
УДК 811.161.2'27'246.2

Марина Гонтар

Інститут української мови НАН України, м. Київ

МОВНА СИТУАЦІЯ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ Й ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

У статті здійснено аналіз мовної ситуації у сфері торгівлі й послуг в Україні за результатами соціолінгвістичного опитування. Простежено зміни в мовній поведінці українців та в оцінці становища української мови у досліджуваній сфері в період від 2006 по 2017 р., з'ясовано особливості вживання державної мови в закладах сфери послуг у різних регіонах України.

Ключові слова: соціолінгвістика, мовна ситуація у сфері торгівлі й послуг, білінгвізм, українська мова, престижність мови.

Становище української мови в Україні є одним із важливих питань, які сьогодні цікавлять не лише мовознавців, але й значну частину суспільства. Мовне питання активно обговорюють під час політичних дискусій, воно стає об'єктом уваги журналістів, політологів. Дати об'єктивну оцінку реального становища української мови на всій території держави мають на меті соціологічні та соціолінгвістичні дослідження, зокрема розвідки Л. Масенко [7], О. Вишняка [2], Г. Черненко [15], а також колективні праці [8; 9]. Мовну ситуацію столиці України м. Києва у різних аспектах вивчали Г. Залізник [4; 5], Л. Масенко [4], С. Соколова [12].

Найповніше оцінити мовну ситуацію можливо лише шляхом поглибленого вивчення функціонування української та інших мов у різних сферах суспільного життя, оскільки комунікативну потужність мови визначають за кількістю комунікативних сфер, які вона обслуговує [7]. Становище української мови у сфері освіти аналізують О. Калиновська [6] та О. Данилевська [3], у засобах масової комунікації — О. Руда [10], у сфері судочинства та діловодства — Н. Трач [13] та ін. Дослідження потребує також мовна ситуація у

© М.О. ГОНТАР, 2018

сфері торгівлі й послуг, оскільки неможливо оцінити повнофункціональність української мови, оминувши цю сферу, крім того, економічні відносини є невід'ємною частиною життя сучасного суспільства і важлива роль у їхньому забезпеченні належить мові. До того ж, саме зі сферою торгівлі та послуг пов'язано кілька гучних скандалів, що були висвітлені у ЗМІ. Проте на сьогодні функціонування української мови у цій сфері ще залишається майже недослідженим в українській соціолінгвістиці.

Серед нечисленних мовознавчих праць, що стосуються української мови у сфері торгівлі, варто назвати розвідки І. Браги, в яких дослідниця розглянула українсько-російський суржик у соціально-комунікативній ситуації ринку, проаналізувала соціальні та соціально-психологічні чинники його використання. Матеріалом дослідження слугували дані соціолінгвістичного опитування, здійсненого автором, блокнотні записи, результати інтерв'ю з працівниками ринку, а також включеного спостереження на ринках м. Сум [1].

Спостереження за функціонуванням української мови у сфері торгівлі й послуг мають принагідний характер у соціологічних дослідженнях та моніторингах. Так, наприклад, громадська організація «Простір свободи» з 2011 року майже щороку проводить моніторинг становища української мови у різних сферах суспільного життя, у тому числі в закладах харчування та торгівлі. Активісти звертають увагу на наявність вивіски, меню та цінників державною мовою, а також фіксують, якою мовою спілкуються працівники з українськомовними клієнтами [14].

Український соціолог О. Вишняк, застосувавши математичний аналіз до даних загальнонаціонального опитування «Вибір України» (жовтень 2006 р., кількість респондентів 2011), побудував схеми взаємозв'язків мовних практик і чинників, що їх визначають. Це обчислення дало змогу дослідникові зробити висновки, що мова спілкування на вулицях, у магазинах та громадських місцях тісно пов'язана з трьома іншими мовними сферами (мова спілкування в сім'ї, мова спілкування з родичами та знайомими, мова спілкування з колегами), тоді як мова спілкування з колегами по роботі чи навчанню (оскільки не всі опитані працюють чи навчаються) слабше пов'язана з мовою спілкування у сім'ї та мовою спілкування між родичами й знайомими, і це «визначає ключову роль у відтворенні мовної ситуації в країні саме мови спілкування у громадських місцях, на вулицях, у магазинах тощо як мови середовища, яке пов'язане з мовами спілкування в інших сферах життєдіяльності пересічних громадян України, а не мови спілкування в сім'ї чи мови спілкування у виробничо-професійній сфері» [2: 80 — 81]. Саме тому, на думку науковця, в майбутніх дослідженнях мовної ситуації в Україні більшу увагу треба приділяти показникам і чинникам саме мови спілкування в громадських місцях (у т. ч. в магазинах) у різних регіонах і типах поселення.

На нашу думку, під час комплексного аналізу мовної ситуації потрібно враховувати різні показники, проте також погоджуємося з автором щодо важливості дослідження мови спілкування в громадських місцях

(а з огляду на предмет нашого дослідження, особливо у закладах торгівлі). Адже саме в громадських місцях людина щодня спілкується та взаємодіє з великою кількістю інших людей, значно більшою, ніж у родинному колі чи в середовищі навчальних закладів або колективу колег.

Саме необхідність аналізу мовної ситуації сфери торгівлі й послуг, з'ясування особливостей мовної поведінки українців у закладах торгівлі зумовлює актуальність цієї розвідки.

Наше дослідження ґрунтується на результатах масового соціолінгвістичного опитування, здійсненого у межах міжнародного проекту № 62700395 Фонду Фольксваген «Bi- and multilingualism between conflict intensification and conflict resolution. Ethno-linguistic conflicts, language politics and contact situations in post-Soviet Ukraine and Russia» («Bi- і мультилінгвізм: між інтенсифікацією і розв'язанням мовного конфлікту. Етнолінгвістичні конфлікти, мовна політика і контактні ситуації в Україні та Росії»). Опитування провели на усій території України, за винятком територій, які не контролюються українською владою (тобто без частини Донецької та Луганської областей, а також АР Крим). За допомогою індивідуального інтерв'ю за місцем проживання респондента було опитано 2007 респондентів віком від 18 років.

Для порівняння відповідей на запитання та оцінки динаміки мовної ситуації використано соціолінгвістичне дослідження, виконане в межах проекту «Мовна політика в Україні: антропологічні, лінгвістичні аспекти та подальші перспективи» за програмою INTAS (2006 — 2008 рр.) [8]. Залучено також матеріали науково-дослідного проекту «Мовна ситуація в Україні та шляхи неконфліктного розв'язання мовних проблем» (2007 р.) [9].

Для аналізу мовної ситуації у сфері торгівлі й послуг в Україні з-поміж великої кількості запитань, які ставили респондентам під час масового опитування, ми відібрали ті, що стосуються мовної поведінки респондента в закладах торгівлі, оцінки респондентом мовної ситуації сфери торгівлі в населеному пункті, де він мешкає, оцінки престижності/непрестижності вживання української мови в магазинах, кафе.

Проаналізувати мовну поведінку українців у закладах торгівлі дає змогу запитання «Якою мовою Ви звичайно звертаєтеся до продавців у магазинах? І якою вам звичайно відповідають?» з варіантами відповіді: «переважно українською», «українською і російською», «переважно російською», «важко відповісти». Переважно українською звертається до продавців 45,7 % опитуваних, українською і російською — 20,0 %, переважно російською — 33,7 %, а 0,6 % респондентів було важко відповісти на це запитання. Отримують відповідь переважно українською 36,8 % опитаних, українською і російською — 33,6 %, переважно російською — 28,9 %, важко відповісти на це запитання було 0,7 % опитуваних (рис. 1). Перше запитання характеризує мовну поведінку покупців, друге — мовну поведінку продавців. Як свідчить розподіл відповідей на друге запитання, мовна поведінка продавця не завжди відповідає мовній поведінці покупця, й у групі респондентів, які звертаються переважно українською, а це

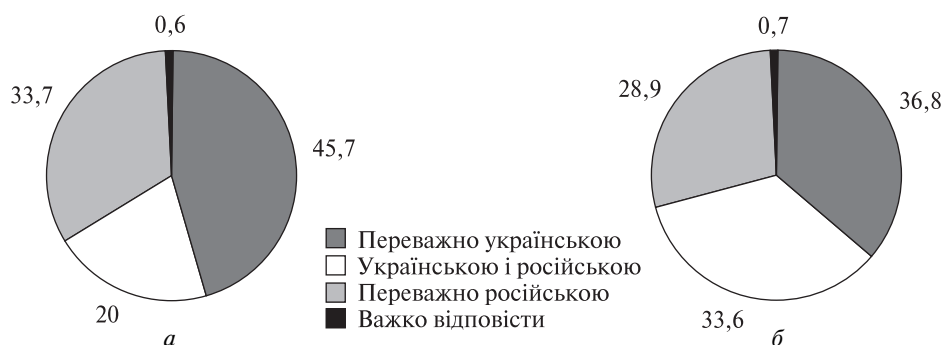


Рис. 1. Розподіл відповідей на запитання а) «Якою мовою Ви звичайно звертаєтесь до продавців у магазинах? б) І якою вам звичайно відповідають?» 2017 р., %

45,7 % опитаних, лише 36,8 % отримують відповідь теж переважно українською, тобто на 8,9 % менше відповідей, ніж запитів. Отже, не всі покупці, які звертаються до продавця державною мовою, отримують нею відповідь. Переважно російською звертається в магазині 33,7 % респондентів, а отримує відповідь 28,9 %, тобто маємо різницю між запитом і відповіддю 4,8 %. Обидві мови для спілкування з продавцями використовує 20 % респондентів, а відсоток двомовних продавців становить 33,6 %. Якщо група двомовних покупців становить 1/5 від загальної кількості опитаних, то група двомовних продавців за результатами опитування є значно більшою і становить 1/3.

Дати відповідь на це саме запитання було запропоновано респондентам під час опитування INTAS 2006 р., щоправда, серед варіантів відповідей, окрім зазначених вище, також був варіант «суржилом» (табл. 1) [8: 355].

В опитуванні, здійсненому в межах проекту «Мовна ситуація в Україні та шляхи неконфліктного розв'язання мовних проблем» (2007 р.) [9] співвідношення вживання мов у закладах торгівлі намагалися з'ясувати за допомогою запитання: «Якою мовою Ви спілкуєтесь на вулицях, в магазинах та громадських місцях?» із варіантами відповідей: «виключно українською» (відповіло 24 %), «переважно українською, але зрідка і російською» (12 %), «змішаною мовою, в якій вживаються як українські,

Таблиця 1. Розподіл відповідей на запитання «Якою мовою Ви звичайно звертаєтесь до продавців у магазинах? І якою вам звичайно відповідають?» 2006 р., %.

	Переважно українською	Українською і російською	Переважно російською	Суржилом	Важко відповісти
Ви звичайно звертаєтесь до продавців у магазинах	34,3	16,6	44,8	3,6	0,8
І Вам звичайно відповідають	27,5	25,7	41,5	4,4	0,9



Рис. 2. Порівняння відповідей на запитання «Якою мовою Ви звичайно звертаєтесь до продавців у магазинах? І якою вам звичайно відповідають?» 2006 і 2017 рр., %

так і російські слова» (18 %), «переважно російською, але зрідка і українською» (16 %), «виключно російською» (31 %), «іншою мовою» (0,1 %). Отримані відповіді засвідчили переважання російськомовної комунікації на вулицях, в магазинах та громадських місцях на території нашої держави в 2007 році: російською спілкувалося — 47 %, тобто близько половини населення України, тоді як українською — лише 36 % (такі результати отримуємо, підсумувавши кількість респондентів, які відповіли «виключно російською» і «переважно російською» та «виключно українською» і «переважно українською»).

Обидва запитання — «Якою мовою Ви звичайно звертаєтесь до продавців у магазинах?» (2006 р.) та «Якою мовою Ви спілкуєтесь на вулицях, в магазинах та громадських місцях?» (2007 р.) — мали на меті проаналізувати мовну поведінку покупців, але через значні відмінності у шкалі відповідей отримані дані не надаються до статистичного порівняння. Проте результати обох досліджень засвідчили переважне вживання російської мови порівняно з українською у комунікативному просторі сфери торгівлі в Україні та вказали на те, що значна частина респондентів послуговувалася у закладах торгівлі обома мовами.

З'ясувати, як саме змінилася мовна поведінка покупців і продавців у 2017 р. порівняно з 2006, дає змогу порівняння відповідей на запитання «Якою мовою Ви звичайно звертаєтесь до продавців у магазинах? І якою вам звичайно відповідають?» (рис. 2), проте, як зазначено вище, поряд із варіантами відповіді «переважно українською», «українською і російською», «переважно російською», «важко відповісти» в опитуванні INTAS 2006 р. був також варіант «суржиком». Для коректного порівняння даних потрібні ідентичні шкали відповідей, тому вважаємо за необхідне групу респондентів, які обрали варіант відповіді «суржиком», зарахувати до групи, представники якої звичайно звертаються до продавців у магазинах «переважно українською», оскільки суржик є різновидом змішаного мовлення і, як правило, виникає на українськомовній основі, й саме носії

української мови найчастіше послуговуються ним. Натомість мовці, які спілкуються «українською і російською», зазвичай досить чітко розрізняють ці мовні системи й не змішують їхні елементи.

Показник кількості людей, які звертаються переважно українською до продавців, збільшився з 37,9 % у 2006 р. до 45,7 % у 2017 р., тобто на 7,8 %, водночас кількість переважно російськомовних звернень зменшилася з 44,8 % у 2006 р. до 33,7 % у 2017 р., тобто на 11,1 %. Також збільшилася група двомовних покупців (з 16,6 % до 20 %) та двомовних продавців (з 25,7 % до 33,6 %).

Загалом результати виглядають досить оптимістично з огляду на збільшення кількості українськомовних звернень, проте потрібно враховувати, що на цьогорічні результати вплинула відсутність в опитуванні окупованої частини Донбасу та АР Крим, де в усіх сферах життя домінантною є російська мова.

Під час опитування INTAS 2006 р. респондентам пропонували відповісти на запитання: «Як ви вважаєте, наскільки престижна українська мова в закладах сфери послуг (магазинах, кафе тощо)», а також аналогічне запитання, яке стосувалося спілкування російською мовою (табл. 2): 53,2 % респондентів, тобто трохи більше половини опитуваних, відповіли, що послуговуватися українською мовою у закладах торгівлі престижно, а 41,4 % респондентів бачить українську мову в цій сфері як непрестижну. Натомість за престижність російської мови у сфері послуг висловилося 72,3 % опитуваних, а непрестижною її назвав 21 % (показники престижності мови отримуємо, підсумувавши кількість тих, хто відповів «престижно» і «швидше престижно», а непрестижності — відповідей «швидше непрестижно» й «непрестижно», цей підхід застосовано й у поданих далі матеріалах). Отже, на думку респондентів, у закладах торгівлі престиж російської мови був значно вищий за престиж української. Таку ситуацію можемо пояснити існуванням у масовій свідомості українців стереотипу сприйняття української мови як мови села, а російської — як мови бізнесу, мови успіху, високого рівня достатку й відповідно уявлення про вищу платоспроможність російськомовного споживача порівняно з українськомовним. Звідси й орієнтація на російськомовного споживача та обслуговування насамперед російською у двомовних регіонах. Закріпленню такої практики сприяє й «міф про майже суцільну російськомовність України» [11: 67]. Саме тому для виправдання, чому у за-

Таблиця 2. Розподіл відповідей на запитання «Як ви вважаєте, наскільки престижна українська мова/російська мова в закладах сфери послуг (магазинах, кафе тощо)» (2006 р.), %

	Престижно	Швидше престижно	Швидше непрестижно	Непрестижно	ВВ
Українська	27,1	26,1	25,9	15,5	5,4
Російська	29,5	42,8	15,2	5,8	6,6

кладах торгівлі частіше лунає російська мова, звучить відповідь: «Мы разговариваем на языке клиента». Наші спостереження за мовною поведінкою продавців у м. Київ показали, що у столиці саме російська мова здебільшого вживається як мова першого звернення до покупця. А оскільки значна частина покупців є активними білінгвами і може спілкуватися обома мовами, то продавці, звертаючись російською до двомовного клієнта, провокують його продовжити спілкування саме російською. І лише українськомовний покупець із високою мовною стійкістю може вплинути на мовну поведінку продавця, щоб двомовний продавець почав обслуговувати саме українською.

Характерно, що російська мова у масовій свідомості українців була престижнішою за українську саме в закладах сфери послуг, а загалом в Україні показник престижності української мови становив у 2006 р. 73,2 %, російської — 64,7 % (показник визначений шляхом підсумовування відповідей «престижно» та «швидше престижно»). На запитання «На Вашу думку, чи престижно сьогодні в Україні говорити українською/російською?» 45,9 % респондентів відповіли, що говорити українською «престижно» й 27,3 % — «швидше престижно»; говорити російською — 27,1 % дали відповідь «престижно» й 37,6 % — «швидше престижно» [8: 345 — 346] (табл. 3).

Отже, у 2006 р. показник престижності української мови становив 73,2 %, а її непрестижності — 21 %; водночас показник престижності російської мови був 64,7 %, показник непрестижності цієї мови — 26,5 %.

У 2017 р. показник престижності української мови — 74,1 %, показник її непрестижності — 18,9 %; показник престижності російської мови — 29 %, а непрестижності — 37,8 % (табл. 4).

Таблиця 3. Розподіл відповідей на запитання «На Вашу думку, чи престижно сьогодні в Україні говорити українською/російською?» (2006 р.), %

	Престижно	Швидше престижно	Швидше непрестижно	Непрестижно	ВВ
Українською	45,9	27,3	15,0	6,0	5,8
Російською	27,1	37,6	17,7	8,8	8,8

Таблиця 4. Розподіл відповідей на запитання «На Вашу думку, чи престижно сьогодні в Україні говорити українською/російською?» (2017р.), %

	Престижно	Швидше престижно	Швидше непрестижно	Непрестижно	Постановка питання не коректна	ВВ
Українською	51,9	22,2	3,4	15,5	14,1	6,2
Російською	12,2	16,8	24,4	13,4	18,3	14,9

Як показує порівняння даних 2006 та 2017 рр., показники престижності/непрестижності української мови лишилися майже без змін (престижність 73,2 % у 2006 і 74,1 % у 2017, непрестижність 21 % і 18,9 % відповідно). Водночас показники російської мови значно змінилися: престижність знизилася (з 64,7 % до 29 %), непрестижність зросла (з 26,5 % до 37,8 %). На такі низькі показники престижності російської мови у масовій свідомості українців вплинуло кілька факторів. По-перше, опитування не проводилося на окупованих територіях, де російська мова суттєво переважає в усіх сферах суспільного життя, що вказує на її високий престиж на цих територіях. По-друге, ставлення частини суспільства до російської мови змінилося після російської агресії 2014 р., що різні групи респондентів висловили у свій спосіб: частина відверто висловилася про непрестижність російської мови, обравши варіанти відповідей «непрестижно» (13,4 %) або «швидше непрестижно» (24,4 %). Частина опитаних не змогла або не захотіла висловлювати своє ставлення, натомість обрала варіанти «постановка питання не коректна» (18,3 %) та «важко відповісти» (14,9 %), і саме сума цих відповідей — 33,2 % майже відповідає різниці між показниками престижності російської мови 2006 та 2017 р., що становить 35,7 %. Про зміну ставлення частини українців до російської мови свідчать також відповіді на питання: «Після початку протистояння з Росією Ваше ставлення до російської мови»: «погіршилося» — 15,0 %, «значно погіршилося» — 6,0 %. Варто зазначити, що не всі респонденти під час опитування 2017 р. змогли визначитися також із престижністю державної мови, 14,1 % відповіли «постановка питання не коректна», 6,2 % — «важко відповісти», проте це суттєво не змінило оцінку престижності української мови.

На жаль, під час опитування 2017 р. респондентам не ставили запитання щодо престижності/непрестижності вживання мов саме у сфері послуг, проте, як свідчать результати поданого далі порівняння відповідей на запитання «У населеному пункті, де Ви мешкаєте, скільки людей, на Вашу думку, розмовляє українською мовою у закладах сфери послуг (магазинах, кафе тощо)?» (табл. 5), української мови стало значно більше у комунікативному просторі сфери послуг у населеному пункті респондента у 2017 році порівняно з 2006. Можемо припустити, що й престиж української мови в цій сфері підвищився.

Таблиця 5. Розподіл відповідей на запитання «В населеному пункті, де Ви мешкаєте, скільки людей, на Вашу думку, розмовляє українською мовою у закладах сфери послуг (магазинах, кафе тощо)?», %

Рік	Майже ніхто	Значно менше половини	Близько половини	Значно більше половини	Майже всі	Важко відповісти
2006	28,6	18,9	18,5	10,8	22,4	0,8
2017	14,2	20,2	18,4	15,7	29,2	2,2

Розподіл відповідей на останнє запитання демонструє на позитивну динаміку в оцінці вживання української мови у сфері послуг. Кількість тих, хто вважає, що в їхньому населеному пункті «майже всі» послуговуються українською, зросла на 6,8 % у 2017 р., варіант відповіді «майже ніхто» обрало на 14,4 % менше респондентів, ніж у 2006 р.; збільшилася на 4,9 % кількість відповідей «значно більше половини». Майже не змінилася кількість опитуваних, які вважають, що у закладах сфери послуг українську вживає значно менше половини жителів їхнього населеного пункту (18,9→20,2) та близько половини (18,5←18,4 %). Звісно, потрібно враховувати, що респонденти висловлюють свою суб'єктивну думку, власну оцінку мовної поведінки мешканців певного міста чи села, й отримані результати можуть неповною мірою відбивати реальний стан функціонування мови у досліджуваній сфері.

Таке порівняння дає лише загальну картину зміни становища української мови у сфері торгівлі й послуг в Україні за спостереженнями пересічних українців. Точнішими і показовішими є результати опитування за регіонами¹, які засвідчили значні розбіжності в оцінці функціонування української мови у сфері послуг на територіальному рівні (табл. 6), що можна пояснити відмінностями в мовній ситуації та ставленням до мов у різних частинах України.

На Заході України 73,8 % респондентів відповіли, що в магазинах і кафе українською розмовляють «майже всі», 18,2 % вважають, що державною мовою послуговується значно більше половини мешканців населеного пункту, і лише 3,1 % та 3,6 % обрали відповіді «близько половини» та «значно менше половини», «майже ніхто» — 0,6 %. Такий розподіл вказує на повноцінне функціонування української мови у сфері послуг у західному регіоні.

У Центрі розподіл відповідей на запитання «В населеному пункті, де Ви мешкаєте, скільки людей, на Вашу думку, розмовляє українською мовою у закладах сфери послуг (магазинах, кафе тощо)» був такий: «майже всі» — 44,6 %, «значно більше половини» — 24,4 %, «близько половини» — 20,8 %, «значно менше половини» — 7,8 %, «майже ніхто» — 0,6 %. Отже, сферу послуг центрального регіону можна охарактеризувати як двомовну зі суттєвим переважанням української мови.

У Північних областях більшість відповідей зосередилась навколо варіантів, які вказують на двомовний характер комунікативного середови-

¹ Для аналізу використовувався територіальний розподіл країни на 5 регіонів:
Захід: Волинська, Рівненська, Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька, Закарпатська обл.;
Центр: Вінницька, Хмельницька, Кіровоградська, Черкаська, Полтавська обл.;
Північ: Київська, Чернігівська, Житомирська, Сумська область, м. Київ;
Схід: Дніпропетровська, Харківська, Запорізька, Донецька, Луганська обл. (окрім окупованих територій);
Південь: Миколаївська, Одеська, Херсонська обл.; опитування не проводилося в АР Крим та м. Севастополь.

ща сфери послуг: «значно більше половини» 23,6 %, «близько половини» 29,4 %, «значно менше половини» 23,8 %, як українськомовну сферу послуг свого населеного пункту охарактеризувало 12,9 % опитаних (відповідь «майже всі»), варіант «майже ніхто» обрали 7,3 % респондентів.

На Сході найбільшу групу (42,5 %) становлять респонденти, які оцінили мовне середовище свого населеного пункту як повністю російськомовне (відповідь «майже ніхто»), про те, що «значно менше половини» мешканців послуговується українською, зазначило 30,3 % опитаних, 18,4 % респондентів обрали відповідь «близько половини», 4,0 % «значно більше половини» та 2,4 % «майже всі».

Мешканці Півдня відповіли на запитання у такій спосіб: «майже ніхто» — 14,4 %, «значно менше половини» — 43,2 %, «близько половини» — 26,1 %, «значно більше половини» — 8,9 %, «майже всі» — 3,1 %, що вказує на переважання російської мови в комунікативному середовищі сфери послуг населених пунктів цього регіону.

Окремо можемо схарактеризувати мовну ситуацію досліджуваної сфери у столиці України. Варто зазначити, що дані щодо Києва окремо від північного регіону не є статистично достовірними, проте вони окреслюють загальну тенденцію, відмінну від тенденції, яку показують дані північного регіону. У той час як у північних областях сфера послуг двомовна з приблизно однаковим співвідношенням української й російської мов, середовище закладів сфери торгівлі й послуг у столиці України є білінгвальним із переважанням російської мови спілкування. Найбільша група респондентів, а саме 41,1 %, вважає, що українською у закладах сфери

Таблиця 6. Розподіл відповідей на запитання «В населеному пункті, де ви мешкаєте, скільки людей, на Вашу думку, розмовляє українською у закладах сфери послуг (магазинах, кафе тощо)», 2017р., %

Відповідь	Захід	Центр	Північ	Схід	Південь	м. Київ
Майже ніхто	0,6	0,6	7,3	42,5	14,4	11,3
Значно менше половини	3,6	7,8	23,8	30,3	43,2	26,2
Близько половини	3,1	20,8	29,4	18,4	26,1	41,1
Значно більше половини	18,2	24,4	23,6	4,0	8,9	14,2
Майже всі	73,8	44,6	12,9	2,4	3,1	1,4
Важко відповісти	0,6	1,9	2,9	2,4	4,3	5,7

послуг спілкується близько половини мешканців столиці, 26,2 % опитаних дали відповідь «значно менше половини», 14,2 % відповідали «значно більше половини», 11,3 % респондентів вважають сферу послуг Києва майже повністю російськомовною (обрали варіант «майже ніхто») і лише 1,4 % опитаних бачить її як українськомовну (відповіли «майже всі»); 5,7 % респондентів не змогли визначитися з оцінкою.

Отже, здійснений соціолінгвістичний аналіз виявив, що для мовної ситуації у сфері торгівлі, як і для мовної ситуації в Україні загалом, характерний українсько-російський білінгвізм, який має відмінні вияви у різних регіонах, при цьому лише на Заході держави становище української мови відповідає задекларованому в Конституції України. Дослідження засвідчило тенденцію до позитивної динаміки вживання української мови та збільшення рівня двомовності. На результати опитування 2017 р. вплинули суспільно-політичні зміни в Україні: анексія Автономної Республіки Крим та окупація частини Донецької й Луганської областей російською владою спричинили зміну ставлення частини українців до російської мови, як наслідок відбулося зниження престижності російської мови в Україні. Крім того, відсутність в опитуванні даних з окупованих територій, де переважає російськомовне населення, дещо змінила загальну картину функціонування української мови у сфері торгівлі й послуг.

Для з'ясування мовної ситуації у сфері торгівлі й послуг важливе значення мало також використання даних 2006 р., які засвідчили, що за досить високого рівня престижності державної мови серед українців спостережено порівняно низький показник її престижності у сфері торгівлі й послуг. Отже, потрібні заходи для підвищення престижності вживання української мови у цій сфері. Передусім необхідний закон, в якому чітко вказано, що пріоритетною для обслуговування споживачів має бути державна мова, продавці зобов'язані на достатньому рівні володіти українською мовою і саме вона має бути мовою першого звернення до покупця. Українська мова звернення спонукатиме двомовних покупців обрати саме її для спілкування з продавцем, це вплине й на підвищення її престижності в досліджуваній сфері, а високий рівень престижності мови своєю чергою сприятиме ще ширшому її вживанню.

ЛІТЕРАТУРА

1. Брага І. Українсько-російський суржик в соціокомунікативній ситуації ринку. *Мова і суспільство*. 2011. Вип. 2. С. 119 — 126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mis_2011_2_18 (дата звернення: 24.05.2018).
2. Вишняк О.І. Мовна ситуація та статус мов в Україні: динаміка, проблеми, перспективи (соціологічний аналіз). Київ, 2009.
3. Данилевська О.М. Мовна ситуація в загальноосвітніх навчальних закладах України (за результатами соціолінгвістичного дослідження). *Записки з українського мовознавства*. 2017. Вип. 24, Т. 2. С. 28 — 43.
4. Залізник Г.М., Масенко Л.Т. Мовна ситуація Києва: день сьогоднішній та прийдешній. Київ, 2001.
5. Залізник Г.М. Сучасна мовна політика і кияни. *Наукові записки НаУКМА*. Т. 137. Філологічні науки. 2012. С. 20 — 24.

6. Калиновська О. Мовна ситуація в сфері освіти. *Мовна політика та мовна ситуація в Україні: Аналіз і рекомендації*. Київ, 2008. С. 278 — 316.
7. Масенко Л. Мовна ситуація України. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2004. Число 35. URL: http://www.ji.lviv.ua/n35texts/masenko-mov_syt.htm (дата звернення: 24.05.2018).
8. Мовна політика та мовна ситуація в Україні: Аналіз і рекомендації. Юліане Бестерс-Дільгер. Київ, 2008. Додаток 2. С. 344 — 363.
9. Мовна ситуація в Україні: між конфліктом і консенсусом. Голова редкол. О.М. Майборода. Київ, 2008.
10. Руда О. Мовна ситуація в українських засобах масової комунікації в оцінках громадян (за результатами масового опитування). *Мова: класичне — модерне — постмодерне*. 2017. № 3. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/12642> (дата звернення: 24.05.2018).
11. Руда О.Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія. Київ, 2012.
12. Соколова С. Мовна ситуація Києва: погляд зовні. *Українська мова*. 2012. № 4. С. 3 — 17.
13. Трач Н. Мовна політика та мовна ситуація у сфері судочинства та діловодства в Україні. *Мовна політика та мовна ситуація в Україні: Аналіз і рекомендації*. Київ, 2008. С. 278 — 316.
14. Українці підтримують зміцнення позицій української мови, але в багатьох сферах і далі домінує російська. URL: <http://dobrovol.org/article/353/> (дата звернення: 24.05.2018).
15. Черненко Г. Мовна ситуація в Україні: шляхи гармонізації (за результатами експертного опитування). *Українська мова*. 2009. № 2. С. 3 — 13.

REFERENCES

1. Braha, I. (2011). Ukrainian-russian Surzhyk in Socio-communicative situation of the market. *Language and society*, 2, 119 — 126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mis_2011_2_18 (Accessed 24.05.2018).
2. Vyshniak, O. (2009). Linguistic situation and status of languages in Ukraine: dynamics, problems, perspectives (sociological analysis). Kyiv (in Ukr.).
3. Danylevska, O. (2017). Linguistic situation in secondary schools of Ukraine (based on sociolinguistic research). *Opera in linguistica ukrainiana*, 24, Vol. 2. 28 — 43 (in Ukr.).
4. Zaliznyak, H.M., Masenko, L.T. (2001). Language situation in Kyiv: the present day and the future. Kyiv: KM Akademiia (in Ukr.).
5. Zaliznyak, H. (2012). Modern Language Policy and Kyiv Citizens. *Scientific Papers NaUKMA*. Vol. 137. Philological Sciences, 20 — 24 (in Ukr.).
6. Kalynov's'ka, O. (2009). Language Situation in Education. *Besters-Dilger Juliane: Language Policy and Language Situation in Ukraine: Analysis and Recommendations*, 278 — 316, Kyiv (in Ukr.).
7. Masenko, L. (2004). Language Situation of Ukraine. *The Independent cultural journal «І»*, 35. URL: http://www.ji.lviv.ua/n35texts/masenko-mov_syt.htm (Accessed 24.05.2018).
8. Besters-Dilger, Juliane (2008). Language Policy and Language Situation in Ukraine: Analysis and Recommendations. Kyiv (in Ukr.).
9. Maiboroda, O.M. (Ed.) (2008). Language situation in Ukraine: between the conflict and consensus. Kyiv (in Ukr.).
10. Ruda, O. (2017). Linguistic situation of the mass media of Ukraine in the estimations of citizens (according to mass survey). *Language: Classic, Modern, Postmodern*, 3. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/12642> (Accessed 24.05.2018).
11. Ruda, O. (2012). Linguistic Issue as an Object of Manipulative Strategies in the Modern Ukrainian Political Discourse. Kyiv (in Ukr.).
12. Sokolova, S. (2012). Linguistic Situation in Kyiv. A View from the Outside. *Ukrainian Language*, 4, 3 — 17 (in Ukr.).
13. Trach, N. (2008). Language Policy and Language Situation in the Sphere of Legal Proceedings and Office Administration in Ukraine Besters-Dilger Juliane. *Language Policy and Language Situation in Ukraine: Analysis and Recommendations*. Kyiv (in Ukr.).

14. Ukrainians support the strengthening of the Ukrainian language, but the Russian language continues dominating in many areas. URL: <http://dobrovol.org/article/353/> (Accessed 24.05.2018).
15. Chernenko, H. (2009). How to regulate a language situation in Ukraine (on the results of a Delphi method investigation). *Ukrainian Language*, 2, 3 — 13 (in Ukr.).

Статтю отримано 01.06.2018

Maryna Hontar

Institute of Ukrainian Language of National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv

THE LINGUISTIC SITUATION IN THE FIELD OF TRADE AND SERVICES IN UKRAINE

The article analyses the linguistic situation in the field of trade and services in Ukraine based on the sociolinguistic survey held in 2017 throughout the country, except for the occupied territories. In order to analyse the linguistic situation in this area, the questions were selected to the respondents for mass survey related to the linguistic behaviour of the respondent in trade establishments, the respondent's assessment of linguistic situation in the services sector of its residence locality, assessments of the status value/low status of using the Ukrainian language in this area. Changes studied in Ukrainian language behaviour and assessment of the Ukrainian language status in the field of trade and services within a period from 2006 to 2017. 2006 data showed a relatively low level of the state language status value in the field of trade and services with a rather high level of its status value among Ukrainians in general, which indicates the need for measures to increase the status value of using the Ukrainian language in this field. At the same time, the study showed a tendency towards positive dynamics in using the Ukrainian language in the institutions of trade and increase in the bilingualism level. 2017 survey results were influenced by socio-political changes in Ukraine: annexation of the Autonomous Republic of Crimea and occupation of part of the Donetsk and Luhansk regions by the Russian authorities caused changes in the attitude of Ukrainians to the Russian language. This resulted in a decrease of the Russian language status value in Ukraine. In addition, the lack of survey data from the occupied territories, dominated by the Russian-speaking population, somewhat changed the overall presentation of the Ukrainian language functioning in the field of trade and services. Sociolinguistic analysis revealed that the linguistic situation in the area of interest, as well as the linguistic situation in Ukraine in general is characterized by the Ukrainian-Russian bilingualism demonstrated differently in various regions: the field of services is almost entirely Ukrainian in the West, bilingual in the central region with a significant predominance of the Ukrainian language, in the East and South — bilingual with the predominance of the Russian language, in the North — bilingual with approximately the same ratio of the Ukrainian and Russian languages.

Keywords: *sociolinguistics, linguistic situation in the field of trade and services, bilingualism, Ukrainian language, prestige of language.*