

<https://doi.org/10.15407/ukrmova2024.01.060>  
УДК 811.161.2:811.161.1'27:355.01(470:477)

**Л.М. ПІДКУЙМУХА**, кандидат філологічних наук, науковий співробітник  
Інститут славістики Гіссенського університету імені Юстуса Лібіга  
вул. Отто Бехагеля, 10Д, 35394, Гіссен, Німеччина  
E-mail: Liudmyla.Pidkuimukha@slavistik.uni-giessen.de  
<https://orcid.org/0000-0003-2017-1213>

## УКРАЇНСЬКА МОВА В БІЗНЕСОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ПІСЛЯ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РОСІЇ В УКРАЇНУ

---

*У статті з'ясовано стан і статус української та російської мов у бізнес-середовищі після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Визначено основні причини переходу на українську підприємців і керівного менеджменту компаній, їхнє ставлення до української та російської мов, схарактеризовано роль української мови у веденні бізнесу, накреслено перспективи її розвитку.*

**Ключові слова:** мовна ситуація, мовна поведінка, українська мова, російська мова, мовний зсув.

Повномасштабне вторгнення російських військ в Україну 24 лютого 2022 року спровокувало зміни мовної ситуації в Україні, а також змінило ставлення громадян до мов: «українську мову активніше почали сприймати як символ єднання нації, як запоруку національної безпеки тощо, а російську — як символ агресії, як мову ворога» (Соколова, 2023б, с. 10). Оскільки війна політизувала мовний вибір, «більше людей почало брати участь у визначенні того, наскільки мова має значення, як у своєму особистому виборі, так і в активних діях, спрямованих на формування вибору решти суспільства» (Віланіук, 2016, с. 154).

Проаналізувавши мовну поведінку українців під час російсько-української війни (2014 р. — дотепер), І.Є. Ренчка зазначила, що в умовах збройного конфлікту «мова постала засобом збереження власної ідентич-

---

Цитування: Підкуймуха Л.М. (2024). Українська мова в бізнесовому середовищі після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. *Українська мова*, 1(89), 60–76  
<https://doi.org/10.15407/ukrmova2024.01.060>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2024. Статтю опубліковано на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

ності та маркером “свій — чужий”» (Ренчка, 2020, с. 88). Саме тому багато українців почали активніше переходити на українську, частіше використовувати її в повсякденному спілкуванні, спростовувати важливість російської мови, у такий спосіб дистанціюючись від Росії та її ідеології, про що свідчать соціологічні опитування (Рейтинг, 23.08.2022; Кулик, 2023).

За даними соціологічного дослідження Дня Незалежності «Уявлення про патріотизм та майбутнє України», що його провела група «Рейтинг» 16—20 серпня 2023 р., 59 % респондентів від загальної кількості учасників опитування з різних регіонів України спілкуються українською, 9 % — російською проти 12 % у лютому 2023 р., 31 % — обома. На 3 % (з 28 до 31 %) збільшилася частка тих, хто перейшов із категорії російськомовних у категорію білінгвів. Рідною вважають українську 82 % громадян, натомість російську визнали рідною 16 % (Рейтинг, 24.08.2023). Дослідники зазначають, що ті мовці, які змінили свій код на українську, активно долучаються до зміни й лінгвістичного ландшафту в Україні, а також розширюють використання української мови в соціальних і культурних сферах, де раніше домінувала російська (Crosby & Sereda, 2018; Масенко, 2023). І хоч, на думку С.О. Соколової, проблему потенційного мовного конфлікту не можна недооцінювати, нині «складається дуже сприятлива ситуація для зміцнення позицій української мови як державної» (Соколова, 2023а, с. 16). Крім того, збільшення вжитку української та функціонування її як мови опору позбавило російську традиційної ролі мови влади та бізнесу (Kulyk, 2022, с. 248).

За даними аналітиків сервісу «Work.ua», у жовтні 2022 р. бізнес почав використовувати українську мову в 6 разів частіше, ніж російську. Це означає, що 84 % вакансій роботодавці подали державною мовою і тільки 13 % — російською. У жовтні 2023 р. частка вакансій українською мовою збільшилася до 95 %, тоді як частка вакансій, написаних російською, зменшилася до 3 % (Баранівська, 2023).

Із початку повномасштабної війни вживання української в цій сфері зросло на 30 %, а російської скоротилося втричі. Проте 2015 р. ситуація була цілком протилежною: українську мову використовували 16 %, а російську — майже 80 %. Найбільш «українізованим» є великий бізнес: 96 % його представників розміщують на сайті вакансії українською мовою, тоді як малий бізнес використовує її в 77 % своїх оголошень (Work.ua, 09.11.2022).

Щодо показників за віком та регіонами, то українською частіше послуговуються шукачі роботи віком 16—25 рр. і 40—44 рр. — відповідно 68 % і 69 %. Натомість кандидати 55+ воліють використовувати російську для оформлення своїх резюме (там само).

Українську широко вживають і далі в оголошеннях у Львові (98 %) та Києві (86 %) (2022 р. відповідно 97 % і 88 %). Динаміку зростання українськомовних вакансій демонструють Дніпро (92 %) і Харків (91 %), де частка оголошень про роботу українською збільшилася на третину порівняно із жовтнем 2022 р. (Баранівська, 2023).

Мета статті — дослідити ситуацію мовного зсуву (language shift) з російської на українську в бізнес-середовищі після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Ця мета передбачає виконання таких завдань: окреслити зміни у використанні мов в українському бізнесі після 24 лютого 2022 р.; схарактеризувати мовну поведінку і перемикавання мовних кодів підприємців і керівного менеджменту компаній; визначити ставлення до російської мови і її сприйняття в бізнес-середовищі.

Попри те, що науковці вже частково вивчили зміни мовних ситуацій, поведінки та настроїв громадян після 24 лютого 2022 р., а також проаналізували український та російський коди в межах дихотомії «свій — чужий» (Кулик, 2022; Кулик, 2023; Соколова 2023а, 2023б; Сютя, 2023 та ін.), аналіз мовного зсуву в бізнес-середовищі є відносно новим.

У цьому дослідженні застосовано дискурс-аналіз, де дискурс схарактеризовано як соціолінгвістичну структуру, що має відповідати мовній, комунікативній та соціальній ситуаціям. «Дискурс — зазначав Г.Г. Почепцов, — це мовна дійсність, яку покладено на соціальні координати» (Почепцов, 1999, с. 99). У статті використано соціологічний і соціокогнітивний підходи до аналізу дискурсу, де увагу зосереджено на лінгвістичних явищах, зокрема ситуації мовного зсуву, що зумовлені соціокультурними й темпоральними факторами. Т. ван Дейк стверджував, що немає прямої або лінійної відповідності між структурами дискурсу та соціальними структурами, але дискурси функціують через когнітивний інтерфейс: «ментальні уявлення користувачів мови як індивідів і як членів суспільства» (van Dijk, 2015, р. 64). Мета соціокогнітивного підходу в дискурс-аналізі полягає у (1) відстежуванні та відображенні мережі знань, вірувань, упереджень і ставлень, що їх прямо чи опосередковано операціоналізують та спричиняють особи під час створення та інтерпретації дискурсу, та (2) поясненні, як цей когнітивний апарат визначає дискурс-структури та їх інтерпретації в конкретній комунікативній ситуації (Gyollai, 2022, р. 540). Застосування соціокогнітивного підходу вможливує проаналізувати, чому підприємці змінюють свій мовний код і як цей вибір залежить від екстралінгвальних чинників.

Джерельною базою дослідження слугували історії українських підприємців і топменеджменту компаній, у яких представлено зміну мовного коду й досвід переходу на українську після повномасштабного вторгнення Росії. Матеріал зібрано із соціальних мереж «Твітер», «Фейсбук», «Телеграм», а також з інтерв'ю, що виходили або друком, або на ютуб-каналах. У проаналізованих фрагментах порушено питання, що стосуються вибору мови й мовних практик у бізнес-середовищі, його ставлення до української та російської мов та їхніх функцій під час війни.

## **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

У 2022 р. змінився вектор мовно-культурного розвитку в Україні, що заторкнуло і бізнес-середовище, де українська посіла визначальні позиції. З одного боку, такий перехід був зумовлений повномасштабною війною, що її розв'язала Росія проти України, а з іншого, — цьому сприяли норми Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», які набули чинності 16 липня 2022 р. Зокрема, у ч. 6 ст. 27 визначено, що «інтернет-представництва (в тому числі веб-сайти, веб-сторінки в соціальних мережах) органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій державної і комунальної форм власності, засобів масової інформації, зареєстрованих в Україні, а також суб'єктів господарювання, що реалізують товари і послуги в Україні та зареєстровані в Україні, виконуються державною мовою. Поряд з версією інтернет-представництв (у тому числі веб-сайтів, веб-сторінок у соціальних мережах), виконаних державною мовою, можуть існувати версії іншими мовами. Версія інтернет-представництва державною мовою повинна мати не менше за обсягом та змістом інформації, ніж іншомовні версії, та завантажуватись за замовчуванням для користувачів в Україні» (далі — Закон про мову) (Закон, 25.04.2019).

Власники та керівники компаній у своїх інтерв'ю також наголошували на важливості Закону про мову для розвитку українського бізнесу. Генеральний директор компанії «EVO» Микола Палієнко зазначав, що вдалося перевести службу підтримки користувачів цілковито на українську незалежно від того, якою мовою надійшов запит чи дзвінок. На його думку, саме Закон про мову вможливив таку поведінку, яка не спричинює жодних проблем чи непорозумінь (Палієнко, 2022). Крім того, він додав, що російську мову усунули з корпоративного сайту «Evo.company» і замінили її на англійську.

І хоч згідно із цим законом не обов'язково вилучати російську мову з вебсайтів чи застосунків, а тільки робити українську основною за замовчуванням, така практика стала звичною після повномасштабного вторгнення. Наприклад, такі фінансові установи, як «ПриватБанк», «Ощадбанк», «Укргазбанк» і «Monobank», усунули російську зі своїх офіційних сторінок і додатків. Директор з маркетингу «Ощадбанку» Сергій Грабчак розповів, що від початку для нового сайту передбачали тільки українську та англійську версії, а російську взагалі не планували розробляти. Однак у перші дні великої війни таки зробили російську версію, додавши відому згадку про російський корабель і напрямок його руху. Він повідомив також, що «клієнти та громадськість оцінили це позитивно» (цит. за Іванова, 2023). Проте нині з вебсторінки цієї фінустанови вже вилучили російську версію, залишивши, як і планували, тільки українську й англійську. У мобільному застосунку «Ощадбанку» російську замінили її альтернативою — «файною мовою», що охопила понад сто звичних лексичних одиниць — діалектизмів, фразеологізмів та найпопулярніших приказок:

*літопис, скарби, тло та платило* (Ощадбанк, 12.10.2022). «Тепер платимо не за мобільний зв'язок, а за теревені. Не історія операцій, а літопис. Не інше, а всячина», — зазначив Сергій Грабчак (цит. за Іванова, 2023).

Вилучили російську мову і з мобільного застосунку «Монобанк», про що свого часу повідомив Олег Гороховський, співзасновник банку, у телеграмі: «Ми дуже хочемо, щоб ті наші клієнти, які сьогодні вибрали мовою застосунку «російська», а їх 838 291 людина (24.02 було 1,19 млн це — 30 %), поставилися із розумінням до цього рішення і так само, як і ми, почали частіше спілкуватися державною мовою» (Telegram, 13.09.2022). Крім того, цей банк провів мовний експеримент: у компанії відібрали тисячу звернень клієнтів російською мовою і запитали, чи вони не проти обслуговування українською. 96,3 % опитаних відповіли, що це взагалі не проблема. «Отже, відповідь російською мовою в підтримці «Монобанку», — зробив висновок Олег Гороховський, — тепер доступна тільки в разі наполегливого прохання клієнта і на розсуд оператора» (там само, 12.10.2022).

22 червня 2023 р. цілком відмовився від російської мови і банк «ПУМБ» на всіх сервісах — офіційному сайті, у мобільному застосунку, банкоматах і терміналах. За повідомленням пресслужби, останні дослідження продемонстрували, що майже 70 % клієнтів підтримують від'єднання російського інтерфейсу (ПУМБ, 22.06.2023). Щоб посприяти перемиканню на українську мову працівників установи і клієнтів, полегшити їх перехід на фінансову українську, було ініційовано програму «БезуМОВНОЇ підтримки», яка діє у відділеннях «ПУМБ» та в однойменному чат-боті<sup>1</sup>: «Бот підкаже переклад, вимову і значення фінансових термінів, підбадьорить та змотивує переходити на українську в повсякденному житті. Спілкуватиметься з користувачами український символ — «Соловейко», що його створила українська ілюстраторка Sandra Ruth» (там само). Працює мовна програма й у відділеннях банку, де клієнти можуть звернутися до консультанта «БезуМОВНОЇ підтримки» з будь-яких лінгвістичних питань, що постають під час обслуговування. Із червня до вересня 2023 р. у програмі взяло участь понад 11 мільйонів осіб, більше ніж 25 тисяч скористалося чат-ботом, понад 7 мільйонів переглядів зібрали випуски шоу в YouTube (ПУМБ, 12.09.2023). Такі позитивні результати й показники спонукали банк «ПУМБ» продовжити програму ще на один сезон, оновивши формат чат-бота і додавши активностей, тому вдосконалена «БезуМОВНА підтримка 2.0» й надалі виконуватиме свою функцію — «підтримувати всіх, хто хоче заглибитися у вивчення української мови, культури та традицій» (там само).

Не тільки державні установи, а й приватні компанії відмовляються від російської мови на своїх ресурсах. У вересні 2022 р. українська міжнародна група логістичних компаній «Нова пошта» повідомила про це

---

<sup>1</sup> Покликання на чат-бот — [https://t.me/bezumovnapidtrymka\\_bot](https://t.me/bezumovnapidtrymka_bot) (дата звернення: 10.11.2023).

рішення у своєму твітері: «Російська мова в цифрових сервісах Нової пошти більше недоступна. Компанія повністю перейшла на державну українську мову, обравши її як єдину можливу для спілкування у вільній та незалежній Україні. Це прояв нашої підтримки та віри в суверенність нашої країни» (НП, 16.09.2022).

Така сама мотивація була й у менеджменту «Work.ua», коли він вирішив позбутися російськомовного інтерфейсу в додатку. Артур Міхно, керівник цього ресурсу, у коментарях зазначив, що «використання російської мови небезпечне для майбутнього країни. Бо мова — один з ключових інструментів колонізаторства. І чому принаймні компанії точно мають переходити на українську, бо це буде збільшувати ефективність і зменшувати конфлікти і репутаційні втрати» (Work.ua, 24.10.2022). Менеджмент сайту «Work.ua» російську мову визначив як таку, що «загрожує незалежності України і продовжує вбивати й ослаблювати нас і нашу країну, і наші бізнеси» (там само, 26.10.2022). І саме тому варто звести додатковий мовно-культурний кордон, аби «не залишитися під впливом ідей ворога» (там само, 24.10.2022). Як зазначав політолог В. Кулик, українська мова стала виявом протесту, тому люди вживають її не тільки в ситуаціях, де цього вимагає закон, а й тоді, коли мають вільний вибір. Досі переважно обирали російську, тепер її ж відкидають як мову ворога (Кулик, 2022, с. 248). Цю думку підтримує і Ярина Ключковська, українська медіатренерка, у своєму пості у фейсбуці від 4 липня 2023 р., де описує, як учасників Ukrainian Marketing Forum роздратував виступ одного зі спікерів російською: люди «обурювались у чаті, ображались і рятувались звуконепроникними навушниками» (Facebook, 04.07.2023). До повномасштабного вторгнення таку ситуацію складно було б уявити чи змодельовати. Із цього приводу Ярина Ключковська зазначила: «Ще кілька років тому вся маркетингова тусовка була російськомовна. Переважна кількість виступів були російською. Події, відповідно, теж були зазвичай російськомовні. Спікери з Росії збирали зали й аплодисменти. Я завжди чулася трохи чужою на тих подіях, де люди використовували українську в рекламі тому, що вимагав закон, а не тому, що вимагало серце. А зараз український маркетинг спілкується українською: на сцені та в холі, у виступах і Телеграм-чаті, у своїх кампаніях та комунікаціях» (там само).

Деякі компанії діють в інший спосіб: вони не вилучають російської мови зі свого інтерфейсу, проте закликають переходити на українську. Таку стратегію обрала маркетингова агенція «Liverage», яка розмістила у правому верхньому куті свого сайту повідомлення: «Переходьте на українську — це важливо! Чому ми так вважаємо? Звернення SEO Liverage». У компанії ідея «українською — завжди більше» стала пріоритетною: «останні кейси, відгуки та новини компанії публікують лише українською мовою; усі майбутні маркетингові матеріали, відео, гайди та чек-листи виходитимуть тільки українською та англійською; блоги та соціальні мережі також перевели на українську мову» (Щербачов, 2022). Команда інформаційної платформи «СorgIT.xyz» продемонструвала таку

саму поведінку й вирішила створювати український контент, оскільки визнала це надзвичайно важливим під час гібридної російсько-української війни, про що зазначено на їхньому сайті: «Супротив росії треба чинити на всіх фронтах. Тому зараз важливо підтримувати українську культуру, українську мову, український контент і максимально наповнювати свій інформаційний простір українською. Один зі злочинів росії — це знецінення української культури і мови та прирівнювання їх до російської» (СогІТ, 2022).

Окрім того, що матеріали публікують тільки українською мовою, українськоцентричним є і контент, про що свідчать заголовки: ТОП 8 українських серіалів на Netflix, ТОП 5 нових українських фільмів на Netflix, ТОП 10 сучасних українських серіалів, які варто подивитись, ТОП 10 українських фільмів 2023, які очікуються в цьому році, ТОП 10 застосунків для вдосконалення української мови, ТОП 10 українських додатків в App Store, 10 українських додатків для формування корисних звичок та інші (ТОП 10).

Тоді як більшість компаній почали відмовлятися від російських версій сайтів чи застосунків тільки після початку великої війни Росії проти України, деякі гравці ринку дійшли до цього значно раніше. Наприклад, ІТ-компанія «Activelex», що входить до трійки найкращих юридичних компаній, не використовувала російської мови взагалі. Юлія Іванова, директорка з маркетингу цієї компанії, зокрема, повідомила: «2017 року, коли ми тільки-но почали роботу, жодної скарги на відсутність російської мови на нашому корпоративному сайті чи онлайн-платформі Lex не було. Можливо, це особливість аудиторії наших продуктів. Але з огляду на те, що ми в трійці лідерів на ринку України, це точно не було бар'єром для нашого зростання» (цит. за Іванова, 2023).

Свою стійкість, і не тільки мовну, демонструють компанії і в царині ведення бізнесу. У серпні 2023 р. ресурс «Work.ua» продовжив послідовну політику проти колонізаторської Росії та її жорстокої війни проти українців, оголосивши, що відмовляється від співпраці з компаніями, які не вийшли з російського ринку: «Перемога виборюється не тільки на полі бою. Перемога формується в кожному з нас на рівні цінностей, чеснот і наших дій. Давайте вкотре своїми діями доведемо, що людина, життя, свобода та гідність є найвищою цінністю. Не гроші. А компаніям, що готові заради грошей нести світові смерть, не має бути місця ані серед нас, ані у світі» (Work.ua, 10.08.2023).

Свій вибір на користь української мови зробили і друковані видання, зокрема економічні. Улітку 2021 р. популярний тижневик «НВ» почав виходити тільки українською. Це був своєрідний виклик, оскільки раніше журнал друкували лише російською. Суспільство схвально сприйняло таке рішення: привітання надходили від представників ЗМІ і високопосадовців. Ба більше, 80 % передплатників підтвердили, що й далі купуватимуть журнал попри зміну мови (Шур, 2021). Повномасштабне вторгнення Росії спонукало і журнал «Forbes Україна», який із квітня 2020 р.

до березня 2022 р. виходив українською та російською, перейти тільки на українськомовну версію. Це стало своєрідною відповіддю редакції на жорстоку війну, адже згідно з положеннями Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» друковані засоби масової інформації можна видавати не державною мовою, але за умови, що видання державною виходить у світ одночасно з відповідним виданням іноземною мовою (ст. 25) (Закон, 25.04.2019). О.М. Авраменко відзначив високий попит на вивчення української: «Суспільство навіть в умовах війни вкладає чималі матеріальні ресурси в українську мову. Зросли замовлення майстер-класів, вебінарів і курсів — великі корпорації-монстри хочуть, щоб їхні колективи вивчали українську. Бізнес — це економіка, що рухає країну й інвестує в мову» (цит. за Крикуненко, 2023). Оскільки попит породжує пропозицію, на ринку з'явилися мовні курси саме з ділової української. Один із них за підтримки Європейського Союзу розробили спільно команда платформи «Є-мова» і Українська фундація розвитку. Курс «Бізнес говорить українською» поставив за мету допомогти слухачам і слухачкам засвоїти українську бізнесову мову, зокрема основну лексику й термінологію, опанувати граматику і поліпшити комунікативні навички з української в бізнес-середовищі (Є-Мова, 13.05.2023). Комплексні програми навчання української розробила і компанія з надання консалтингових послуг «Golden Staff», яка, подібно до «Work.ua», розірвала всі зв'язки з російськими партнерами та сторонами, що підтримують війну в Україні. Для вивчення та вдосконалення навичок ділової української пропонують розмовну, писемну та універсальну програми, а також більш специфічні програми «Легітна українізація спілкування в компанії» та «Багатство української мови».

Ініціатором ще однієї такої програми став Андрій Ковальов, учасник робочої групи зі створення Концепції ствердження української мови в усіх сферах життя столиці 2023—2025. Разом із мережею «Creative States», що організовує сучасні офіси-коворкінги, йому вдалося започаткувати проєкт «Українська мова для бізнесу», у межах якого сформовано можливості функціонування розмовних клубів, практикумів ділового мовлення, передбачено виступи бізнесменів та педагогів щодо переходу на українську, подолання психологічних бар'єрів тощо (Facebook, 08.05.2023).

Ще однією особливістю сьогодні є те, що бізнес популяризує українську мову і спонукає до спілкування нею. Одним із найяскравіших прикладів є проєкт «МОЇ» Guzema Fine Jewelry. З одного боку, це колекція золотих прикрас із викарбуваною літерою «Ї», що є особливістю української мови і стала символом спротиву на тимчасово окупованих росіянами територіях, де підпільники малюють її на стовпах, парканах, монументах, тротуарах в очікуванні визволення, а з іншого, — «МОЇ» — це відеопроект, який створено, щоб продемонструвати виняткове значення української мови для націтворення. Упродовж кількох місяців представники культури, літератури, громадські діячі та активісти розповідали свої історії про важливість мови в їхньому житті. До проєкту долучилися Оксана Забужко, Сергій Жадан,



Богдана Неборак, Іван Малкович, Катерина Бабкіна, Сашко Маслов, Юрій Андрухович, Джамала, ONUKA, Анатолій Сачівко, Олег Скрипка, Наріман Алієв, Наталка Ворожбит, Любов Якимчук, Віра Агеєва, Софія Андрухович, Марія Квітка, Вадим Кириленко, Микита Рибаків, Гамлет Зінківський, Богдан Логвиненко, Ірена Карпа, Ольга Руднева та Олександра Матвійчук. Цим проектом, за визначенням засновниці бренду Валерії Гуземи, команда прагне «надихнути аудиторію, зародити щире бажання та глибокий намір повернутися до української» (Vogue, 27.08.2023). За особистими історіями кожного героя чи героїні проекту — довгий і складний шлях української мови, історія народу й культурне становлення нації.

Одна з найбільших інвестиційних компаній України «Dragon Capital» у січні 2022 р. відмовилася від російськомовної версії сайту. Проте після повномасштабного вторгнення українізація компанії посилилася. Головний виконавчий директор «Dragon Capital» Томаш Фіала, з походження чех, почав використовувати українську не тільки під час публічних виступів, а й спілкуватися нею в офісі зі співробітниками. Його колеги відзначають, що це насправду захоплює та надихає (цит. за Іванова, 2023).

Наталія Ємченко, директор з комунікацій «System Capital Management», вважає, що її досвід переходу на українську може спонукати інших, оскільки вона публічна людина (цит. за Карманська, 2022). Цікаво, що вона ставила собі за мету перейти на українську в публічній площині ще з грудня 2020 р., проте повномасштабне вторгнення Росії утвердило її думку і спонукало до використання української не лише в публічному просторі, але й у спілкуванні з друзями та рідними. На її думку, імперська експансійна стратегія Росії спрямована на те, аби зробити українців заручниками однієї мови: «Росія не просто поширює російську мову, вона використовує її як зброю [...] І щоразу, коли ми опиняємося в залежності від російської мови, ми підсилюємо Росію і ми озброюємо певним чином Росію» (Ємченко, 29.07.2023). Саме тому стійка мовна позиція і проукраїнська мовна поведінка можуть стати одними з перших кроків до деколонізації та деокупації української культури та історії.

Часто директори підприємств і власники бізнесів хочуть бути прикладом для наслідування, тому першими переходять на українську, щоб спонукати до цього й інших працівників. Такий підхід мотивував до спілкування українською генерального директора ІТ-компанії «EVO» Миколу Палієнка, який усвідомив, що «для сталого розвитку України треба якомога сильніше збільшити вживання української», і вирішив розпочати із себе. «За тиждень, коли всі на роботі звикли, що я пишу і говорю українською, 10—20 % моєї топкоманди також перейшли на українську, без будь-яких розмов та вказівок», — зазначив Микола Палієнко (Палієнко, 2022). До того ж він і тепер демонструє мовну стійкість і не переходить на мову співрозмовника, якщо той послуговується російською.

Підприємці часто діляться своїм досвідом перемикання з російської на українську: з якими труднощами стикалися, що допомагало не зійти з пів шляху, як зробити перехід найбільш комфортним тощо. Наприк-

лад, Олег Гороховський, співзасновник банку «Monobank», вважає, що людям варто залишити зону комфорту, забути всі відмовки на кшталт «а мені так зручніше», «а я так звик чи звикла» тощо, інакше ніколи не заговорите українською. Після повномасштабного вторгнення підприємець вирішив повністю перейти на українську, оскільки «російська мова асоціюється з тими, хто вбиває, гвалтує, грабує, і тими, хто вважає, що “не всё так однозначно”». Натомість українська є мовою сміливих і вільних людей (Telegram, 13.09.2022).

Для Савви Лібкіна, власника ресторанної корпорації «Савва Лібкін» («Дача», «Компот», «Тавернетта»), 24 лютого 2022 р. стало переломним моментом, коли він вирішив перейти на українську: «Я і сам до 24 лютого говорив у публічному просторі російською. Весь цей час активно вивчаю українську. Допомогає у вивченні дружина. У компанії всі говорять українською, що теж стимулює. У публічному просторі зараз усі без винятку спілкуються українською» (цит. за Фещенко, 2022). На відміну від Савви Лібкіна, В'ячеслав Клімов, співзасновник компанії «Нова пошта», чітко не формулював свого наміру перейти на українську: «Це сталося якимось природно: ми почали максимально спілкуватися українською, особливо з зовнішнім світом» (YouTube, 23.11.2022). Підприємець наголосив, що мова спілкування в родині також має значення. Оскільки його діти та дружина так само вирішили перемкнутися з російської на українську, то йому легше вдосконалювати свої навички. А українську дедалі частіше сприймають як «цеглинку в розбудові нації» і мову прийдешніх поколінь, мову майбутнього.

Заступник виконавчого директора МВФ Владислав Рашкован переконаний, що його діти повинні говорити українською, хоч і знають російську, а українська мова має стати ще однією ланкою, яка об'єднає націю (цит. за Карманська, 2022).

Підприємці також вважають мову захистом чи фільтром від інформаційних атак та інструментом опору ворожій пропаганді. Наприклад, Владислав Чечоткін, співзасновник та співвласник інтернет-магазину та маркетплейсу «Rozetka.ua», наголошує: «Наразі я ставлюся до української як до рову з крокодилами навколо замку. Мова слугує клеєм для всіх імперій, і зміна мови спілкування відразу буде бар'єри в усіх сферах» (цит. за Фещенко, 2022).

Дехто з бізнесменів та бізнесвумен ще раніше перейшли на українську в публічній площині. Зокрема, Валерія Гузема, яка родом із Кіровоградщини, хоч і виросла в Чернігові, у дитинстві спілкувалася російською, а цілком рідною українська стала для неї тільки останні п'ять років. Ще до повномасштабної війни вона почала спілкуватися в соцмережах українською, перехід до якої був усвідомленим кроком: «Я відчуваю, наскільки інакше звучить мій голос українською. Мій тембр стає більш ніжним, більш жіночним» (Vogue, 27.08.2023).

Всеволод Кожемяко, який працював в аграрному бізнесі, а потім став командиром добровольчого загону «Хартія», почав переходити на

українську ще 2014 р. Однак його рішення утвердили повномасштабна війна та участь у бойових діях, оскільки українська мова ускладнює роботу російських військ на передовій: «Якщо ти розмовляєш з ворогом різними мовами, то його легше вбити», — переконаний Всеволод Кожемяко (цит. за Карманська, 2022). Підприємець зазначав, що спочатку батальйон підпорядковувався міністерському наказу говорити українською по каналах зв'язку, а згодом перейшов на українську за власним бажанням, оскільки мова є невід'ємною частиною історії та культури (там само). До того ж російська мова, на думку Кожемяко, — це своєрідна зброя, засіб легітимізації війни проти України: «Путін каже, що захищає російськомовних, але якщо їх не буде, йому й захищати не буде кого» (цит. за Крикуненко, 2023).

Ще 2014 р. на українську мову вирішив перейти також і Олексій Вадатурський, відомий український бізнесмен, засновник найбільшої в Україні зернової логістичної компанії «Нібулон», який загинув у своєму будинку на Миколаївщині від російської ракети. Він відкрито підтримував Революцію Гідності, засудив російську анексію Криму та визнання Російською Федерацією псевдореферендумів на Донбасі. «У нашій країні, у моєму рідному Миколаєві не повинно бути жодних проявів сепаратизму. Той, хто закликає до розколу країни, — ворог», — заявив Олексій Вадатурський. В інтерв'ю виданню «Forbes» він наголосив: «Я — Герой України, як я можу розмовляти мовою агресора?» (Шаповал & Каціло, 2022).

Російську як мову окупанта й агресора визнав голова наглядової ради «Холдингу емоцій “!FEST”» Андрій Чудо. Він переконаний, що російськомовні мали б змінити свій код, якщо мова стала хоч якимось аргументом для початку війни. На противагу цій тезі Дмитро Кримський, співзасновник компанії «Wine Bureau» (магазини «Good Wine», «Bad Boy», «food hall»), вважає, що вибір мови має бути вільним, свідомим і без примусу. На його думку, українська повинна стати брендом, який потрібно постійно вдосконалювати. Однак обидва бізнесмени зішлись на тому, що українська мова — визначальна в державотворенні та формуванні ідентичності (цит. за Фещенко, 2022).

Отже, після повномасштабного вторгнення Росії в Україну на українську мову перейшло багато підприємств, фінансових структур, а також чимало очільників компаній та власників бізнесів. З одного боку, цьому посприяв Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», відповідно до якого українська стала мовою послуг і має з'являтися за замовчуванням на вебсайтах, з іншого, — велика війна спонукала громадян змінити своє ставлення до російської мови. Нині її сприймають не як мову бізнесу й культури, що було донедавна, а як мову окупанта й агресора.

Війна змінила й мовну поведінку українців, а також їхнє ставлення до державної мови. Проаналізований матеріал засвідчив, що найчастіше її вважають об'єднавчою ланкою для зміцнення народу, цеглинкою в розбудові нації, невід'ємною частиною історії та культури, мовою сміливих

і вільних людей. Підприємці та генеральні директори майбутнє своїх компаній убачають в українськомовному просторі, адже українська здатна зі своїм лексичним багатством обслуговувати всі сфери діяльності. Для тих, хто перейшов на українську мову в побуті, вона стала визначальним чинником вираження ідентичності, а також важливим елементом згуртування колективу компанії.

Перспективу подальшого дослідження цієї проблеми вбачаємо в організуванні глибинних інтерв'ю з українськими власниками бізнесів і топменеджментом компаній, щоб зрозуміти, як перехід на українську та вилучення російської з вебсторінок і мобільних застосунків вплинули на розвиток бізнесу і як змінилася мовна ситуація всередині компаній. Отримані результати можна використати для аналізу зв'язків між мовною ситуацією та управлінням бізнесом, мовною поведінкою та ідентичністю в умовах війни.

#### УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

**Є-Мова, 13.05.2023** — *Є-Мова*. (2023). Бізнес говорить українською. <http://surl.li/mamwd> (дата звернення: 25.07.2023).

**Закон, 25.04.2019** — Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». (2019). *Відомості Верховної Ради*. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 10.09.2023).

**НП, 16.09.2022** — Нова пошта. (2022). *Twitter*. <http://surl.li/owtbg> (дата звернення: 01.09.2023).

**Ощадбанк, 12.10.2022** — У мобільному додатку Ощадбанку додалась нова файна мова. (2022). *Ощадбанк*. <http://surl.li/owtdp> (дата звернення: 09.06.2023).

**ПУМБ, 22.06.2023** — Переходь на українську легко: ПУМБ ініціює програму БезуМОВНОЇ підтримки для всіх українців. (2023). *ПУМБ*. <http://surl.li/owthl> (дата звернення: 29.07.2023).

**ПУМБ, 12.09.2023** — ПУМБ розпочинає новий сезон програми «БезуМОВНА підтримка 2.0». (2023). *ПУМБ*. <http://surl.li/owtle> (дата звернення: 12.09.2023).

**Рейтинг, 23.08.2022** — Сімнадцяте загальнонаціональне опитування: ідентичність, патріотизм, цінності (17—18 серпня 2022). (2022). *Соціологічна група «Рейтинг»*. <http://surl.li/dkrki> (дата звернення: 18.08.2023).

**Рейтинг, 24.08.2023** — Соціологічне дослідження до Дня Незалежності: уявлення про патріотизм та майбутнє України (16—20 серпня 2023). (2023). *Соціологічна група «Рейтинг»*. <http://surl.li/kjmzh> (дата звернення: 28.08.2023).

**СК, 30.08.2022** — «Відкату назад вже не буде»: мовознавиця Лариса Масенко про відродження української мови після російського колоніалізму. (2022). *Суспільне. Культура*. <http://surl.li/owtyn> (дата звернення: 09.07.2023).

**ТОП 10** — ТОП 10. *CorgIT.xyz*. (2023). <http://surl.li/owucd> (дата звернення: 29.07.2023).

**CorgIT** — Stand with Ukraine. (2022). *CorgIT.xyz*. <http://surl.li/owucd> (дата звернення: 17.07.2023).

**Facebook, 12.10.2022** — Сторінка Олега Гороховського у фейсбуці. (2022). *Facebook*. <http://surl.li/owufg> (дата звернення: 18.06.2023).

**Facebook, 08.05.2023** — Сторінка Андрія Ковальова у фейсбуці. (2023). *Facebook*. <http://surl.li/owuit> (дата звернення: 06.07.2023).

- Facebook, 04.07.2023** — Сторінка Ярини Ключковської у фейсбуці. (2023). *Facebook*. <http://surl.li/owuvs> (дата звернення: 05.07.2023).
- Telegram, 13.09.2022** — Блог Олега Гороховського — співзасновника monobank. (2022). *Telegram*. <https://t.me/OGGoMono> (дата звернення: 16.07.2023).
- Telegram, 12.10.2022** — Блог Олега Гороховського — співзасновника monobank. (2022). *Telegram*. <https://t.me/OGGoMono> (дата звернення: 22.07.2023).
- Vogue, 27.08.2023** — МОЇ: що треба знати про великий мовний проєкт бренду Guzema Fine Jewelry. (2023). *Vogue*. <http://surl.li/owvgw> (дата звернення: 10.09.2023).
- Work.ua, 24.10.2022** — Відмовляємося від російської, бо маємо перемогти. (2022). *Work.ua*. <http://surl.li/owvoj> (дата звернення: 20.08.2023).
- Work.ua, 26.10.2022** — Видаляємо російську в застосунку Work.ua. (2022). *Work.ua*. <http://surl.li/owvrf> (дата звернення: 15.08.2023).
- Work.ua, 09.11.2022** — Російська прогнала українській: після повномасштабного вторгнення бізнес вживає українську мову в 6 разів частіше, ніж російську. (2022). *Work.ua*. <http://surl.li/owvsr> (дата звернення: 17.08.2023).
- Work.ua, 10.08.2023** — Відмовляємося від співпраці з компаніями, що не вийшли з російського ринку. (2023). *Work.ua*. <http://surl.li/kbdtu> (дата звернення: 22.08.2023).
- YouTube, 23.11.2022** — НОВА ПОШТА в Європі, помилки війни, українізація — Климов, Поперешнюк — Країна героїв. (2022). *YouTube*. <http://surl.li/owvmk> (дата звернення: 27.05.2023).

## ЛІТЕРАТУРА

- Баранівська М. (2023). Work.ua: українською найбільше говорять юристи, бармени та офіціанти, а найменше — водії та охоронці. *Детектор медіа*. <http://surl.li/owvww> (дата звернення: 30.10.2023).
- Ємченко Н. (2023). Українська мова. Особистий досвід переходу. Чому це важливо. *YouTube* (29.07.2023). <http://surl.li/owvxo> (дата звернення: 11.08.2023).
- Іванова К. (2023). Як відмовитися від російської: кейси українських бізнесів. Частина I. *The page*. <http://surl.li/owvuo> (дата звернення: 09.08.2023).
- Карманська Ю. (2022). Початок українськомовного життя. Підприємці й топменеджери найбільших компаній переходять на українську. Що допомагає їм опанувати мову. *Forbes*. <http://surl.li/owvuz> (дата звернення: 11.09.2023).
- Крикуненко І. (2023). Молодь не буде знати російську. Як українці вирішили мовне питання і що буде після перемоги — аналіз NV. *NV*. <http://surl.li/owqcd> (дата звернення: 27.06.2023).
- Кулик В. (2023). Мова та ідентичність в Україні на кінець 2022. *Збруч*. <https://zbruc.eu/node/114247> (дата звернення: 11.08.2023).
- Масенко Л. (2023). Лариса Масенко: «Мова — основа для розбудови європейської держави». *Єдині* (28.01.2023). <http://surl.li/owwey> (дата звернення: 16.05.2023).
- Палієнко М. (2022). Українізація без примусу — кейс компанії на 900 людей. *DOU* (18.04.2022). <http://surl.li/owwgd> (дата звернення: 25.05.2023).
- Почепцов Г.Г. (1999). *Теорія комунікації*. Київ: ВЦ «Київський університет».
- Ренчка І.Є. (2020). Мовна поведінка та мовна стійкість українців в умовах російсько-української війни (за романом Тамари Горіха Зерня «Доця»). *Українська мова*, 3(75), 75—91. <https://doi.org/10.15407/ukrmoiva2020.03.075>
- Соколова С.О. (2023а). Зміни у ставленні українців до мов на тлі повномасштабного вторгнення Росії в Україну. *Українська мова*, 1(85), 3—19. <https://doi.org/doi.org/10.15407/ukrmoiva2023.01.003>
- Соколова С.О. (2023б). *Територіальні та соціокультурні умови функціонування української мови в Україні* (монографія). Передмова (с. 9—11). Київ: [б. в.]. <http://surl.li/pamrp>

- Сюта Г.М. (2023). Лінгвософія опозиції «свій — чужий» у текстах періоду російсько-української війни. *Українська мова*, 2(86), 3—34. <https://doi.org/10.15407/ukrmoiva2023.02.003>
- Фешенко Р. (2022). Лише українською чи й також російською? Відомі українці — про те, чи обов'язково під час війни переходити на українську мову. *NU* (09.11.2022). <http://surl.li/gkzeq> (дата звернення: 14.07.2023).
- Шаповал К., Каціло Д. (2022). Війни Вадатурського. 40 днів із дня смерті власника «Нібулону». *Forbes*. <http://surl.li/owwiiu> (дата звернення: 19.07.2023).
- Щербачов М. (2022). Як і чому бізнесу треба переходити на українську мову. *Livepage*. <http://surl.li/owwjz> (дата звернення: 23.08.2023).
- Щур М. (2021). Журнал «НВ» очікує зростання кількості передплатників після переходу на українську мову — Сич. *Радіо Свобода*. <http://surl.li/owwle> (дата звернення: 27.07.2023).
- Bilaniuk L. (2016). Ideologies of Language in Wartime. Bertelsen, O. (Ed.), *Revolution and War in Contemporary Ukraine: The Challenge of Change* (pp. 139—160). Ibidem — Verlag — Stuttgart.
- Crosby A., Sereda S. (Eds.). (2018). In Ukraine's Language Battleground, Some Soldiers Switching Sides. *Radio Free Europe/Radio Liberty* (April 7, 2018). Retrieved August 17, 2023 from <http://surl.li/owwms>
- Gyollai D. (2022). The sociocognitive approach in critical discourse studies and the phenomenological sociology of knowledge: intersections. *Phenomenology and the Cognitive Studies*, 21, 539—558.
- Kulyk V. (2022). Die Sprache des Widerstands. Der Krieg und der Aufschwung des Ukrainischen. *OSTEUROPA*, 6—8, 237—248. <https://doi.org/10.35998/oe-2022-0160>
- Van Dijk T.A. (2015). Critical discourse studies: A Sociocognitive approach. R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse studies* (pp. 62—85). London: Sage.

Статтю отримано 14.09.2023

## LEGEND

**Є-Мова, 13.05.2023** — *YE-Mova*. (2023). Business speaks Ukrainian. Retrieved July 25, 2023 from <http://surl.li/mamwd> (in Ukrainian).

**Закон, 25.04.2019** — The Law of Ukraine “On Ensuring the Functioning of the Ukrainian Language as a State Language”. (2019). *Vidomosti Verkhovnoi Rady*. Retrieved September 10, 2023 from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (in Ukrainian).

**НП, 16.09.2022** — Nova poshta. (2022). *Twitter*. Retrieved September 01, 2023 from <http://surl.li/owtbg> (in Ukrainian).

**Ошадбанк, 12.10.2022** — A new “faina mova” has been added to the Oschadbank mobile application. (2022). *Oschadbank*. Retrieved June 09, 2023 from <http://surl.li/owtdp> (in Ukrainian).

**ПУМБ, 22.06.2023** — Switch to Ukrainian easily: PUMB initiates a program of „bezuMOVNOI pidtrymky” for all Ukrainians. (2023). *PUMB*. Retrieved July 29, 2023 from <http://surl.li/owthl> (in Ukrainian).

**ПУМБ, 12.09.2023** — PUMB starts a new season of the program “bezuMOVNA pidtrymka 2.0”. (2023). *PUMB*. Retrieved September 12, 2023 from <http://surl.li/owtle> (in Ukrainian).

**Рейтинг, 23.08.2022** — Seventeenth national survey: Identity. Patriotism. Values (17—18 August, 2022). (2022). *Sociological group “Rating”*. Retrieved August 18, 2023 from <http://surl.li/owtsp> (in Ukrainian).

**Рейтинг, 24.08.2023** — Sociological research for Independence Day perception of patriotism and the future of Ukraine (August 16—20, 2023). (2023). *Sociological group “Rating”*. Retrieved August 28, 2023 from <http://surl.li/owtvr> (in Ukrainian).

**СК, 30.08.2022** — “There will be no turning back”: linguist Larysa Masenko on the revival of the Ukrainian language after Russian colonialism. (2022). *Suspilne. Kultura*. Retrieved July 09, 2023 from <http://surl.li/owtyn> (in Ukrainian).

**ТОП 10** — TOP 10. *CorgIT.xyz*. Retrieved July 27, 2023 from <http://surl.li/owucd> (in Ukrainian).

**CorgIT** — Stand with Ukraine. (2022). *CorgIT.xyz*. Retrieved July 17, 2023 from <http://surl.li/owucd> (in Ukrainian).

**Facebook, 12.10.2022** — Oleh Horohovskyi’s Facebook page. (2022). *Facebook*. Retrieved June 18, 2023 from <http://surl.li/owufg> (in Ukrainian).

**Facebook, 08.05.2023** — Andrii Kovalov’s Andriy Kovalev’s Facebook page. (2023). *Facebook*. Retrieved July 06, 2023 from <http://surl.li/owuit> (in Ukrainian).

**Facebook, 04.07.2023** — Yaryna Kliuchkovska’s Facebook page. (2023). *Facebook*. Retrieved July 04, 2023 from <http://surl.li/owuvs> (in Ukrainian).

**Telegram, 13.09.2022** — Blog of Oleh Horohovskyi, co-founder of monobank. (2022). *Telegram*. Retrieved July 16, 2023 from <https://t.me/OGGoMono> (in Ukrainian).

**Telegram, 12.10.2022** — Blog of Oleh Horohovskyi, co-founder of monobank. (2022). *Telegram*. Retrieved July 22, 2023 from <https://t.me/OGGoMono> (in Ukrainian).

**Vogue, 27.08.2023** — MY: What you need to know about the big language project of the brand Guzema Fine Jewelry. (2023). *Vogue*. Retrieved September 10, 2023 from <http://surl.li/owvgw> (in Ukrainian).

**Work.ua, 24.10.2022** — We give up Russian because we have to win. (2022). *Work.ua*. Retrieved August 20, 2023 from <http://surl.li/owvoj> (in Ukrainian).

**Work.ua, 26.10.2022** — We are removing the Russian language in the Work.ua application. (2022). *Work.ua*. Retrieved August 15, 2023 from <http://surl.li/owvrf> (in Ukrainian).

**Work.ua, 09.11.2022** — The Russian language lost to the Ukrainian language: after the full-scale invasion, business uses the Ukrainian language 6 times more often than Russian. (2022). *Work.ua*. Retrieved August 17, 2023 from <http://surl.li/owvwr> (in Ukrainian).

**Work.ua, 10.08.2023** — We refuse to cooperate with companies that have not left the Russian market. (2023). *Work.ua*. Retrieved August 20, 2023 from <http://surl.li/kbdtn> (in Ukrainian).

**YouTube, 23.11.2022** — NOVA POSHTA in Europe, mistakes of the war, Ukrainianization — Klymov, Popereshnyuk — Country of heroes. (2022). *YouTube*. Retrieved May 27, 2023 from <http://surl.li/owvmk> (in Ukrainian).

## REFERENCES

- Baranivska, M. (2023). Work.ua: lawyers, bartenders and waiters speak Ukrainian the most, and drivers and security guards the least. *Detektor media*. Retrieved October 30, 2023 from <http://surl.li/owvww> (in Ukrainian).
- Bilaniuk, L. (2016). Ideologies of Language in Wartime. O. Bertelsen (Ed.), *Revolution and War in Contemporary Ukraine: The Challenge of Change* (pp. 139–160). Ibidem — Verlag — Stuttgart.
- Crosby, A. & Sereda, S. (Eds.). (2018). In Ukraine’s Language Battleground, Some Soldiers Switching Sides. *Radio Free Europe/Radio Liberty* (April 7, 2018). Retrieved October 29, 2023 from <http://surl.li/owwms>
- Feshchenko, R. (2022). Only in Ukrainian or also in Russian? Famous Ukrainians about whether it is necessary to switch to the Ukrainian language during the war. *NV* (November 9, 2022). Retrieved July 14, 2023 from <http://surl.li/gkzeq> (in Ukrainian).

- Gyollai, D. (2022). The sociocognitive approach in critical discourse studies and the phenomenological sociology of knowledge: intersections. *Phenomenology and the Cognitive Studies*, 21, 539–558.
- Ivanova, K. (2023). How to abandon Russian: cases of Ukrainian businesses. Part I. *The Page*. Retrieved August 09, 2023 from <http://surl.li/owvyo> (in Ukrainian).
- Karmanska, Yu. (2022). The beginning of Ukrainian-speaking life. Entrepreneurs and top managers of the largest companies switch to Ukrainian. What helps them to learn the language. *Forbes*. Retrieved September 11, 2023 from <http://surl.li/owvyz> (in Ukrainian).
- Krykunenko, I. (2023). Youth will not know Russian. How the Ukrainians solved the language issue and what will happen after the victory — analysis by NV. *NV*. Retrieved June 27, 2023 from <http://surl.li/owqcd> (in Ukrainian).
- Kulyk, V. (2022). Die Sprache des Widerstands. Der Krieg und der Aufschwung des Ukrainischen. *OSTEUROPA*, 6–8, 237–248. <https://doi.org/10.35998/oe-2022-0160>
- Kulyk, V. (2023). Language and identity in Ukraine at the end of 2022. *Zbruch* (January 7, 2023). <https://zbruc.eu/node/114247> (in Ukrainian).
- Masenko, L. (2023). Larisa Masenko: “Language is the basis for building a European state”. *Yedyni* (January 28, 2023). Retrieved May 16, 2023 from <http://surl.li/owwey> (in Ukrainian).
- Paliienko, M. (2022). Ukrainization without coercion — a case study of a company with 900 employees. *DOU* (April 18, 2022). Retrieved on May 25, 2023 from <http://surl.li/owwgd> (in Ukrainian).
- Pocheptsov, H.H. (1999). *Theory of communication*. Kyiv: VTS “Kyivskiy universytet” (in Ukrainian).
- Renchka, I.Ye. (2020). Language behaviour and language firmness of Ukrainians under Russian-Ukrainian war (after the novel “Daughter” by Tamara Gorikha Zernya). *Ukrainian language*, 3(75), 75–91. <https://doi.org/10.15407/ukrmova2020.03.075> (in Ukrainian).
- Siuta, H.M. (2023). The linguosophy of the opposition “own — foreign” in the texts of the period of Russian-Ukrainian war. *Ukrainian language*, 2(86), 3–34. <https://doi.org/10.15407/ukrmova2023.02.003> (in Ukrainian).
- Shapoval, K., & Katsylo, D. (2022). Wars of Vadaturskyi. 40 days from the date of death of the “Nibulon” owner. *Forbes*. Retrieved July 19, 2023 from <http://surl.li/owwiu> (in Ukrainian).
- Shcherbachov, M. (2022). How and why business should switch to the Ukrainian language. *Livepage*. Retrieved August 23, 2023 from <http://surl.li/owwjz> (in Ukrainian).
- Shchur, M. (2021). “NV” magazine expects an increase in the number of subscribers after the switching to the Ukrainian language — Sych. *Radio Svoboda*. Retrieved July 27, 2023 from <http://surl.li/owwle> (in Ukrainian).
- Sokolova, S.O. (2023a). Changes in the attitude of Ukrainians to languages against the background of the full-scale Russian invasions of Ukraine. *Ukrainian language*, 1(85), 3–19. <https://doi.org/doi.org/10.15407/ukrmova2023.01.003> (in Ukrainian).
- Sokolova, S.O. (2023b). *Territorial and socio-cultural conditions of the functioning of the Ukrainian language in Ukraine* (monograph). Preface (pp. 9–11). Kyiv: [b. v.]. <http://surl.li/parnp> (in Ukrainian).
- Van Dijk, T.A. (2015). Critical discourse studies: A Sociocognitive approach. R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse studies* (pp. 62–85). London: Sage.
- Yemchenko, N. (2023). Ukrainian language. Personal experience of transition. Why is this important? *YouTube* (July 29, 2023). Retrieved August 11, 2023 from <http://surl.li/owvxo> (in Ukrainian).

Received 14.09.2023



*Liudmyla Pidkuimukha*, PhD in Philology, Postdoctoral Researcher  
Institute of Slavic Studies, Justus Liebig University Giessen  
10 D Otto-Behaghel-Straße, Giessen 35394, Germany  
E-mail: [Liudmyla.Pidkuimukha@slavistik.uni-giessen.de](mailto:Liudmyla.Pidkuimukha@slavistik.uni-giessen.de)  
<https://orcid.org/0000-0003-2017-1213>

#### THE UKRAINIAN LANGUAGE IN THE BUSINESS ENVIRONMENT AFTER THE FULL-SCALE RUSSIAN INVASION OF UKRAINE

The full-scale war of Russia against Ukraine that started on February 24, 2022, has caused changes in the cultural, religious, and language areas. Since then, more and more Ukrainian citizens decided to switch to Ukrainian recognizing Russian as the language of the enemy. The study aims to investigate how the full-scale intervention has determined the language attitude, language shift, and language behaviour of Ukrainian businesses and businesspersons.

The research data used for analysis includes both written and video interviews with business owners and CEOs of the companies as well as their posts on social media, namely *Telegram*, *Facebook*, and *Twitter*. The stories of Oleh Horokhovs'kyi, Nataliia Jemchenko, Volodymyr Popereshniuk, Vjacheslav Klymov, Oleksii Vadaturskyi, Valeriia Guzema, etc. and their business as well as position of the Ukrainian banks and official institutions form the core of the study.

This material has been chosen since it represents demonstrative samples of businesspersons' language practices and their reflections on the language situation in Ukraine, the role of the language in national building, sovereignty, and national security. The business representatives clarify their language choices and explain how it has influenced identity construction, as well as developing their linguistic personality. Moreover, the change in the status of the Russian language and its role in Ukraine and the Ukrainian business environment has been investigated. The analysis reveals that the concepts of language behaviour, language choice, and language attitude describe the language situation studied during the full-scale Russian-Ukrainian war.

**Keywords:** *language situation, language behaviour, Ukrainian language, Russian language, language shift.*