ділового стилю конструкції «здійснюється прийом заявок на отримання допомоги», Telegram-канал використовує прямий та дієвий заклик: «Подавайте заяву на допомогу в кілька кліків».

На особливу увагу заслуговує лексика Telegram-каналу «Дія». Ми звернули увагу на економію мовних засобів. Ось приклади: замість «здійснення верифікації особистих даних» використано дієслова наказового способу «підтверджуйте», «оновлюйте». Ці слова сьогодні є активними, а тому й зрозумілі сучасному споживачеві. У мові каналу помітні й неологізми, як-от: «застосунок», «цифровий підпис», «пуш-сповіщення». Є й іншомовні запозичення, зокрема: «чек-ін», «шерити». Вважаємо, що мова Telegram-каналу «Дія» враховує суспільні зміни та пристосовується до них, тому неологізми, які є у вжитку споживача, доречні і в мові ділового спілкування. Наведені приклади доводять «Дія» вдало використовує необхідні нові слова, комунікуючи зі своїм споживачем по-діловому. Telegram-канал широко застосовує маркери, які є елементом нового ділового етикету.

Аналізуючи структуру текстів, ми виявили чимало емодзі, які насичені глибоким змістом. Ось приклади цих візуальних засобів, використаних у «Дії»: інформаційні маркери (↗ або 📌) акцентують увагу на важливості новини; інструктивні (✓ або →) позначають кроки алгоритму дій; технічні (➡️ або ⚙️) вказують на інтерактивні елементи.

Використання емодзі не принижує статус державної установи, а навпаки — робить її сервіс доступнішим, адже візуальний символ допомагає миттєво зчитати суть повідомлення, що дуже важливо в умовах обмеженого часу читача. Використання економії мовних засобів є одним з виявів культури ділового мовлення.

Порівнюючи тексти «Дії» з аналогічними повідомленнями на офіційних сайтах міністерств, можна помітити суттєву різницю в особливостях творення ділового тексту. Якщо сайти частіше орієнтовані на архівування інформації, то Telegram-канал працює на миттєве залучення споживача. Тексти «Дії» будуються за принципом «одна думка — один абзац», що полегшує сприйняття з екрана смартфона. Як приклад розгляньмо допис, опублікований у Telegram-каналі 14 квітня 2026 року:

«Допомога на енергостійкість — тепер і на Харківщині ?

Послуга в Дії стала доступною для багатоквартирних будинків у Харкові та Харківській області.

Підтримка спрямована на потреби всього будинку: щоб було тепло, вода та працювали ліфти навіть під час відключень».

Варто зауважити, що «Дія», як державний проєкт, сформувала досить нетиповий Tone-of-Voice (ToV) — стиль комунікації бренду з аудиторією, який транслює її цінності та відображає ставлення до громадян. Бренд обирає, яким тоном він доноситиме інформацію: серйозним, кумедним чи провокативним. Держустанови, зазвичай, обирають максимально стриманий тон, що вирізняється сухістю даних. Стиль «Дії» можна описати як формальний за змістом, але легкий для читання за формою. Дія працює у форматі «перевернутої піраміди», коли найважливішу інформацію подають у першому реченні, а далі пропонують деталі. Лаконічність месенджера дозволяє державі говорити простою мовою про серйозні речі. Такий підхід робить читача рівним партнером держустанови.

Отже, дослідження трансформації ділової української мови в межах цифрових платформ дозволяє стверджувати, що Telegram-канал формує новий стандарт, який базується на трьох принципах: зрозумілість, функціональність та візуальна структурованість. Досвід Telegram-каналу «Дія» є взірцевим для сучасної інтернет-журналістики, адже він доводить, що ділова українська мова може бути живою та сучасною, не втрачаючи при цьому своєї грамотності та офіційного статусу.

Список використаних джерел

1. Дияк О. В., Виноградова Ю. Б., Гаврилюк О. Р. Трансформація офіційно-ділового стилю в умовах сучасної медіакомунікації. *Перспективи та інновації науки*. 2023. № 5(23). С. 246–255.
2. Литвинська С. В., Герасимович В. А., Герасимович М. В. Журналістика в епоху цифровізації: трансформація форматів і стилів. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 5. Ч. 2. С. 226–231.
3. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: підручник. Київ: Либідь, 2011. 248 с.
4. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. Київ: НАН України, Ін-т укр. мови, 2009. 240 с.

Науковий керівник: Конюхова Л.І., кандидат філологічних наук, доцент кафедри медіариторики та мовної комунікації Львівського національного університету імені Івана Франка/