

УКРАЇНЬСЬКА МОВА У СФЕРІ ТОРГІВЛІ Й ПОСЛУГ ОЧИМА УКРАЇНЦІВ: ОЧІКУВАННЯ Й РЕАЛЬНІСТЬ

У статті досліджено ставлення українців до застосування української мови у сфері торгівлі й послуг, їхні очікування й запити. З'ясовано, що українці по-різному сприймають заходи для ширшого впровадження українськомовного обслуговування: від абсолютної байдужості до повного неприйняття, проте також засвідчено потужний запит на українську мову в цій сфері. Українці прагнуть, щоб їхнє право на отримання інформації й послуг державною мовою було дотримане, й у різні способи намагаються досягнути цього, помітні вияви мовного активізму.

Ключові слова: білінгвізм, українська мова, мовна ситуація, сфера торгівлі й послуг, соціолінгвістика, мовний активізм.

Мовну ситуацію в Україні формує українсько-російський білінгвізм: дві найпоширеніші мови постійно конкурують за домінування в суспільстві, українська мова намагається охопити ті сфери, де раніше панувала російська, зокрема й сферу торгівлі й послуг. Адже переважання української мови у ній, також і у всевітній мережі, є важливою умовою посилення комунікативної потужності державної мови. Крім того, стаючи інструментом комунікації у сфері економіки й бізнесу, засобом надання інформації та послуг, а також мовою створення інтелектуального продукту, «державна мова перестає бути суто нематеріальною цінністю й категорією культури й духовності. Її стан є чинником і економічного життя держави» [6, с. 39].

Українська мова має статус державної, і хоча у політичних проросійських колах періодично виринає питання надання російській мові статусу другої державної мови, за соціологічними дослідженнями, більшість громадян погоджується, що єдиною державною мовою в Україні має бути українська. Як свідчать матеріали фокус-груп 2017 р., респонденти з різних регіонів України слушно вказують, що державна мова має бути обов'язковою до вживання у державних закладах та документації, в освіті: «державна мова – це мова законів і це мова офіційних, наприклад, заяв, клопотань, скарг і такого іншого... А в повсякденному житті можна розмовляти російською» (Римма, Харків), «мова населення не стосується, а от для держслужбовців це повинно бути обов'язково. Це навіть, починаючи з викладачів у школі, всюди, українська мова – і крапка» (Володимир, Київ). Ці висловлювання підтверджують закріплене Конституцією та вже усталене в свідомості українських громадян положення про згадані сфери застосування державної мови.

Тим часом питання пріоритетної мови обслуговування та надання інформації споживачам залишається дискусійним. ЗМІ постійно повідомляють про мовні конфлікти в ресторанах та супермаркетах через відмову обслуговування українською мовою, а обговорення цих ситуацій у соціальних мережах рясніють радикально протилежними думками учасників дискусій, вказуючи на те, що це питання є актуальним для українського

суспільства. Тому важливо з'ясувати, як українці ставляться до сучасного стану української мови у цій сфері, чи очікують в ній ширшого побутування державної мови.

Мета статті – проаналізувати ставлення українців до застосування української мови у сфері торгівлі й послуг, їхнє очікування й запити. Для аналізу залучаємо публікації з мережі Інтернет, зокрема дискусії на різних форумах, дописи в соціальній мережі «Фейсбук», статті з інтернет-видань.

Питання застосування української мови та проблема білінгвізму у сфері торгівлі й послуг рідко потрапляють у поле зору українських дослідників: І. Брага розглянула українсько-російський суржик у соціально-комунікативній ситуації ринку [1], у розвідках М. Гонтар проаналізовано мовну ситуацію в різних регіонах України за результатами соціолінгвістичного опитування [2], а також досліджено мовний конфлікт та дискримінацію в цій сфері [3]. Окремі соціологічні дослідження та моніторинги містять спостереження за побутуванням української мови в закладах торгівлі й громадського харчування [9]. Зарубіжні науковці активно використовують соціолінгвістичні знання для досліджень із маркетингу, їхні праці присвячені аналізу ролі мови в спілкуванні між надавачем послуг та споживачем в білінгвальному середовищі, впливу мови обслуговування на прийняття рішень та поведінку двомовного споживача [11; 12; 14]. Ці дослідження показують важливість мови для споживачів під час комунікації: двомовні споживачі з високим рівнем мовної компетенції обох мов (у країнах з офіційною двомовністю – Канаді та Фінляндії) виявляють вищий рівень задоволеності послугами, наданими їхньою рідною мовою, адже мова є не лише нейтральним засобом спілкування, а радше виражає відчуття власної ідентичності, яке важливе для респондентів, навіть у ситуаціях, де комунікація незначна, наприклад, у кав'ярні. Споживачі мають емоційну прив'язаність до вживання своєї мови, яка виходить за межі практичних аспектів комунікації з надавачем послуг. У Канаді, окрім інших факторів, спостережено також політичні причини небажання вживати другу мову в обох мовних групах (англомовній і франкомовній), ідеологічні фактори, засоційовані з соціолінгвістичною ситуацією, відіграють важливу роль у формуванні ставлення споживача до мови надання послуг [11, 188].

У сучасній Україні в питанні обслуговування також помітна ідеологічна складова, про це детальніше скажемо далі.

Загалом обслуговування українськомовних споживачів українською мовою можна розглядати у двох вимірах:

1. задоволення комунікативних потреб споживача – носія конкретної мови – в отриманні якісного обслуговування;
2. забезпечення мовних прав носіїв державної мови на користування нею в усіх сферах життя.

Під час навколомовних дискусій можна почути таку думку: українська мова – державна, з цим ніхто не сперечається, але у сфері економіки й бізнесу свої правила: запит породжує пропозицію, якщо у бізнесі й під час обслуговування панує російська мова, отже, запит саме на російську. Чи справді це так?

За нашими спостереженнями, можна умовно виділити три групи серед громадян за ставленням до української мови у сфері торгівлі й послуг.

Частина громадян не звертає увагу на те, якою мовою до них звертаються, їм байдуже, чи сфера торгівлі й послуг буде українськомовною чи російськомовною: «Мне все

равно, на каком языке говорит человек на кассе в маркете или же в баре, безразлично, на каком языке написано меню в заведении. Люди, схаменіться, не з того починаємо! Невже ви думаете, що від цього нам всім стане краще жити? Розмовляйте хоч на івриті, головне, щоб ми вас розуміли!» (з допису в соціальній мережі «Фейсбук»).

Інша частина суспільства відстоєє своє право на незнання й некористування українською, посилаючись на положення Конституції: «також гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України». Цю частину суспільства повністю влаштовує привілейоване становище російської мови в Україні, вона з негативом сприймає появу в окремих закладах торгівлі обслуговування державною мовою, наприклад, на одному з сайтів читаємо обговорення, що відбувалося у 2016 р.: «А: А у нас последний месяц, как не зайду в АТБ, то на кассе, говорят на украинском. Мне аж уши режет. Я и спросила у вас обязаловка разговаривать на укр языке, мне говорят ТАК, АЛЕ ЯКЩО ВИ ХОЧЕТЕ, ТО МИ З ВАМИ БУДЕМО РОЗМОВЛЯТИ РОСІЙСЬКОЮ. Брррр і меня аж передергнуло. Нет я ничего против не имею. НО.. Б: НО – это жесть!!!! На всех кассах ВАМ ПАКЕТИК ПОТРІБЕН???. Я всю жизнь разговаривала на русском, и вот это привывание укр языка не к чему, сами продавцы возмущаются» [збережено правопис та виділення автора допису – М.Г.].

Значно частіше можна спостерігати протилежну ситуацію: продавець обслуговує українськомовних покупців лише російською. Часто українці, щоб уникнути конфлікту, погоджуються, щоб з ними спілкувалися російською під час надання послуг, проте переживають негативні емоції, відчувають себе зневаженими. Як приклад наведемо допис у соціальній мережі «Фейсбук»: «11 червня 2018 року мене зупинили біля каси гіпермаркету Леруа Мерлен Україна з проханням, аби я відповів на кілька питань... Я відповів українською мовою, мене поставили перед фактом, що спілкуватимуться зі мною російською. *Аби не наражатися на конфлікт, я погодився. Хоча внутрішньо лишився осад і неприємні спогади про цей заклад.* 12 червня мені подзвонили, аби уточнити, чи проводили зі мною таке опитування. Теж російською мовою. *Я не вступав у конфлікт і не подавав особливого вигляду, що мені це неприємно. Хоча внутрішньо відчував стрес*» [виділення наше – М.Г.]. Багато українців щодня опиняється у таких ситуаціях, відчуває психологічний дискомфорт, несправедливість, приниження, коли у їхній власній країні вони не отримують обслуговування державною мовою. Їхні мовні права порушено, проте захистити їх вони не наважуються.

Досить часто покупці відчують на собі вплив міфу про тотальну російськомовність України, а також стереотипу, що у сфері торгівлі й послуг слід використовувати російську мову. Як приклад наведемо спостереження однієї з учасниць форуму, яка працює продавцем у торговельному центрі Києва (її дописи позначені літерою Б): «А: Мне кажется, русскоговорящих больше. Б: Це Вам так здається. Я працюю в сфері обслуговування, за день десь близько 70-200 людей підходить, раніше я за звичкою з усіма спілкувалась рос языком, зараз намагаюся цієї звички позбутися, але, на жаль, це не завжди вдається ... так от людей, які розмовляють українською мовою, набагато більше, ніж тих, що спілкуються російською. Коли до мене підходить родина, або просто компанія з кількох чоловік, то вони між собою спілкуються українською, а до мене звертаються російською, це така звичка, від якої треба позбавлятися».

Значна частина українців усвідомлює своє право на обслуговування державною мовою і вимагає, щоб це право було дотримане, проте часто наражається на незрозуміння й неприйняття персоналу. Так мовознавець Юрій Шевчук в інтерв'ю одному з інтернет-видань у 2015 році розповів: «Буквально днями в одному з супермаркетів Villa у Києві мене прямо так і запитали: «А чому ви принципово говорите українською, чому ви наполягаєте, щоб я вас обслуговувала українською?» У мене така ситуація повторюється щодня. Коли я заходив до мережі Coffee House, чи Coffee Time, то мусив звертатися до менеджера з проханням прислати людину, яка володіє українською і поважає клієнтів. І таке весь час. Цього року я почуваюся в київських закладах торгівлі й обслуговування як ніколи некомфортно, почуваюся об'єктом мовної агресії» [10].

У публікації Т. Марусика наведено хронологію захисту своїх мовних прав українськомовними споживачами [7]. Українці використовують різні способи стимулювання працівників до обслуговування державною мовою: роблять зауваження продавцеві чи офіціантові, записи у книзі скарг і пропозицій, або просто, замість винагороди офіціантові, лишають напис на серветці: «Якби ви обслуговували українською мовою, ми б залишили чайові;-)» (з допису у соціальній мережі «Фейсбук»). Такий, на перший погляд, несерйозний спосіб висловити своє незадоволення обслуговуванням отримав цілком серйозно досліджено у праці «Speak my language if you want my money. Service language's influence on consumer tipping behavior» (Говоріть зі мною моєю мовою, якщо хочете отримати мої гроші. Вплив мови обслуговування на поведінку споживача з залишення чайових) [14]. Автори дослідження аналізували поведінкові реакції двомовних споживачів (носіїв менш поширеної мови – у Бельгії данськомовних, у Фінляндії – шведськомовних) на мову обслуговування, і виявили, що споживачі, яких обслуговували їхньою рідною мовою, більш схильні залишати чайові як винагороду за гарне обслуговування. Адаже споживач, якого обслуговували його другою мовою, отримує послугу нижчої якості, ніж споживач, якого обслуговували рідною мовою [14, с. 1286]. Крім того, як уже було зазначено вище, споживач відчуває емоційний зв'язок з рідною мовою і почувається більш задоволеним, коли під час обслуговування чує її.

Активна частина української громадськості, розуміючи, що лише спільними зусиллями можливо досягнути суттєвих результатів, об'єднується у спільноти й у різні способи намагається відстоювати права українців отримувати інформацію й обслуговування державною мовою. Громадська організація та спільнота у Фейсбучі з іронічною назвою «І так поїмуть», об'єднує споживачів, котрі бажають отримувати інформацію про товари та послуги в Україні українською мовою. Сьогодні група налічує майже 28,5 тис. учасників. Наслідком звернень учасників стала поява більшої кількості компаній, які надають інформацію про свої товари та послуги українською, збільшилася кількість сайтів українською, інструкцій, брошур. Завдяки виграним судовим позовам активістів почала змінюватися ситуація з маркуванням товарів українською мовою. Діє також громадська організація «Незалежні», керівник якої Святослав Літинський подавав судові позови на виробників побутової техніки, що не маркують її українською мовою. Хоча не у всіх справах він переміг, це привернуло увагу інших виробників, і частина з них почала виробляти й завозити до України техніку з українським маркуванням. Завдяки зусиллям Святослава Літинського низка інтернет-магазинів зараз має українську версію, наприклад, Алло, Modna Kasta, Present4you, Yves Rocher, Co-Di.com, exist.ua тощо [5]. Ще одна

громадська ініціатива – інтерактивна мапа закладів харчування м. Києва: «на карті позначили заклади, що ігнорують україномовних киян та гостей столиці, а також ті місця, які мають україномовне обслуговування» [8].

Зарубіжні дослідники, які з'ясували готовність людей спілкуватися другою мовою в різних ситуаціях, виявили, що вживання мови може залежати від політичних переконань; для людей з високим рівнем політичних переконань вживання мови стає «політичним актом» [13; 14]. Для багатьох українців отримання інформації й обслуговування українською мовою є саме таким політичним актом, способом підтвердити незалежність української держави та окремішність українського народу, його мови й культури від радянсько-російського світу, демонстрацією небажання зберігати успадковане від радянських часів домінування російської мови в житті України.

Отже, серед українських громадян різне ставлення до ширшого впровадження українськомовного обслуговування: від абсолютної байдужості до повного неприйняття, проте також засвідчено, що в українському суспільстві є потужний запит на українську мову, зокрема у сфері торгівлі й послуг. Українці прагнуть, щоб їхнє право на отримання інформації й послуг державною мовою було дотримане, й у різні способи намагаються досягнути цього. Завдяки зусиллям великої кількості людей: мовних активістів, культурних діячів, науковців, представників різних громадських організацій – було ухвалено Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [4]. Найпромовистішим показником запиту на обслуговування українською мовою є включення до закону положень, що стосуються сфери торгівлі й послуг й зобов'язують надавачів послуг та продавців насамперед використовувати українську мову для надання інформації й обслуговування споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Брага І. Українсько-російський суржик в соціокомунікативній ситуації ринку / Ірина Брага // Мова і суспільство. 2011. Вип. 2. С. 119–126.
2. Гонтар М. Мовна ситуація сфери торгівлі й послуг в Україні (територіальний вимір) / Марина Гонтар // Мова і суспільство. 2019. № 10. С. 109-119. Режим доступу: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/ls/article/view/2880>
3. Гонтар М. Мовний конфлікт і мовна дискримінація в сфері торгівлі й послуг в Україні / Марина Гонтар // «Мова: класичне – модерне – постмодерне». 2019. Вип. 5. С. 22-38. Режим доступу: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/17070>
4. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» № 2704-VIII, від 25.04.2019. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19/ed20190425>
5. Лавришин Ю. 15 перемог за рік: як львів'янин виконує роботу мовного омбудсмена. Режим доступу: <https://www.032.ua/news/2619976/15-peremog-za-rik-ak-lvivianin-vikonue-robotu-movnogo-ombudsmena?fbclid=IwAR1TZqTHbnfPlsd6gjSc08w7K1aWUgtZ0ZcWA9fSrC2qAyanikQn4Ru3wQ0>
6. Макарець Ю. Українська мова в інтернет-просторі: соціально-правовий та лінгвальний виміри / Макарець Юлія // Science and Education a New Dimension. Philology, VI(46), Issue: 159, 2018. P. 38-83.

7. Марусик Т. Українськомовні громадяни: чи варто боротися з порушенням їхніх прав? Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/24433121.html>
8. Мовна карта закладів – вже у Києві! Режим доступу: <https://uhp.org.ua/movna-karta-zakladiv-vzhe-u-kyuevi/>
9. Становище української мови в Україні. Рух добровольців «Простір свободи». Режим доступу: <http://dobrovol.org/project/10/>
10. Юрій Шевчук: Якщо переходити на російську – це чемно, то виходить, що решта світу – грубіяни? Режим доступу: https://galinfo.com.ua/articles/profesor_kolumbiyskogo_universytetu_yuriy_shevchuk_yakshcho_perehodyty_na_rosiysku_tse_chemno_to_vyhodyt_shcho_reshta_svitu_grubiyany_197308.html
11. Holmqvist J. Consumer language preferences in service encounters: a cross-cultural perspective / Jonas Holmqvist // *Managing Service Quality: An International Journal*, 2011, Vol. 21 No. 2, pp. 178-191.
12. Holmqvist J., Grönroos Ch. How does language matter for services? Challenges and propositions for service research / Jonas Holmqvist, Christian Grönroos // *Journal of Service Research*. 2012. 15 (4). P. 430-442.
13. MacIntyre, P. D., Clément, R., Dörnyei, Z., & Noels, K. A. Conceptualizing willingness to communicate in a L2: A situational model of L2 confidence and affiliation / Peter MacIntyre, Richard Clément, Zoltán Dörnyei, Kimberly Noels // *Modern Language Journal*. 1998. 82, P. 545-562.
14. Vaerenbergh Y. V., Holmqvist J. Speak my language if you want my money. Service language's influence on consumer tipping behavior / Yves Van Vaerenbergh, Jonas Holmqvist // *European journal of marketing*. 2013. 47(8). p. 1276-1292.

Гонгарь М.О., к.ф.н., м.н.с.

Інститут українського языка НАН України, Київ

УКРАїнСКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ ГЛАЗАМИ УКРАїнЦЕВ: ОЖИДАНИЯ И РЕАЛЬНОСТЬ

Статья посвящена анализу отношения украинцев к использованию украинского языка в сфере торговли и услуг, их ожиданий относительно использования его в будущем. Выявлено, что украинские граждане по-разному воспринимают меры, предпринимаемые для укрепления позиций государственного языка в этой сфере, среди реакций: абсолютное безразличие к языку обслуживания, полное неприятие таких попыток, в тоже время большое количество украинцев хотят, чтобы их право на получение информации и услуг на государственном языке было соблюдено, и разными способами пытаются достичь этого.

Ключевые слова: билингвизм, украинский язык, языковая ситуация, сфера торговли и услуг, социолингвистика, языковой активизм.

ATTITUDE OF UKRAINIANS TO THE USE OF THE UKRAINIAN LANGUAGE IN THE FIELD OF SERVICES

This paper aims to examine the attitude of Ukrainians to the use of the Ukrainian language in the field of services. It was found that Ukrainian citizens perceive measures for the wider

introduction of Ukrainian-language services in different ways: from absolute indifference to complete rejection, but there is also a strong demand for the Ukrainian language in this area. Ukrainians want their right to receive information and services in the state language to be respected, and they are trying to achieve this aim.

Key words: *bilingualism, Ukrainian language, language situation, sphere of trade and services, sociolinguistics, language activism.*

УДК 81'272'246.2

Цар І.М., к.ф.н., м.н.с.

Інститут української мови НАН України, Київ

УКРАЇНЬСКА МОВА В МОВНИХ ПРАКТИКАХ МОЛОДИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ ЗІ СХОДУ УКРАЇНИ ТА КРИМУ

У статті досліджено місце української мови у повсякденних мовних практиках молодих переселенців з Донбасу та Криму; проаналізовано типові мовні ситуації, в яких вони використовують українську; схарактеризовано особливості перемикання кодів у їхньому мовленні.

Російськомовна молодь схильна пристосовуватися до мовного середовища, і хоча послуговується українською здебільшого за потреби, та прагне розширювати свої мовні практики, ініціюючи українськомовну комунікацію там, де чує українську мову найчастіше.

Ключові слова: *українська мова, російськомовна молодь, мовна поведінка, мовна стійкість, перемикання кодів.*

Проблема співіснування та взаємодії мов у білінгвальному суспільстві є завжди актуальною з огляду на ту важливу роль, яку відіграє мова у житті держави та її громадян. Проте часто це питання стає об'єктом політичних спекуляцій, а тому зростає необхідність наукового аналізу процесів, що відбуваються в мовних практиках українців.

Українські лінгвісти основну увагу звертають на проблему мовної стійкості українськомовних, мотиви зміни їхньої мовної поведінки (Бікова [1], Бурда [2], Кузнецова [4] та ін.). Відомо, що після переїзду до великих міст українськомовна молодь під тиском російськомовного оточення й під впливом стереотипів про тотальну російськомовність певних міст нерідко переходить на російську [7] чи, навіть спілкуючись вдома українською, в розмовах з російськомовними здебільшого перемикає мовний код на російську. О. Г. Руда так пояснює мотиви зміни мовної поведінки українськомовних: «Основний мотив українськомовного індивіда, коли він у комунікації переходить на російську, – це бажання досягти практичних і стратегічних цілей комунікації, уникнути конфлікту. З іншого боку, надання пріоритету українській мові у більшості комунікативних ситуацій пов'язане з громадянською позицією – свідомим прагненням захистити своє мовне, культурне середовище» [5, с. 404].

© Цар І.М., 2020