

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації

Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ МОВИ В
УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ: НА МАТЕРІАЛАХ TELEGRAM
СПІЛЬНОТ МУЗИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня
Групи ЖМЗ-22-1,
спеціальності 061 «Журналістика»
ОП «Економічна журналістика»


підпис здобувача вищої
освіти

Лисак Ірини Юріївни

Науковий керівник


підпис керівника

Гиріна Тетяна Сергіївна,
д.н.соц.ком., професор

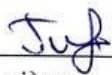
Керівник освітньо-
професійної програми


підпис керівника ОП

Зикун Наталія Іванівна,
д.н.соц.ком., професор

Допущено до захисту за рішенням кафедри мовної підготовки та соціальних
комунікацій, протокол від «16.01.2024» № 4

Завідувач кафедри


підпис

Гиріна Тетяна Сергіївна,
д.н.соц.ком., професор

Ірпінь – 2024

Регистрація № 7 29.01.24
(дата)

[Signature]
(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту
(до захисту, на доопрацювання)

28.01.24
(дата)

[Signature]

Результат захисту 5(98)
(оцінка)

16.02.2024
(дата)

[Signature]
(підпис)

Голова комісії:

[Signature]
(підпис)

Куликов А
(ініціали, ПІБ)

Члени комісії:

[Signature]
(підпис)

М. Зенкевич
(ініціали, ПІБ)

Tufi
(підпис)

T. Gurina
(ініціали, ПІБ)

[Signature]
(підпис)

В. Брадєв
(ініціали, ПІБ)

В.
екти кон

ОЦІН
ПІЛОМ
КЕРІВН
РЕЦЕН
ст випус
ість теор
геріалу, й
актичним
дставля
ічній по
вність в
позицій
отриман
рмленн
часне ви

етапах
едрою т
ензент

ОМ БА

ОЦІН
ПІЛОМ
КОМ
ЗА

повідь

оздатк

нання т

ктично

ння від

итання

проба

ферен

ОМ Б.

АЛЬН

ЛІВ

інка за

ьною і

9.

ПР.

Оцінка

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ ВИПУСКНОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ (ДИПЛОМНОЇ) РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінки в балах	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: керівника, голови комісії членів комісії, секретаря, (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КЕРІВНИКОМ ТА РЕЦЕНЗЕНТОМ (підп.)				
міст випускної роботи якість теоретичного матеріалу, його зв'язок з практичним, вміння представляти матеріал в логічній послідовності, наявність висновків та пропозицій)	від 0 до 30	29		Tufi
Дотримання вимог щодо оформлення	від 0 до 10	9		HBeceef
Вчасне виконання роботи	від 0 до 5	5		Tufi
а сіх етапах у встановлені аферою терміни	від 0 до 5	5		P. Boop
ецензент	від 0 до 50	48		HBeceef
ОЦІНЮВАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
Доповідь	від 0 до 10	10		Tufi
Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		HBeceef
Знання теоретичного та практичного матеріалу, ління відповідати на питання	від 0 до 25	25		Tufi
Апробація (участь у інференціях)	від 0 до 10	10		P. Boop
АЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	50		Tufi
АГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	98		HBeceef

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря, (підпис)
98	A	5	16.02.2024	Tufi HBeceef

ПРАВИЛА ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНОК ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЕКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЕКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	EX	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації

Кафедра соціальних комунікацій, словесності та культури

Спеціальність 061 – Журналістика

Освітня програма “Економічна журналістика”

Затверджую

Завідувач кафедри

Гиріна Т.С.

« » 2024

**Завдання на випускню кваліфікаційну (дипломну) роботу
здобувачеві вищої освіти**

Лисак Ірині Юріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи

Економічний аспект популяризації мови в українському медіапросторі: на матеріалах Telegram спільнот музичної тематики

Затверджена наказом ректора від «14» грудня 2022 №1287

2. Строк здачі закінченої роботи 15 грудня 2023 року

3. Цільова установка

Метою роботи є дослідження популяризації української мови в сучасному медіапросторі, а саме вплив на економічну сферу країни в сучасних умовах війни з країною-агресоркою росією.

Об'єкт дослідження – економічний аспект популяризації української мови в сучасному медіапросторі.

Предметом є діяльність українських ЗМІ в період повномасштабного вторгнення російської федерації, їхня позиція щодо мовного питання та способи переходу інформаційних джерел на українську мову

База досліджень – Uaverse BTS News, K-HOT UA, «Суспільне», «Zaxid.net», «Радіо Свобода», «Новинарня», «Коментарі», «Подобиці».

4. Вихідні дані до роботи – вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки

5. Перелік графічного матеріалу _____

6. Зміст випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. АНГЛІЙСЬКИЙ ТИЖНЕВИК “THE ECONOMIST” ЯК ОБ’ЄКТ НАУКОВОГО ОСМИСЛЕННЯ

1.1. Теоретичне підґрунтя та методологічна основа дослідження

1.2. Етапи становлення та типологічна парадигма видання

«THE ECONOMIST» В УКРАЇНСЬКОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ СЕРЕДОВИЩІ

2.1. Роль провідного європейського економічного видання в українському соціумі: комунікаційний аспект

2.2. Тематична поліфонія контенту тижневика через призму українських медіа

РОЗДІЛ 3. РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ВИДАННЯМ «THE ECONOMIST» УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ

ВИСНОВКИ _____

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ _____

—

7. Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	Вибір теми	до 10.12.2022	05.12.2022
2	Опрацювання літературних джерел,	до 01.01.2023	01.01.2023

	складання плану випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи		
3	Узгодження плану випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.02.2023	27.01.2023
4	Підготовка першого розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.04.2023	20.03.2023
5	Підготовка другого розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.06.2023	01.06.2023
6	Підготовка третього розділу випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	до 01.10.2023	03.09.2023
7	Підготовка вступу, висновків та подання завершеної випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи керівнику	до 01.11.2023	01.11.2023
8	Доопрацювання випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи із урахуванням зауважень керівника	до 01.12.2023	1.11.2023
9	Подання закінченої випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи, перевірка на плагіат та отримання відгуку керівника	до 15.12.2023	11.12.2023
10	Передзахист випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи	20.12.2023	20.12.2023

8. Дата видачі завдання «10» грудня 2022 року

9. Керівник випускної кваліфікаційної (дипломної) роботи

(підпис)

Гиріна Т.С.
(прізвище, ініціали)

10. Керівник освітньо-професійної програми

(підпис)

Зикун Н.І.
(прізвище, ініціали)

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти

(підпис)

Лисак І.Ю.
(прізвище, ініціали)

ВСТУП

Популяризація української мови в медіапросторі має важливий економічний аспект, який може вплинути на ряд сфер економіки України. Використання української мови в рекламних кампаніях і маркетингових матеріалах може залучити більше українських споживачів, оскільки багато людей більш охоче сприймають інформацію на рідній мові. Зростаюча популярність української мови в медіапросторі сприяє розвитку української кіноіндустрії, телебачення, інтернет-платформ та інших розважальних ініціатив. Українська мова в медіапросторі може підвищити якість і доступність інформації для українських громадян, що може вплинути на їхні прийняття рішень та свідомість, а також підвищити важливість українських медіа та інформаційних ресурсів.

Актуальність обраної теми кваліфікаційної роботи полягає в сучасних умовах розвитку українського суспільства, що наразі перебуває в стадії переходу до повної українізації всіх сфер, що стосуються нашої країни. ЗМІ та медіа завжди були головним джерелом формування самосвідомості громадян, і саме популяризація української мови в інформаційних ресурсах допоможе створити здорове українське суспільство, що спілкується та думає рідною мовою.

Фундаментом для розвитку вивчення функціонування медіапростору слугував аналіз основних наукових доробок таких видатних лінгвістів, як Теун ван Дейк, Алан Белл, Мартин Монтгомері, Норман Фейєрклаф, Дж. Серль, Д.Н. Шмельов, Г.В. Степанов, В.Г. Костомаров, О.А. Лаптева, Г.Я Солганік, С.И.Сметаніна, Т.Г. Добросклонська, О.О. Селіванова, О.В. Тарасова та ін

Фундаментом для розвитку вивчення функціонування медіапростору слугував аналіз основних наукових доробок таких видатних лінгвістів, як Теун ван Дейк, Алан Белл, Мартин Монтгомері, Норман Фейєрклаф, Дж. Серль, Д.Н. Шмельов, Г.В. Степанов, В.Г. Костомаров, О.А. Лаптева, Г.Я Солганік, С.И.Сметаніна, Т.Г. Добросклонська, О.О. Селіванова, О.В. Тарасова та ін

Фундаментом для дослідження аспектів впливу популяризації української мови в медіапросторі слугували наукові праці таких видатних українських вчених-лінгвістів як І. Голубовська, В. Жайворонок, В. Кононенко, Т. Космеди, Л. Лисиченко, Ж. Соколовська, Т. Добросклонська. Певні спостереження над мовними особливостями в медіапросторі та суспільстві демонструють праці дослідників Л. Венедиктової, Г. Яворської, О. Колесник, П. Нікітіної.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження популяризації української мови в сучасному медіапросторі, а саме вплив на економічну сферу країни в сучасних умовах війни з країною-агресоркою росією.

Для досягнення мети було поставлено наступні **завдання**:

- охарактеризувати історичні зумовленості популяризації української мови та процесу українізації;
- обґрунтувати перспективи розвитку української мови в інформаційному просторі;
- дослідити економічний вплив поширення української мови в медіапросторі;
- створити та керувати власним україномовним проєктом у вигляді Telegram-каналу;
- описати та обґрунтувати економічний вплив на основі власного україномовного проєкту.

Об'єктом дослідження є економічний аспект популяризації української мови в сучасному медіапросторі.

Предметом дослідження є діяльність українських ЗМІ в період повномасштабного вторгнення російської федерації, їхня позиція щодо мовного питання та способи переходу інформаційних джерел на українську мову.

База досліджень – Uaverse BTS News, K-HOT UA, «Суспільне», «Zaxid.net», «Радіо Свобода», «Новинарня», «Коментарі», «Подробиці».

Методологічний апарат дослідження. Задля досягнення мети при написанні дипломної роботи були застосовані сучасні загальні та спеціальні методи наукового пізнання. У дипломній роботі було використано різноманітні

методи наукового пізнання для досягнення поставленої мети.

1. **Теоретичний метод:** Використовувався для узагальнення та відбору інформації, а також для аналізу теоретичних концепцій та підходів, що стосуються обраної теми дослідження.
2. **Емпіричний соціологічний метод:** Застосовувався для проведення опитування підприємців, що дозволило зібрати конкретні дані та отримати відгуки від реальних учасників ринку.
3. **Метод порівняння та аналізу:** Використовувався для порівняння комунікаційних практик українських та іноземних ЗМІ з метою виявлення відмінностей та схожостей.
4. **Метод формалізації:** Використовувався для структурування та систематизації отриманої інформації, що допомогло зробити аналіз результатів дослідження більш системним та зрозумілим.

Науково-практична значимість одержаних результатів полягає у тому, що тема економічного аспекту популяризації української мови в ЗМІ ще достеменно не досліджувалася, оскільки ця популяризація зумовлена сучасними подіями, що включають в себе початок повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року. Результати дослідження допоможуть науковцям зрозуміти, як різні українська мова може стати значним економічним чинником, що впливатиме на культуру та розвиток української держави. Це стане поштовхом і прикладом для суспільства, яким вкрай необхідно побачити перспективи розвитку української мови та піднесення її на міжнародний рівень.

РОЗДІЛ І

1.1 Історія, розвиток, становлення української мови в етносоціальному контексті українського суспільства

Історична проблема будь-якої мови завжди визначається етносоціальним контекстом, оскільки мова є ключовим елементом етнічної самобутності. Вона є чинником, що об'єднує народ та виділяє його серед інших, навіть тих, які мають схожі корені. Спільність мови, культури, національного світогляду та самосвідомості формується поетапно, а разом із розвитком мови стає суттєвою характеристикою нації. Тому вельми важливо враховувати історію формування рідної мови та розуміти фактори її розвитку, щоб виховувати у молодого покоління школярів національну ідентичність та зберігати історичну пам'ять.

На сучасний момент багато письменників, літературознавців, журналістів та краєзнавців активно працюють над висвітленням проблем походження українців та української мови. Їхні зусилля спрямовані на підняття престижу всього українського, роблячи його зрозумілим та цікавим. Однак важливо відзначити, що деякі з цих дослідників стикаються з проблемою відсутності глибоких фахових знань, недостатнім дослідницьким досвідом, невмінням користуватися історичними фактами та джерелами, а також ігноруванням загальновизнаних історико-лінгвістичних догм. Це може призводити до появи "казкових і міфічних уявлень про історію народу та його мови" (Півторак, 2014 а, с. 9).

В період активної фази війни Росії проти України це питання стало ще більш актуальним. Для політичних, культурних, наукових і навіть військових колах Російської Федерації важливим є "зачищення" світового освітнього та

наукового простору від уявлень, що українська мова, культура, література та історія є виявами окремого від Росії етнополітичного життя, самодостатні та мають власну історію. Аргументами в цьому контексті можуть бути факти інформаційного та академічного просування російського імперського погляду на розвиток східнослов'янських мов, де російській мові відводиться роль "старшого брата" чи "одного народу".

Цю інформацію школярам можна знайти в інтернеті, і ті, хто має мало знань про історію своєї рідної мови, можуть сприймати ці твердження як істину. Це підтверджується широким поширенням думки, що українська мова починається від творів Івана Котляревського та творчості Тараса Шевченка. В таких умовах важливо протистояти дезінформації та надавати об'єктивну історичну освіту, щоб сформувати правильне розуміння про походження та розвиток української мови та культури.

Вивчення історико-лінгвістичних фактів рідної мови має невідому цінність, що визначено видатними філологами, такими як С. Єрмоленко, Л. Мацько, Л. Довбня, О. Потапенко. Філологи вказують на важливість цього аспекту освіти, привносячи в аналіз історії мови краєзнавчий, українознавчий та етнокulturологічний складник.

Педагоги, такі як О. Семенов, Л. Базиль, М. Пентилюк, А. Нікітіна, О. Горошкіна, розглядають вивчення історії мови як важливий компонент освітнього процесу, зокрема в контексті краєзнавства, українознавства та етнокulturології.

Соціолінгвістичні аспекти побутування української мови, включаючи радянську школу, були детально розглянуті в праці, під загальною редакцією Л. Масенко. Зв'язок між мовою та формуванням національної ідентичності встановлено в монографії О. Казакевич. Дослідження В. Селезньова висвітлює сутність "мовних війн", що свідчить про соціолінгвістичні аспекти у сучасному контексті (Селезньов, 2016).

Росіяни виправдовують свою військову агресію захистом російськомовних, і це вказує на те, що мова стає важливим елементом

національної ідентичності та є предметом політичної боротьби.

Знищення українських шкільних підручників та вилучення української навчальної та художньої продукції свідчить про спроби стерти українську ідентичність та історію, розпочинаючи з мови. Це яскравий приклад, як агресивна політика може використовувати культурні та освітні ресурси для досягнення своїх цілей.

Важливо підкреслити, що вивчення історії мови та освіта про розвиток української мови мають важливий суспільний контекст, особливо в умовах військового конфлікту та інформаційної війни. Формування правильного розуміння історії мови та її розвитку допомагає молодому поколінню розпізнавати фейкові "вкиди" та захищати свою мову від спроб змінити її статус чи визначення.

Українська мова належить до індоєвропейської сім'ї мов і є частиною східнослов'янської групи. Історія української мови дійсно налічує тисячі років. Вважається, що розвиток української мови почався принаймні трохи більше ніж три тисячі років тому, коли формувалась праслов'янська мова.

У процесі історії українська мова взаємодіяла з іншими мовами та піддавалася впливу різних культурних та історичних факторів. Розкладання праслов'янської мови на окремі гілки сприяло формуванню різних слов'янських мов, у тому числі і української.

Справді, порівнюючи українську мову з прадавньою латинською, можна виявити значну кількість спільних рис. Чим старіша латинь, тим більше спільного вона має із українською мовою. Наприклад, в латинській мові на початку було вісім відмінків (пізніше їх залишилося шість), і всі вони були подібні до тих, що в українській, із збереженням двох місцевих. Латиняни, подібно до нас, використовували кличний відмінок: *Brute* — Бруте, *Paule* — Павле. У багатьох випадках вони також створювали форми множини іменників, прикметників та займенників, що мали схожий аналог українською мовою. Важливо зауважити, що деякі дієслова, прикметники та займенники в латинській мові подібно змінювалися за особами, що демонструє певну

схожість у мовних структурах.

Здійснюючи порівняння структури та граматики української та латинської мов, можна припустити, що вони мають спільний предок або походять від спільного праслов'янського кореня.

Факт, що українська та латинська мови мають спільні мовні елементи, свідчить про їхню лінгвістичну спорідненість. Однак слід врахувати, що розпад і розвиток мов відбувається на протязі тисячоліть, і багато факторів впливає на їхню еволюцію. Також важливо враховувати взаємодію з іншими мовами та вплив культурних чинників.

Загальний лінгвістичний корінь може бути однією з причин схожості між українською та латинською мовами, і це може свідчити про глибокі історичні зв'язки між регіонами, які говорили цими мовами.

Жива українська мова, якою говорить народ, виникла від VI століття і виросла з праслов'янської мови, особливо з Києво-Поліського та Галицько-Подільського східнослов'янських діалектів, що належали до племен як полян, древлян, та сіверян. Основні риси мови визначилися до XVI століття. Проте, як динамічна система, українська мова постійно розвивається і продовжуватиме свій розвиток у майбутньому. В науковій славистиці цей факт визнаний і не викликає сумніву.

Розвиток української літературної мови розглядається за чотирма основними періодами, які виокремлені на основі зовнішніх загальнокультурних та історичних факторів, що становить так званий "джерельний підхід". Ця періодизація, запропонована Ю. Шевельовим, легко сприймається, розуміється та вивчається, оскільки ґрунтується на характері писемних фіксацій:

1. Протоукраїнський період (VII – XI ст.): Цей період охоплює час до прийняття писемності, коли українська мова існувала у формі живомовних діалектів, але писемних джерел ще не існувало. Для його реконструкції вчені використовують методи порівняльно-історичного мовознавства.
2. Давньоукраїнський період (XI – XIV ст.): Цей період настає з прийняттям

писемності та появою численних писемних пам'яток, що відзначає старт писемно-літературної традиції. Ці пам'ятки фіксують особливості української мови того часу.

3. Староукраїнський (середньоукраїнський) період:

- Ранній (XV – XVI ст.): У цей час українська мова виконує офіційну роль у Литовсько-Польському князівстві, і з'являється "актова мова".
- Середній (середина XVI – початок XVIII ст.): Це період створення Пересопницького Євангелія та розвитку науково-практичних жанрів у філології, філософії та інших галузях.
- Пізній (XVIII ст.): З'являється мішанина української та російської мов внаслідок тисків Російської імперії.

4. Новоукраїнський період (від виходу "Енеїди" І. Котляревського у 1798 р. до сучасності): Цей період визначається розвитком української літературної мови виключно на основі народно-розмовної основи та розквітом різних жанрів та функціональних стилів.

В українському мовознавстві існують альтернативні підходи до періодизації історії мови, які прив'язані до конкретних змін у мовній системі. Однак їх розгляд та вивчення в школі може виявитися надто складним завданням. Введення кількох різних періодизацій одночасно може призвести до невиразного усвідомлення мовної історії рідного народу, особливо в умовах обмеженого рівня знань учителів та учнів у галузі історико-лінгвістичних аспектів.

Тому для забезпечення чіткого та зрозумілого вивчення історії мови може бути корисним використання однієї загальноприйнятої періодизації, яка базується на основних етапах розвитку мови та легко вписується в освітній контекст. Такий підхід полегшить процес навчання і допоможе учням та вчителям краще зрозуміти та осмислити мовну історію України.

Українська літературна мова виникла та еволюціонувала на основі живомовних діалектів, що робить її діалектною у своєму походженні. Такий

спосіб розвитку літературної мови є характерним для більшості європейських літературних мов. Наприклад, російська літературна мова сформувалась на основі російської редакції церковнослов'янської мови. Важливо відзначити, що приховування цього факту лінгвістами є виявом агресивної імперської ідеології, оскільки визнання живомовної основи літературної мови є ключовим для розуміння її історії.

Такий підхід дає можливість визнати, що літературні мови корінням глибоко утверджуються в розмовних формах існуючих мов, сприяючи більш ясному розумінню їхнього розвитку та етнолінгвістичного контексту.

Історію української літературної мови можна відстежити ще з часів Київської Русі. З поширенням християнства ця держава також прийняла церковну літературно-писемну традицію. Цей період відображений у конфесійних творах, таких як "Остромирове Євангеліє" (XI ст.) і "Слово о Законі і Благодаті" (XI ст.), а також у житійно-повістевих текстах, наприклад, у Києво-Печерському патерику (XIII століття). Під впливом місцевої живомовної традиції на теренах Київської Русі формувалася унікальна писемно-літературна традиція, яку підтверджують "Руська правда" (XI-XII ст.), "Галицько-Волинський літопис" (XIII ст.), "Слово о полку Ігоревім" (XII ст.) та інші літописні, ділові і художні твори, створені нашими предками. З того часу літературна мова розвивалася неперервно і дійшла до наших днів.

Найдавнішою та найбільш оригінальною пам'яткою нашої писемності є київські глаголичні листки, датовані кінцем X – початком XI ст. Сім невеликих аркушів, що залишились від цього стародавнього рукопису, зберігаються в Інституті рукопису Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського в Києві. Пам'ятка була написана глаголицею, однією з двох давніх систем слов'янського письма. Чимало лінгвістів та істориків (Іван Огієнко, Михайло Брайчевський, Олександр Мельничук та інші) вважають, що першовчителі Кирило та Мефодій створили саме цю абетку для перекладу грецьких богослужбових книжок слов'янською мовою, а їхні учні винайшли ту абетку, якою ми користуємося й нині, та назвали її на честь свого вчителя – кирилицею.

Глаголиця не увійшла в активний вжиток через складність написання літер.

Найдавнішою пам'яткою писемності саме Київської Русі є «Ізборник Святослава», укладений 1073 та 1076 рр. для київського князя Святослава Ярославича. Поряд із творами церковно-релігійного характеру він містить публіцистичні твори давньоруських письменників, у яких роз'яснено норми поведінки людини за різних побутових обставин з огляду на вимоги світських феодалів та духівництва, йдеться про користь знань і читання книг тощо.

Про престиж української мови в минулому свідчать такі факти:

- вона використовувалась як державна у Великому князівстві Литовському;
- була актовою мовою Молдавського князівства;
- нею розмовляли дипломати при дворі польських королів;
- бахчисарайські хани листувалися українською мовою з турецькими султанами (Ісаєвич, 2001).

Сьогодні українська мова має стандартизовану оброблену та унормовану літературну форму, як і інші сучасні мови, має розмовну форму та соціальні й професійні діалекти. Характеризується чітким територіальним поділом. Відповідно, не може бути діалектом іншої якоїсь мови. Українська мова нині має такі територіальні наріччя: північний (поліський), південно-західний та південно-східний, за рахунок яких розвивається та збагачується літературна форма існування мови та зберігаються давні мовні особливості.

Питання мови стоїть для українців доволі гостро останні 300 років, власне від моменту втрати державності та входження до складу російської імперії. Увесь цей час українцям доводиться відстоювати право на користування своєю мовою, право на її вивчення. Наріжним каменем була мова в 2014 році на Донбасі. Російські війська заходили «рятувати» російськомовних.

Однією з умов виведення російських військ з України, окрім позаблокового військового статусу, є запровадження російської мови як другої державної. Підставою є, нібито, кількість російськомовних в Україні. Але достатньо розвести такі поняття, як мова державна, що обслуговує усі державні інституції, та мова офіційна, яка дає змогу на законодавчому рівні

функціонування іншій мові, зокрема російській, у громадянському суспільстві. Статус мови національної меншини російська мова в Україні мала завжди, на відміну від української в Росії. Російськомовні садочки, школи, медіа були в Україні завжди. Тож права російськомовних громадян Україна забезпечила сповна.

Українська мова і давня державна історія є чинниками об'єднання української нації. Є маркерами національної самоідентифікації. Від лютого 2022 року російське керівництво та російські війська поставили остаточну і переконливу крапку в мовному питанні України: 83% українців за те, аби в Україні була єдина державна мова – українська. (Соціологічна група «Рейтинг», 19.03.2022). Така думка домінує в усіх макрорегіонах, вікових та мовних групах. За останнє десятиліття спостерігається стала динаміка зростання кількості тих, хто вважає українську мову рідною: з 57% у 2012 році до 76% у 2022 році. помітні зміни у мовній самоідентифікації відбулися між 2012–2016 роками (Соціологічна група «Рейтинг», 19.03.2022). Отже, рівень мовної самоідентифікації українців стабільно зростає. Війна як виклик для всього суспільства тільки прискорить цей процес. Українська мова як один із наріжних каменів державності сьогодні лише зміцнюється і лінії протистояння у цьому питанні зникають. Тому варто сформулювати у молодого покоління ще й стабільні знання про історію рідної мови.

Входження України в європейський економічний простір розімкнуло внутрішні мовленнєві межі хвилею іншомовних запозичень, доцільних і недоцільних. Необхідним є запозичення окремих загальноосвітніх інтегративних понятійних позначень, зумовлених глобалізаційними соціокультурними процесами, через які національна культура змушена занурюватися у простір глобальної комунікації й вести діалоги з іншими культурами. Мовнолінгвокультурологічна компетенція, яка формується в процесі вивчення історії літературної мови, стилістики, лінгвокультурології та інших близьких до них дисциплін, належить до сфери інтелекту і забезпечує людині здатність до розумної й раціональної поведінки у різних, у тому числі й

проблемних ситуаціях. Те, що називаємо пізнавальними процесами, є обробкою і переробленням розумом людини мовної інформації, опертої на конкретно-чуттєвий досвід, одержаної як природною мовою, так і через електронні носії. Сучасна українська мова як елемент національної ідеї зберігає духовні, історикокультурні надбання та цінності попередніх віків життя українського народу, примножуючи їх через контакти з іншими народами, виконує нині роль механізму соціальної спадковості, необхідної для українського соціуму в період національного державотворення.

1.2 Економічна сутність української мови: як вона впливає на економіку, культуру і міжнародний статус України

Протягом останніх двох років відбулися значущі трансформації, і українська мова стала помітно активніше представлена в громадському просторі. За словами експертів, цей процес невідворотний, і "поїзд" у напрямку підтримки української мови вже набув нестримного руху.

При всій інформаційній насиченості нашого часу, важко переоцінити важливість новини, яка стала не лише однією з топ-3 в Україні у середині липня 2021 року. Конституційний Суд визнав Закон України "Про забезпечення функціонування української мови як державної" повністю відповідним Основному Закону. Тарас Кремінь, уповноважений із захисту державної мови, визнає важливість цього рішення: "16 липня стали свідками збігу трьох важливих подій, і тепер цей день вважається символічним для історії України. По-перше, 16 липня 1990 року Верховна Рада УРСР прийняла Декларацію про державний суверенітет України, яка лягла в основу Акта проголошення незалежності 24 серпня 1991 року. По-друге, 16 липня 2019 року вступив в силу Закон України "Про забезпечення функціонування української мови як державної". І нарешті, по-третє, 16 липня 2021 року стали чинними нові положення цього закону".

В Україні помітно збільшилося використання української мови, як у громадській сфері, так і в особистому спілкуванні, оскільки ці аспекти тісно пов'язані. Навіть якщо не всі представники влади та підприємницькі структури це усвідомили, порушення закону про мову та мовних прав громадян вже стає неприпустимим, часто призводячи до суттєвих іміджевих та фінансових втрат для порушників. Ще однією важливою досягнутою перемогою за останні роки є той факт, що політики та блогери з ворожим налаштуванням щодо статусу державної мови стали уникають відкритої демонстрації своєї зневаги, як це було за часів Януковича. Значно частіше вони вдаються до так званого "фільтрування базару", утримуючись від відвертого висловлення своїх негативних поглядів, остерігаючись реакції громадськості.

Сергій Оснач, член експертної групи із питань мовної політики при Кабміні, активіст ГО «Мова об'єднує», висловлюється з цього питання:

«Української мови стало помітно більше у публічному просторі. Суспільна думка також суттєво змінилася на користь української – як свідчить соціологія, переважна більшість громадян дедалі більше підтримує основні положення закону про мову. Відповідальний бізнес теж демонструє підтримку закону і усуває порушення з боку своїх працівників завчасно та без примусу. На жаль, є й безвідповідальні бізнеси, які не поважають закон і права українців, але таким чином вони сильно псують свою репутацію і втрачатимуть клієнтів, прибутки,. Важливо віхою на шляху відродження української мови стало рішення Конституційного суду України про визнання закону про мову повністю конституційним. Цей документ стане потужним чинником у його подальшій імплементації».

Російсько-мовні практики існували десятки, а навіть сотні років. Зрозуміло, що їх неможливо змінити протягом року, двох чи трьох. Проте, прийняття кожної нової норми закону є кроком у напрямку відродження мови та подолання наслідків російської впливової сфери. Усі ці заходи разом складають необхідну платформу для коригування ситуації в цілому. Це може бути непомітно для багатьох, але воникладають основу для розвитку

української мови на багато років вперед. Невдовзі українська мова, нарешті, буде домінувати в усіх сферах, відповідно до її статусу. Цей момент наближається, і Україна повернеться до свого природного стану.

Використання української мови в професійній сфері безперечно розширює горизонти можливостей. Це стосується не лише професій, пов'язаних із словом або текстом. Наприклад, вимога до показу фільмів українською мовою сприятиме отриманню провідних ролей та успішній кар'єрі українських акторів. Підтримка україномовних книг сприятиме розвитку власних видавництв, авторів та перекладачів. Це, в свою чергу, позитивно вплине на розвиток суміжних галузей, таких як логістика, друкарство, ІТ, індустрія розваг, послуги та інші. Для українців стане зручніше та економічно вигідніше створювати український продукт. Головне, що українські фахівці повернуть собі гідність, яка не вимірюється жодною кількістю грошей.

За словами Катерини Чепури, театральної режисерки, активістки громадянського руху «Відсіч»:

«Якщо курс продовжиться, можна прогнозувати подальше покращення становища української мови в публічних сферах. Завдяки квотам це вже частково відбулося на радіо і меншою мірою на телебаченні. А завдяки закону про мову зараз відбувається прогрес і в інших сферах. Звичайно, не все безхмарно, є спротив і саботаж як з боку окремих осіб з «ватними» поглядами, так і з боку певних медіа. Але головне, що тепер закон на нашому боці. Виробництво україномовного продукту безумовно покращить і фінансове становище, і професійний рівень українських фахівців та позитивно вплине на ринок. Пріоритетність україномовного продукту робить його вигідним, створює однакові умови для всіх та усуває агресивний вплив російського продукту. Українська мова вигідна Україні! Це настільки очевидно, що навіть смішно це доводити».

Справжня турбота політиків деяких країн Євросоюзу стосовно Закону "Про освіту" має не лише політичні, але й соціально-економічні виміри. Відомо, що громадяни колишніх пострадянських країн, які потрапили до

Євросоюзу та мають можливість працевлаштовуватися в більш розвинених країнах, активно мігрують туди. Польща, Угорщина, Румунія та Болгарія вже відчують дефіцит робочої сили, і це стосується не лише некваліфікованих працівників, але й висококваліфікованих спеціалістів.

Керівництво цих країн розглядає Україну як джерело робочої сили, адже тут маємо одні з найнижчих заробітних плат в Європі. Таким чином, українці виявляють готовність залишити свою країну та переїхати туди, де оплату праці вважають більш вигідною. Це викликає не тільки політичні спротиви, але й обговорення соціально-економічних викликів, пов'язаних із змінами в робочому ринку та міграцією робочої сили.

Справді, представники національних менших українців, які отримують освіту за національною мовою в Україні, можуть вважатися важливими трудовими ресурсами для країн Євросоюзу, зокрема для Польщі, Угорщини, Румунії та Болгарії. Ці люди, прибуваючи на свою "історичну батьківщину", не мають проблем з володінням національною мовою. Вони мають відповідну освіту та достатньо кваліфіковані, і в основному це фінансується за рахунок державних коштів.

Україна, інвестуючи у підготовку спеціалістів для роботи за кордоном, фактично стає донором робочої сили для інших країн. Цей процес визначається великою різноманітністю, оскільки пропозиції працевлаштування в інших країнах привертають увагу не тільки представників національних меншин, а й широкий спектр українців.

Підготовка кваліфікованих фахівців, які можуть ефективно працювати за кордоном, є важливим ресурсом для України, яка сприяє не лише особистому розвитку громадян, а й економічному взаємозв'язку з іншими країнами. Цей процес також підкреслює важливість високої якості освіти в Україні та готовність її громадян до конкурентоспроможності на міжнародному ринку праці.

В Україні часто недооцінюється важливість мови, її вивчення та розквітання як економічного чинника. Це стосується не лише проблеми з

українськими робітниками за кордоном. Недавно в нашу країну активно імпортувалася російськомовна література, яка друкувалася в Росії, що приносило північному сусіду значні прибутки. Ця тенденція також відноситься до інших аспектів культурної продукції, таких як кіно, популярна музика і так далі. Внаслідок культурної російськомовної експансії ми не тільки втрачали в ідеологічному плані, але й стикалися з економічними втратами. Особливо важливо усвідомити, що мова та культура є не тільки складниками ідентичності, але і ключовими для економічного самовизначення. Підтримка та активний розвиток української мови та культури можуть сприяти створенню власних цінностей і економічних моделей, що сприятиме самостійному розвитку країни.

Особливо важливо усвідомлювати, що розвиток власної культури та мови є не лише справою ідентичності, але й ключовим елементом економічного самовизначення. Проактивне вивчення та підтримка української мови і культури може сприяти створенню власних ціннісних та економічних моделей, що сприятиме самостійному розвитку країни.

Тільки зараз, коли введені певні обмеження для російської культурної продукції, починається поступовий розвиток українського книговидавництва, кіноіндустрії та поп-культури.

Економіка мови - це порівняно новий напрямок в економічній науці, який об'єднує різні галузі та вивчає вплив мови на економіку в контексті формування умов для бізнесу, розглядає мову як актив та розглядає мову як конкурентну перевагу чи, у деяких випадках, торговельний бар'єр. Економіка мови служить основою для розробки мовної політики, включаючи аналіз мовних ринків.

Розглядаючи українську мову в контексті великих і малих мов, можна визначити, що, без врахування сусідства з російським мовним ринком, українська мова вважається малою мовою за світовими стандартами. Займаючи 44-ту позицію в ТОП-100 світових мов (з 33 мільйонами носіїв мови), вона випереджає б такі мови, як румунська, чеська, грецька та шведська. Українська мова функціонує як друга мова всередині країни, проте фактично не

використовується за її межами, що є загальним для локальних мов.

За різними джерелами, англійська мова є офіційною мовою в 55 країнах. Другою за поширеністю є французька, визнана на державному рівні у 29 країнах, арабська – у 26 країнах, іспанська – у 21, португальська – у 10 та німецька у 6 країнах. Важливо відзначити, що такий розподіл визначає лише поширеність серед держав, і не враховує кількість мовців. За цим показником перші позиції посідають англійська, китайська (мандаринська), хінді, іспанська та французька мови. Російська також входить у 10 найпоширеніших мов світу.

Правове регулювання в кожній країні залежить від національного законодавства. У розвинених країнах, де немає загрози національним інтересам, де існують потужні професійні асоціації, і основні групи населення не зазнають дискримінації, прийнята практика домовленостей між асоціаціями щодо розподілу зон впливу, часто продиктована ринковими умовами. З іншого боку, у країнах, де існує серйозний мовний конфлікт, регулювання здійснюється на рівні законодавства. Франція відома своєю політикою мовного протекціонізму в регіонах, де французька існує у статусі другої державної або перебуває у конкуренції з англійською. Іспанія та Швейцарія управляють чотирма мовними ринками, а в Канаді дві мови співіснують на засадах рівності, проте "менша" з них захищається та підтримується.

Проте не всі країни здатні зберегти свій мовний ринок. Країни-сусіди Російської Федерації практично всі стали її ринками збуту, втративши свій мовний ринок. Серед небагатьох, Казахстан бореться за мовну рівність, підтримуючи національну мову через книговидавництво та медіа. Білорусь захищає свій мовний ринок лише завдяки "опозиційним видавцям", які приймають на себе ризики друкуватися білоруською в мікронакладах. Проте конкурувати з російськими видавництвами дуже складно: мільйонні накладки дозволяють знизити ціну на видання, що імпортуються в Білорусь фактично безперешкодно, тому обмежені накладки білоруською за вищу ціну важко реалізовувати. Позиції видавців, що існують в обмеженому мовному просторі, безумовно слабкі, як на внутрішньому ринку, так і в статусі міжнародних

партнерів.

У своїй книзі "Мова і економіка", німецький соціолінгвіст Флоріан Кульма розглядає різноманітні способи взаємодії мови та економіки. Автор аналізує, як економічні зміни впливають на виникнення, розвиток або занепад мов, а також як лінгвістичні умови можуть сприяти або перешкоджати економічним процесам. Книга досліджує взаємозв'язок між багатомовністю та соціальним достатком, розглядає, чому наявність стандартизованої мови стає економічною перевагою.

Автор також вивчає, як нерівний розподіл мов у багатомовному суспільстві призводить до економічної нерівності. Кульма розглядає економічну цінність мов, розгортає тему того, чому мови виконують схожі функції з грошми в сучасному суспільстві та як вони мають внутрішню економію.

Книга детально розбирає, як мова стає не лише середовищем для бізнесу, але й активом сам по собі, іноді виступаючи як торговельний бар'єр..

Держави та бізнескладають значні зусилля та ресурси у розвиток мови, розглядаючи її як ключовий інструмент для збереження культурного і національного ідентитету. У книзі "Мова і економіка" Флоріан Кульма докладно аналізує витрати держави і бізнесу на мову. Він розглядає мову як товар і наводить приклади того, як мови можуть функціонувати як окремі економічні системи.

Окремий акцент робиться на соціально-економічних умовах, які можуть (або не можуть) сприяти розвитку певних мов. Зазначається, що поширення мови сильно залежить від економічних обставин, а мова може виступати як символічний вияв влади. Однак зміни на мовній карті світу свідчать про те, що поширення мов також тісно пов'язане з економічними подіями у світі.

Кульма підкреслює, що надання економічної цінності конкретній мові означає присвоєння їй певних привілеїв та влади, пов'язаних із цією мовою. Проте, багато мовних спільнот прагнуть до цього без урахування взаємних витрат на вивчення мов, іноді створюючи нерівновагу в мовній політиці та

порушуючи принципи лінгвістичної справедливості.

Зі слів Віталія Радчука, доцента Інституту філології КНУ імені Т. Шевченка: «Економічний вимір мови ще й у тому, що вона сама є товаром. У Британії, за даними газети «Санді Таймс», ще років 15 тому англійська мова займала шостий рядок у списку експортних товарів і давала щорічно 3 мільярди доларів прибутку. Не менше заробляють на мові США і Австралія. Мову купують і продають. На цьому хтось заробляє ще й політичний капітал. Дбаючи про інтереси націй і мовне розмаїття, Євросоюз на переклади офіційно виділяє щороку 1 000 000 000 євро. На такі гроші сяк-так могла би прожити вся Естонія чи Молдова. Торгувати українською мовою, зокрема й українськими перекладами з англійської та російської, нам було б дуже вигідно, якби дехто не продавав мову свого громадянства у переносному сенсі. А найбільша вигода від своєї мови саме господарська, бо споконвічну і питому мову народу як чинник порозуміння, відкриття світу і єднання для праці жодна інша ніколи не замінить. Її правове, культурне та ідеологічне приниження може призвести тільки до моральної депресії, душевної роздертості, соціальної нестабільності і спаду виробництва. Її підйом, навпаки, забезпечить нам повагу в Європі і світі.»

Справжня тенденція вивчення української мови за кордоном стає яскравою на тлі нинішньої війни, оскільки багато іноземців виявляють інтерес до української культури та історії. Українська мова стає об'єктом навчання, а українська музика та інші аспекти культурного надбання стають популярними. Це відкриває нові можливості для розвитку української мови на світовій арені, але водночас виносить на поріг важливий питання про самосвідомість українців за кордоном.

Важливою частиною цього процесу є популяризація української мови самими українцями, які знаходяться за межами країни. На жаль, існує проблема в тому, що часто самі українці за кордоном не знають або не бажають вивчати українську мову. Це може стати перешкодою для повноцінного розвитку української культури та мови в глобальному контексті. Щоб реальні зміни сталися в Україні, важливо розпочати з самого себе та активно сприяти

поширенню та розвитку української мови та культури у світі.

Мова – це результат суспільної взаємодії та праці, а не генетика. Вона є продуктом культурного спілкування, сформованого суспільством для задоволення потреб людей. Мова відіграє не лише роль засобу передачі думок і ідей, але й важливу функцію у будівництві економічних відносин. Її використання сприяє ефективній комунікації та розвитку економічних зв'язків між особами та групами в суспільстві.

Що ж дає русифікація України росії?

Питання риторичне, адже відповідь на нього наочно демонструється через призму економічних взаємозв'язків. Головний мотив – це гроші. Протягом періоду незалежності України в країну активно імпортувалася російськомовна література, кіно та пісні, які виготовлялися в росії. Вибір українців у більшості випадків припадав саме на російськомовний "товар". Цей тренд дозволяв північному сусідові отримувати значні фінансові вигоди. Отже, культурна російськомовна експансія призводила до втрат не лише на ідеологічному рівні, але й економічно. Поширення російської мови росією - це поширення їхнього продукту за межами їхньої держави. Це такий самий експорт товару, як для прикладу газ.

Спільне ставлення до україномовного вважалося низькосортним, що внесло свою лепту у розвиток ситуації. За відсутності попиту на українські культурні продукти та відсутності інтересу до них було складно залучити ініціативу для розвитку української мови та культури. Це створювало передумови для того, щоб інші національності, що поділяють подібну історію, також дозволяли московитам заробляти на них. Схожі помилки роблять інші країни, які вважають себе єдиною нацією чи єдиним народом.

Візьмемо, наприклад, Казахстан. Люди з подібною історією також знаходяться в російськомовному просторі і не розуміють, що сприяють заробітку московитів на своїй культурі. При цьому обмежену кількість фільмів чи серіалів, створених на казахській мові, складно знайти. Ті, що існують, часто супроводжуються російськими субтитрами або включають російськомовні

діалоги, надаючи московитам економічні переваги на цьому ринку.

Маємо чудовий приклад того, як південнокорейська музика (корейською мовою) взяла участь у підйомі економіки Південної Кореї. Музика та кінематограф стали справжньою рекламою для товарів та послуг цієї країни, відзначаючись ефективною самопрезентацією. В результаті цього підйому корейської економіки зростає популярність корейської мови в усьому світі.

Автомобілі, мода, пластична хірургія, косметика – усе це стало відомо завдяки успіху корейської культури та її медійних витворів. Зростає інтерес до корейської мови серед шанувальників культури, які бажають розуміти своїх улюблених акторів чи вивчити тексти пісень. Це викликало також збільшення туристичного потоку, оскільки багато подорожуючих готові витратити гроші, щоб відвідати Корею, вивчити її традиції та насолоджуватися культурою. Корейці, піднісши свою рідну мову на рівень світового ринку, встановили унікальний тренд для своєї країни.

Українська мова є не лише засобом комунікації, а й потужним інструментом для розвитку та підтримки власної економіки. Збільшення попиту на українську мову може призвести до росту пропозицій україномовних товарів та послуг, що, в свою чергу, сприятиме підтримці внутрішнього ринку та зміцненню економіки країни.

Спілкування українською, підтримка власної культури та мови – це не лише спосіб зберегти історичну та культурну спадщину, але й активний внесок у становлення сильної та конкурентоздатної нації. Розуміння економічного потенціалу мови може визначити її роль у формуванні сучасного суспільства та підтримки розвитку бізнесу.

РОЗДІЛ II

2.1 Вплив, перспективи та сучасний контекст української мови в ЗМІ

Мова відображає етнічну приналежність та стає носієм нематеріальної культурної спадщини, відтіняючи ознаки формування та розвитку нації, особливості мислення та адаптації до зовнішнього середовища. У сучасних умовах військової агресії з боку російської федерації проти України, мовне питання стає ключовим не лише як інструмент війни проти "денацифікації" та "деукраїнізації", а й як потужний чинник формування національного бренду "Україна" на світовій арені. Цей бренд стає символом супротиву і незламності, сприяючи позитивному іміджу та репутації України в міжнародному співтоваристві. Незважаючи на те, що російське військове вторгнення розпочалося ще у 2014 році, саме 2022 рік виступає як період мовного і культурного відродження України. Це стимулює українців переосмислювати своє культурне коріння та національну ідентичність, а також допомагає позбутися негативного стереотипу про Україну як частину пострадянського простору, що зміцнює авторитет держави у світовій спільноті та сприяє утвердженню національного бренду країни.

Мовне питання тісно переплетене з процесами самоусвідомлення та світоглядної орієнтації сучасної української особистості та держави. Дослідження у цьому напрямку проводила Л. Заболоцька (2012), зосереджуючись на ролі мови в умовах глобалізації культурно-освітнього простору. І. Костиря (2019) займалася вивченням проблем розвитку української мови і культури в євроінтеграційній стратегії України. О. Білецька (2020) висвітлювала питання мовної політики та національної ідентифікації в Україні. Ці дослідження спрямовані на розуміння важливості мови як елементу культурної

спадщини та національної самосвідомості в умовах взаємодії з глобальними процесами.

Проблема мовного питання в Україні завжди була актуальною. У останні декілька років активно розробляються та впроваджуються нові законопроекти, спрямовані на вирішення цієї проблеми та підтримку української мови. В українському законодавстві існує окремий закон, який визначає українську мову як єдину державну та гарантує її функціонування у всіх сферах суспільного життя на території України. Мова йдеться про закон "Про забезпечення функціонування української мови як державної".

Починаючи з 16 січня 2022 року, набула чинності 25 стаття Закону про державну мову, яка стосується сфери друкованих ЗМІ. Ця стаття включає 5 пунктів, в яких визначені правила, якими повинні керуватись друковані засоби масової інформації.

Закон, пов'язаний із українською мовою, пройшов безліч змін і доопрацювань. Політики внесли свій внесок і запропонували понад дві тисячі поправок. Попри внесені зміни, після майже двох місяців обговорень та за підтримки 278 депутатів, Верховна Рада прийняла закон "Про забезпечення функціонування української мови як державної".

Від моменту прийняття закону 25 квітня 2019 року і до введення в дію 25 статті закону у друкованих ЗМІ пройшло 2,5 роки. Починаючи з 16 січня 2022 року, видавці газет і журналів зобов'язані випускати друковані ЗМІ у різних мовних версіях, причому одна з них обов'язково повинна бути українською. Порухення цього вимоги каратимуться штрафом. Перша порушення передбачає штраф від 400 до 500 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а при повторному порушенні протягом року санкція зростає до 700 неоподатковуваних мінімумів.

Однак передбачено виняток. Правила щодо національних і регіональних друкованих ЗМІ набудуть чинності негайно, а для місцевих видань вони почнуть застосовуватися через 30 місяців після ухвалення закону, що припадає на літо 2024 року.

Хоча закон на перший погляд може здаватися ефективним, власникам друкованих ЗМІ доведеться мати справу з декількома нюансами, які можуть виявитися неочевидними або стати підводними каменями.

Ще одним важливим нюансом є обов'язковість однаковості мовних версій за змістом і обсягом. Це правило може суттєво підвищити вартість видання газет та журналів, якщо власники вирішать друкуватись двома мовами. Крім того, існує ризик того, що українські версії видань можуть бути дорожчими та виходити пізніше через більше затрат часу і коштів на їх переклад.

«Як на мене, ще не вистачає уточнення щодо того, що ціна на такі друковані ЗМІ державною та іншою мовою має бути однаковою, в іншому випадку, як мінімум, чітко визначеною та обґрунтованою задля уникнення маніпуляцій. Щодо газет та журналів не знаю, але на книжковому ринку є випадки, коли та сама книга російською мовою дешевша, ніж україномовна версія, а отже більш доступна для аудиторії», – коментує філологиня та мовна експертка Діана Горбатюк.

Іншим важливим аспектом є можлива втрата значної частини аудиторії, яка звикла отримувати інформацію через російськомовні ЗМІ. Це може різко зменшити прибутки друкованих засобів масової інформації, які раніше орієнтувалися на російськомовну аудиторію. Умови нового закону можуть спричинити значні зміни в медіа-ландшафті та викликати виклики для видань, які в основному виробляли контент на російській мові.

Експертка з мовного питання Юлія Бандура пропонує звернути увагу на 5 пункт 25 статті: *«Мені здається будуть проблеми з 5 пунктом про друковані засоби масової інформації, що видаються винятково кримськотатарською мовою, іншими мовами корінних народів України, англійською мовою, іншою офіційною мовою Європейського Союзу, на які не поширюються деякі з попередніх вимог. Особливо на території, де “рускогаварящіє” не вміють відрізняти мову корінних народів та іноземну, себто російську і будуть маніпуляції, от їм можна, а нам ні, утискають. На мою думку до цього пункту потрібно зробити якусь інформаційну кампанію для просвітлення люду чому*

так, а не так».

Редакції багатьох ЗМІ вже до 16 січня перейшли на українську мову. Наприклад, на початку грудня українізувався журнал ELLE Ukraine, а на початку січня на українську мову перейшли Playboy Ukraine, газета "Вести", "КП в Украине", "Факты и комментарии" та журнал "Фокус". Також повністю українською мовою почали видаватися всі видання UMH Group, такі як "Корреспондент", "Футбол", "Теленеделя", а також журнали "Бурда" і Viva.

Відзначається, що більшість редакцій відмовляється від російськомовної версії та повністю переходить на українську. Зазначається, що видавати дві версії виявляється нерентабельним, як повідомляє "Детектор медіа".

Хоча деякі проблеми та виклики можуть виникнути внаслідок переходу на українську мову в ЗМІ, загальні перспективи є втішними. ЗМІ та її аудиторія поступово адаптуються до україномовного контенту, ще з часу чинності 24 статті закону про державну мову у сфері телебачення і радіомовлення. Поступова українізація в ЗМІ та інших сферах суспільного життя розглядається як лояльний шлях для впровадження та збереження української мови.

На вересень 2022 року, за результатами моніторингу, виявлено, що сім з п'ятдесяти найпопулярніших онлайн-медіа порушують закон про державну мову. Це свідчить про те, що у деяких інтернет-засобах масової інформації можуть виникати проблеми з виконанням вимог щодо використання української мови відповідно до законодавства.

Видання "Багнет" та "Голос.UA" подають свій контент виключно російською мовою. Пять інших видань, а саме "РБК-Україна", "Політека", "Хвиля", "Вести" та "Ракурс", не забезпечують завантаження українськомовної версії за замовчуванням. Це може вказувати на те, що ці медіа порушують вимоги закону про державну мову, який передбачає обов'язок використання української мови в інформаційних ресурсах на території України.

З дослідження здійсненого секретаріатом уповноваженого з захисту державної мови видно, що 43 з 50 медіа відповідають вимогам закону України про державну мову. З цих видань шість представляють свій контент виключно

українською мовою, а саме: «Суспільне», «Zaxid.net», «Радіо Свобода», «Новинарня», «Коментарі», «Подробиці». Це може свідчити про певний прогрес у виконанні мовних стандартів українськими медіа.



За підсумками моніторингу, найчастіше українськомовна версія сторінки містить більшу кількість текстів, порівняно з версіями іншими мовами, та однакову з російськомовною. Натомість англійською подається значно менше розділів, інформаційних повідомлень, а також нових публікацій. Українське національне інформаційне агентство «Укрінформ» також послуговується іспанською, німецькою, французькою, польською та японською мовами.

Стаття 27 Закону України «Про забезпечення функціонування української

мови як державної» передбачає, що сайти держустанов, ЗМІ та інтернет-магазинів мають містити інформацію українською мовою, українськомовна версія має завантажуватися за замовчуванням.

Media Development Foundation представив результати щорічного дослідження про стан українських незалежних регіональних редакцій за рік повномасштабного російського вторгнення.

Однією з цілей цього дослідження було порівняння стану медіа під час перших шалених місяців великої війни та в ситуації сьогодення — порівняно невеликих зміщень лінії бойового зіткнення, звикання до страшних новин, втрати чутливості до відео та фото з війни.

Війна змінила територіальний фокус у медіа. Рятуючись від війни, українці переїжджали, але далі стежили за новинами у своєму рідному місті, а також у місті, в яке вони переїхали, та за національним контекстом. Редакції намагалися задовольняти ці потреби.

Медіа, принаймні географічно, стали мислити ширше — виходити за межі свого населеного пункту й навіть області. Дехто вважає, що тепер може розширитися на всю країну:

- **45,5% редакцій** орієнтуються на всю область або кілька сусідніх областей;
- **порівну (по 25%)** визначають своїм основним фокусом район/громаду присутності та всю Україну;
- **4,5% редакцій** експліцитно зазначають, що не мають територіальної прив'язки, але все ж орієнтуються на ВПО.

Крім України, медіа бачать свою аудиторію і за кордоном. Зовнішніх мігрантів як цільову аудиторію розглядають майже всі медіа — 93,2%.

Переважна більшість опитаних медіа (81,9%) ведуть свої канали комунікації винятково українською мовою. 9% медіа мають як українську, так і російську версію сайту — це медіа зі східного регіону, а наявність російської версії досі зумовлена потребою їхніх аудиторій. Проти попередніх років, саме в період з 2022 до 2023 року відчутно зменшилася кількість російських версій

медіа. 2021 року російськомовні версії матеріалів мали 25% ресурсів, після початку великої війни, у перші місяці, таких було 20%.

Інші 9% редакцій ведуть свої сторінки українською й англійською мовами. Частина редакцій планують виходити на міжнародну аудиторію, розвиваючи свої англомовні сторінки для нагального інформування іноземців про події в Україні. У попередні роки кількість редакцій, що перекладали матеріали англійською, була меншою.

На порталі уповноваженого із захисту державної мови опублікували статистику згідно якої за 5 місяців 2023 року на адресу уповноваженого із захисту державної мови надійшло 1650 звернень громадян про порушення Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної».

Найбільше звернень (555) стосуються відсутності української версії інтернет-сайтів, 287 звернень — порушень безпосередньо під час обслуговування, 108 — у сфері надання інформації про товари й послуги.

Так, 555 звернень стосуються відсутності української версії сайтів інтернет-магазинів та веб-сайтів, через які здійснюється обслуговування споживачів, 287 звернень - порушень безпосередньо під час обслуговування, 108 - у сфері надання інформації про товари і послуги.

Також громадяни продовжують нарікати на недотримання вимог законодавства щодо мови інформації для загального ознайомлення (ст. 28). За 5 місяців 2023 року надійшло 240 звернень громадян щодо зовнішньої реклами та вивісок.

Окрім того, українці продовжують нарікати на недотримання вимог законодавства щодо мови інформації для загального ознайомлення. За 5 місяців 2023 року надійшло 240 звернень громадян щодо зовнішньої реклами та вивісок.

Зважаючи на кількість контенту російською мовою, а також рекомендації пошукової системи, у багатьох українців сформувалась звичка гуглити російською. Про це свідчать щорічна аналітика від Google про найпопулярніші

запити та дискусії в соцмережах.

З початком війни мовні вподобання українців змінились: дехто почав свідомо бойкотувати російськомовний контент в інформаційному просторі, а також змінювати налаштування пошуку, щоб виключити російські сайти у видачі.

Оскільки ситуація в пошуку змінюється просто зараз, для перевірки мовних вподобань на тлі війни застосуємо Трендові запити від Serpstat. Інструмент збирає пошукові запити, популярність яких стрімко зростає, в режимі реального часу, тому саме за цими даними можна відслідкувати зміни пошукової поведінки найшвидше.

Так, за допомогою Трендових запитів ми зібрали два пули популярних ключових фраз за однаковий проміжок часу до та після 24 лютого 2022 року.



Таким чином, до початку війни три чверті запитів були російською мовою, після початку російської агресії в Україні, частка запитів українською зросла до 35% (+10% до попереднього показника). Для SEO-спеціалістів і контент-маркетологів це хороша новина, оскільки попит на український контент зростатиме і є шанси зайняти ніші, в яких раніше переважали російськомовні сайти.

Далі, за кожним з аналізованих запитів українською, ми перевірили доступність результатів в пошуку державною мовою. Для цього провели

Парсинг топу, зібрали дані та визначили мову сніпетів з ТОП-100 Google, та підрахували співвідношення результатів різними мовами.

Парсинг топу фіксує сторінки видачі в режимі реального часу, згідно з запитам, обраним регіоном та мовою з параметру, який ви задаєте додатково (подібні результати можна побачити, перевіривши видачу з режиму «Інкогніто»).

Якщо мовний параметр не задано — фіксується державна мова вашого регіону. Ці дані дозволили побачити співвідношення результатів українською, російською, та англійською мовами, на які натрапив наш парсер в ТОПі пошукової системи.

Результати свідчать про те, що хоч сторінки українською мовою й значно переважають за кількістю російськомовний контент, російськомовні джерела все ж ранжуються за запитами українською у видачі. Проте, позиції цих сайтів зазвичай досить низькі, в ТОП-10 — здебільшого україномовні ресурси.

Ми зібрали думки експертів на рахунок важливості дій з українізації пошуку:

Попит породжує пропозицію. Нажаль в Україні частотність україномовних запитів нижча, ніж російськомовних. А це в свою чергу має вплив на дані, які аналізують власники бізнесів та маркетологи компаній. Дивлячись на сухі цифри, вони часто віддають перевагу російськомовним запитам. Роблять російську мовну версію пріоритетнішою та кращою, ніж українська.

Якщо ми будемо гуглити українською, то зламаємо цю тенденцію, а бізнеси, які орієнтувались на українську мову зароблятимуть більше. Це стосується й некомерційних запитів, якщо ми частіше шукатимемо відповіді на питання в Google українською, то зросте зацікавленість вебмайстрів створювати україномовні сайти, перекладати класний іноземний контент на українську, щоб на цьому заробляти. Говорить Марко Федоренко, автор телеграм-каналу SEO Ideas.

Тенденції свідчать про те, що попит на україномовний контент зростатиме, SEO спеціалісти оптимізуватимуть сайти до вимог пошукових систем з огляду

на мовні вподобання, а лідери думок більше транслюватимуть свої твердження українською. Тож це чергова можливість плекати українську мову.

У сучасному світі міжнародний діалог та міжнародна взаємодія спираються на публічну дипломатію, яка є важливою частиною стратегічних комунікацій держави, системою заходів, ефективність яких залежить від здатності привабити та зацікавити іноземну спільноту своєю культурою, особливостями суспільства, інформацією про власну державу, для того щоб схилити думки мільйонів на власний бік. Тому національний брендинг, мета якого полягає у формуванні позитивного сприйняття України, створенні її позитивного міжнародного іміджу та репутації, сьогодні стає потужним інструментом просування зовнішньополітичних інтересів нашої держави за кордоном, адже в умовах повномасштабної війни тема України постійно присутня в міжнародному медіа- та інфопросторі. З 1991 року нова незалежна держава не приділяла значної уваги питанню налагодження комунікацій з громадськістю інших держав та не впливала на формування суспільної думки населення інших країн про себе, що сприяло б поінформованості про Україну та формуванню іміджу надійного актора міжнародних відносин. До початку російського вторгнення у 2014 році міжнародний імідж та репутація нашої країни у світі формувалися під впливом різних чинників, на які значно впливав факт минулого перебування України у складі Радянського Союзу, пережитки якого сприяли формуванню викривлених та хибних уявлень про державу у певних регіонах світу. Проте саме ці обставини, в яких опинилась Україна, наштовхнули офіційну владу на пошуки ефективного інструментарію у сфері «м'якої сили», нового засобу промоції України за кордоном — впізнаваності країни та її культурного розмаїття. У 2016 році Кабінет Міністрів України на чолі із Прем'єр-міністром України А. Яценюком затвердив «Довгострокову стратегію розвитку української культури — стратегію реформ», яка мала на меті забезпечити провідну роль культури в розбудові майбутнього України, включно з усіма формами мистецтва, культурним самовираженням, культурною спадщиною та культурними індустріями, які закладатимуть

культурну політичну основу демократичної держави європейського рівня на наступні десять років (Кабінет Міністрів України, 2016).

Оцінюючи наявні проблеми щодо відкритості культурної сфери для сучасних світових процесів розвитку, можливості взаємодії на міжнародному рівні окремих громад, груп та індивідів, Стратегія передбачала докладання і координацію зусиль у подоланні стереотипів минулого, поширенні інформації про культуру сучасної України та надбання у науковій сфері як інструменту підвищення ефективності культурної дипломатії і розвитку міжнародного партнерства (Кабінет Міністрів України, 2016).

У контексті популяризації української мови у світі доречним є звернути увагу на науково-освітню дипломатію як напрям публічної дипломатії, що має на меті створити належні умови для міжнародної співпраці в галузі освіти і науки, зокрема такому суб'єкту, як «сприяння залученню іноземних студентів до навчання в Україні» (Кулеба та ін., 2021, с. 14). Відповідно до ст. 48 «Мова освітнього процесу в закладах вищої освіти» Закону України «Про вищу освіту» (Верховна Рада України, 2014) Міністерство освіти і науки України (2022) на своєму офіційному сайті зазначає, що іноземні громадяни мають змогу навчатися у закладах вищої освіти України як українською, так і англійською мовами, які є основними мовами навчання у ЗВО України, що у свою чергу має на меті опанування української мови як іноземної як основної мови навчання чи додатково обов'язкової за умов навчання за англomовними освітніми програмами.

Наприкінці лютого 2022 року, намагаючись зупинити незворотні культурні зміни в Україні, путін розпочав «денацифікацію» України, зворотно від своєї мети ставши рушійним поштовхом піднесення української мови та каталізатором культурних змін, які не лише зміцнили українську національну ідентичність та посилили стійкість українського населення, але й створили світовий бренд — символ «незламності», коли українська мова стала зброєю, інструментом війни, захистом і символом нескореності, змінивши світ. Як наслідок, війна в Україні популяризувала українську мову в

міжнародній спільноті.

За рік та шість місяців з початку повномасштабного вторгнення Росія скоїла 529 злочинів проти журналістів та медіа в Україні. Про це свідчать дані моніторингу російських злочинів проти журналістів та медіа, що здійснює Інститут масової інформації.

Загалом з початку повномасштабного вторгнення Росії на територію України окупанти:

- вбили 66 журналістів, з них 10 – під час виконання професійної журналістської діяльності. Росіяни вбили шість іноземних та 60 українських журналістів;
- 22 рази захоплювали або викрадали медійників. Зокрема, наразі в полоні окупантів лишаються журналіст УНІАН Дмитро Хилук та журналістка з тимчасово окупованого Мелітополя Ірина Левченко;
- поранення внаслідок російських обстрілів отримали 24 журналісти. Зокрема, журналісти зазнавали контузій, переломів, осколкових поранень і травм кінцівок.

За півтора року повномасштабного вторгнення росіяни 16 разів обстріляли українські телевежі, які є цивільними об'єктами. Це спричиняло зникнення телевізійного та радіомовлення в 9 регіонах України.

Також унаслідок вторгнення щонайменше 233 українських медіа припинили повністю або частково свою діяльність. ЗМІ змушені були закриватися через прямі погрози з боку російських окупантів, захоплення редакцій, неможливість працювати в умовах тимчасової окупації, руйнування приміщень редакцій та фінансову кризу.

Наразі ІМІ зафіксував 55 таких атак на сайти ЗМІ, що висвітлюють війну. Також ІМІ зафіксував 67 випадків погроз журналістам та редакціям як центральних, так і регіональних медіа. Окупанти як фізично погрожували (приходили додому до журналістів чи до їхніх батьків), так і залякували в інтернет-просторі (розсилали електронні листи з погрозами кримінальним переслідуванням, ув'язненням, тортурами, допитами).

Загалом протягом липня-серпня 2023 року ІМІ зафіксував п'ять порушень свободи слова, які вчинила росія, — поранення журналістів, кібератаки та юридичний тиск на медійників.

2.2. Економічний контекст мовної культури і шляхи збалансування комунікативних і символічних функцій мови в ЗМІ

В Україні набули чинності нові норми закону "Про забезпечення функціонування української мови як державної", які передбачають посилення присутності української мови в громадському просторі. Ці норми охоплюють сферу культури, розваг, туризму, видавництва книг та роботи книгарень, кіноіндустрії, а також демонстрації фільмів у кінотеатрах і на телебаченні.

Наприклад, відтепер всі фільми та серіали на телеканалах повинні транслюватися українською мовою. Це означає, що іноземні фільми мають дублюватися або озвучуватися українською мовою. Однак на стрімінгових платформах, крім української мови, фільми можуть також мати аудіодоріжки іншими мовами.

Проте, ці законодавчі норми могли і не набути чинності через спроби народних депутатів затримати їх введення. В травні 2021 року Микита Потураєв та Євгенія Кравчук внесли до Верховної Ради законопроект № 5554 "Про внесення змін до деяких законів щодо підтримки вітчизняних виробників теле- та кінопродукції в період встановлення карантину у зв'язку із поширенням

на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2", а пізніше Олександр Санченко зареєстрував альтернативний проєкт закону № 5554-1. Ці документи передбачали, що обов'язковість показу фільмів українською мовою вступить в дію "через два місяці від дня скасування карантину". Ам 14 червня представники політичної партії "Європейська солідарність" та громадські активісти перешкодили проведенню засідання Комітету гуманітарної та інформаційної політики, на якому планувалося розглядати ці законопроєкти.

Медіагрупи та продакшен компанії, серед яких «1+1 медіа», StarLightMedia, «Медіа Група Україна», Inter Media Group, ТОВ «Стар медіа», Art Forms Production Filmstream та Ivory Films, висловили підтримку цих законопроєктів. Вони зосередили увагу на аспекті законопроєктів, що стосується неперервного функціонування теле- та кінопродукції. Протилежно, кінематографісти, журналісти та представники телеіндустрії України закликали депутатів не підтримувати ці законопроєкти.

У контексті обговорень щодо мовного закону, президент Володимир Зеленський висловив свою позицію з приводу мовних квот на телебаченні. Він виступив за заміну мовних квот на систему заохочень до створення україномовного контенту. Згідно з його словами: "Треба не щось там забороняти, я так вважаю. Давайте зробимо проєкт на п'ять років, і не будемо брати податки з усіх компаній, які виробляють контент українською мовою. Хочуть англійською, російською, угорською, польською — нехай роблять цей контент і сплачують усі податки тощо". Він також зазначив, що "україномовному контенту складно конкурувати з російськомовним".

Важливо розробляти системну політику щодо популяризації використання української мови. Наприклад, цільові орієнтири такої політики закріплені у Стратегії популяризації української мови до 2030 року "Сильна мова — успішна держава". Проте, для досягнення успіху ці заходи мають включати:

- Мотивацію населення України використовувати українську мову, оскільки люди використовують мову, яка відповідає їхнім цільовим

аудиторіям.

- Розширення сфери застосування української мови серед дітей та молоді як необхідного елемента національно-патріотичного виховання, спрямованого на системне поліпшення ситуації в майбутньому.
- Забезпечення доступності всіх послуг та інформації про товари українською мовою, що стимулюватиме перехід до української мови, зокрема, у бізнесі, що сприятиме зростанню використання української мови.
- Формування цілісного інформаційно-культурного простору через україномовний контент. Наприклад, серіали, які дубльовані українською мовою, можуть формувати україномовне покоління, підкреслюючи важливість використання української мови як сучасної, культурно значущої та модної. Такі серіали, як "Район Мелроуз", "Бeverлі Хіллз 90210", "Елен і друзі", "Альф", "Даллас", "Друзі" та "Баффі: винищувачка вампірів", відіграють важливу культуроутворюючу роль, переконуючи глядачів у сучасності та актуальності української мови.

Для досягнення цілей популяризації української мови важливо вживати не лише санкційну політику, яка передбачає штрафи за порушення, але й політику популяризації та заохочення.

Цей комплексний підхід, який включає монетарні та немонетарні заходи, може допомогти швидко й ефективно змінити ситуацію. Деякі можливі заходи включають:

1. Заохочення використання української мови: Наприклад, надання податкових пільг або інших фінансових стимулів для компаній та організацій, які активно використовують українську мову в своїй діяльності.

2. Підтримка україномовних проектів: Надання фінансової підтримки та грантів для україномовних медіа, кінокомпаній, видавництв та інших культурних ініціатив.

3. Розвиток освіти та культурних програм: Збільшення інвестицій у навчальні заклади, що пропагують українську мову та культуру. Організація культурних заходів та фестивалів, що сприяють популяризації української мови.

4. Створення україномовного контенту: Підтримка створення та поширення україномовних програм, фільмів, серіалів та іншого медіа-контенту.

5. Підвищення свідомості громадськості: Проведення освітніх кампаній та інформаційних заходів, які спрямовані на підвищення усвідомленості громадськості щодо важливості використання української мови.

Мова виступає як гарантія національної безпеки, територіальної цілісності, національної свідомості та історичної пам'яті. Правильне закріплення в законодавстві, ясність та прозорість у мовній політиці є ключовими для ефективного управління взаємовідносинами в суспільстві.

Мовна політика сприяє захисту та гармонізації суспільних, групових та індивідуальних інтересів. Це один із основних аспектів державного управління, який відображає суверенітет, політичну владу та організацію управління.

Проблеми, пов'язані з мовною політикою, можуть мати серйозні наслідки для миру, спокою та гармонії в країні. Невирішені конфлікти та недоліки у мовній сфері можуть призвести до загострення внутрішніх напруг та конфліктів, що негативно впливає на стабільність суспільства та його можливості для розвитку.

Мовна політика країни відображає реальний стан суспільства, від елементарного взаєморозуміння між людьми до спілкування держави з її громадянами. Забезпечення підтримки та розвитку державної мови є важливим кроком у зміцненні позицій країни всередині та за її межами. Свобода використання рідної мови меншинами свідчить про цивілізованість, демократичні цінності та захист прав людини і громадянина.

Регулювання мовної політики - це стратегічно важливе завдання, яке потрібно враховувати разом з іншими аспектами розвитку нації. Правильна та чітка стратегія мовної політики має бути закріплена в законодавстві,

враховуючи особливості країни в цілому та потреби регіонів.

Один із ключових аспектів правового регулювання та втілення мовної політики полягає у захисті мов національних меншин в Україні. Згідно зі статтею 10, частиною 3 Конституції України, гарантується вільний розвиток, використання і захист російської та інших мов національних меншин України. Це положення конкретизується в Законі України "Про національні меншини України", де статтею 6 передбачено, що держава гарантує користування та навчання рідною мовою.

Міжнародно-правовою основою, що регулює це питання в Україні, є Європейська Хартія регіональних мов або мов меншин. Цей міжнародний документ відіграє важливу роль у захисті мов, які потребують цього. Проте, український переклад цього документа містить ряд неточностей, які спричиняють колізії та ускладнюють його практичну реалізацію.

Загальний аналіз стану правового регулювання мовної політики в Україні переконує, що необхідно негайно закріплювати це питання необхідною юридичною базою. Невідкладність вирішення полягає в тому, що мовне питання пронизує усі сфери суспільного життя. Неурегульованість та неточність в цій сфері створюють багато суперечностей, які постійно загрожують суспільним проблемам.

З іншого боку, регулювання мовної політики потребує значної уваги на законодавчому рівні, оскільки мова є ключовим аспектом у житті людини. Через мову вона виражає себе, соціалізується та передає найцінніше культурне надбання у спадок.

Громадяни колишніх пострадянських країн, які тепер опинилися в Європейському союзі, дійсно мають можливість влаштовуватися на роботу в більш розвинутих державах цього об'єднання. Відзначається, що вже сьогодні країни, такі як Польща, Угорщина, Румунія, та Болгарія, відчувають дефіцит робочої сили. Це стосується не лише працівників на низькокваліфікованих роботах, а й кваліфікованих спеціалістів.

Керівництво цих країн розглядає Україну як потенційного донора

робочої сили через низькі рівні заробітної плати, які переважають в Україні серед країн Європи. Це стимулює українців виїжджати за кордон у пошуках кращих умов оплати праці.

Цей явище свідчить про складні економічні та соціальні реалії в Україні, а також про важливість ефективної економічної політики та стратегій збереження та залучення кваліфікованих кадрів до країни.

Представники національних меншин, які отримують освіту в Україні та володіють відповідними національними мовами, можуть стати цінними кадрами для розвинених країн Європи, таких як Польща, Угорщина, Румунія та Болгарія. Ці люди часто мають достатню кваліфікацію та готовість до роботи за кордоном.

Зауважується, що Україна інвестує значні кошти у підготовку фахівців, які потім можуть виїхати за кордон. Однак, наявність оголошень про роботу в інших країнах на українських вулицях свідчить про широкомасштабну міграційну тенденцію.

Варто враховувати, що мова, її вивчення та культурне спадщина дійсно є економічним чинником. Залучення та розвиток культурних продуктів може мати значний вплив на економічний розвиток країни. Наприклад, відмова від ввезення російськомовної літератури може сприяти розвитку внутрішнього видавничого та культурного ринку.

Таким чином, розвиток мовної та культурної політики може вплинути на економічний розвиток країни та збереження її культурної ідентичності.

Процес видання українських творів за кордоном дійсно став важливим чинником для підняття інтересу до літератури, яка була раніше мало відома за межами України. Це може стати стимулом для розвитку внутрішнього книжкового ринку та популяризації української культури серед міжнародної аудиторії.

Проте, є певні виклики та обмеження у цьому процесі. Наприклад, популярність книжок серед європейської аудиторії не завжди відображає їхню популярність серед українських читачів. Те, що приваблює за кордоном, може

не завжди знаходити своє визнання в українському суспільстві.

Крім того, конкуренція на ринку прав на твори зростає, особливо між українськими видавцями за твори закордонних авторів та між українськими та російськими видавцями. Це вимагає від українських видавців більшої активності та ефективності в проведенні переговорів та плануванні видань.

У цілому, міжнародна популяризація української літератури може сприяти її розвитку та визнанню в світі, але потребує уважного аналізу ринкових тенденцій та взаємодії з міжнародними партнерами.

Зі слів Віталія Радчука, доцента Інституту філології КНУ імені Т. Шевченка: *«Економічний вимір мови ще й у тому, що вона сама є товаром. У Британії, за даними газети «Санді Таймс», ще років 15 тому англійська мова займала шостий рядок у списку експортних товарів і давала щорічно 3 мільярди доларів прибутку. Не менше заробляють на мові США і Австралія. Мову купують і продають. На цьому хтось заробляє ще й політичний капітал. Дбаючи про інтереси націй і мовне розмаїття, Євросоюз на переклади офіційно виділяє щороку 1 000 000 000 євро. На такі гроші сяк-так могла би прожити вся Естонія чи Молдова. Торгувати українською мовою, зокрема й українськими перекладами з англійської та російської, нам було б дуже вигідно, якби дехто не продавав мову свого громадянства у переносному сенсі. А найбільша вигода від своєї мови саме господарська, бо споконвічну і питому мову народу як чинник порозуміння, відкриття світу і єднання для праці жодна інша ніколи не замінить. Її правове, культурне та ідеологічне приниження може призвести тільки до моральної депресії, душевної роздертості, соціальної нестабільності і спаду виробництва. Її підйом, навпаки, забезпечить нам повагу в Європі і світі.»*

3.1. Власна ініціатива зі створення проєкту, спрямованого на активне поширення та популяризацію української мови в медійному просторі

В рамках популяризації української мови в інфопросторі та відмови від всього російського контенту, мною було взято участь в проєкті від найпопулярнішої української фанбази південнокорейського чоловічого кей-поп гурту, дуже відомого у всьому світі, BTS (кор. 방탄소년단, Bangtan Sonyeondan; читається як «Бантан Соньондан»). Дослівно назва означає «Куленепробивні Бойскаути». За словами одного з учасників J-Hope, вона символізує бажання гурту «протистояти стереотипам, критиці та очікуванням, які спрямовані на молодих людей, подібно до куль». Гурт був заснований у 2013 році під керівництвом компанії Big Hit Entertainment. У складі гурту шість учасників: RM (раніше відомий як Rap Monster), Джин, Suga, J-Hope, Чімін, V і Чонгук. Кожен член гурту має власні унікальні навички та особливості, але разом вони створюють синергію, яка привернула увагу мільйонів шанувальників по всьому світу.

Їхні музичні жанри охоплюють поп, хіп-хоп, R&B, та електронну музику. BTS вирізняються не лише музичним талантом, але й власноручним написанням текстів, аранжуванням та продюсуванням своїх пісень. Їхні альбоми і пісні завжди стають хітами як у Кореї, так і в інших країнах.

Гурт став глобальним явищем завдяки своєму величезному впливу в соціальних мережах, а також великій кількості прихильників, яких вони отримали під час своїх концертів та глобальних турів. BTS також активно залучаються до різних благодійних та соціальних ініціатив.

Починаючи з 2021 року BTS отримали світове визнання та численні музичні нагороди, включаючи премії Billboard Music Awards та American Music Awards, і здобули популярність в усьому світі як лідери кей-попу та глобальної музичної сцени. Вони також стали 5-ти кратними номінантами на найпрестижнішій музичній премії «Греммі».

Передумовою для створення проєкту стала воєнна агресія з боку РФ, яка нашоувнула українську фанбазу на незалежність від російської, які раніше хоч і прямо не мали співпраці, але підтримували один одного, оскільки міжнародні фанбази гурту BTS об'єднанні в один суцільний фандом, який називається A.R.M.Y (або ARMY).

ARMY - це офіційний фандом та армія шанувальників гурту BTS. Сам термін "ARMY" є скороченням від "Adorable Representative M.C for Youth". Члени ARMY — це прихильники та прихильниці BTS, які активно підтримують та обожнюють гурт.

Фандом A.R.M.Y визнаний за один з найсильніших та найактивніших фандомів у світі. Шанувальники BTS виявляють свою підтримку через різноманітні способи: від голосування за гурт на музичних нагородах до розміщення повідомлень та зображень в соціальних мережах, організації благодійних ініціатив та акцій.

Гурт BTS також має активні взаємодії зі своїми прихильниками, проводить онлайн-трансляції, де вони обговорюють свою творчість та взаємодіють з фанатами. Велика роль ARMY успіху BTS може бути пояснена сильним зв'язком між гуртом і його шанувальниками, а також їхньою здатністю ефективно мобілізуватися для підтримки у всіх аспектах діяльності гурту.

Головним завданням проєкту був пошук та об'єднання українськомовних шанувальників, які за стільки років звикли споживати контент виключно російською мовою, оскільки це було примусово і нав'язано навіть в цьому випадку, коли росіяни несли в собі типову для них риторику, що «ми всі єдині, нас об'єднує любов до гурту» і «мова не має значення».

Проєкт мав назву «Перший україномовний новинний інформаційно-розважальний Telegram-канал для шанувальників гурту BTS». Дата створення – травень 2022 року, всього через декілька місяців після повномасштабного вторгнення росії в незалежну Україну. Це був час, коли українське суспільство потроху починало оговтуватись, особливо після деокупації Київщини, Чернігівщини, Харківщини та перших успіхів на фронті біля східних та

південних областей.

Саме ці події створили передумови для піднесення національного духу, коли українці відчували, що вони можуть боротися: за територію, за волю, за мову, за людей. Продовжуючи боротьбу із меншовартістю, що стосувалося думок, що ми, українці, «не зможемо зробити такий же якісний продукт, який є в росії, і що навіть не варто намагатися». Але все виявилось зовсім протилежним.

Нараз інформаційний канал «UAverse | BTS News» нараховує більше 14600 підписників за досить короткий проміжок часу – трохи більше року. Канал є активним джерелом будь-якої інформації, що стосується діяльності та контенту гурту. Абсолютно всі новини в оперативному порядку публікуються на каналі, вчасно оповіщаючи шанувальників гурту в Україні. Команда, яка відповідає за створення та підтримку інформаційного каналу новин офіційно нараховує 40 людей, які займаються створенням різноманітного контенту. Сюди входить: власне канал новин українською; дубляж та створення субтитрів для відеоматеріалів українською мовою, публікація матеріалів на YouTube-канал та TikTok; організація різноманітних проєктів для шанувальників південнокорейського гурту в різних містах України; волонтерство.

На каналі новин працює вісім адміністраторів, які публікують дописи, шукають матеріали, відслідковують вихід та релізи нового контенту, займаються перекладом новин українською мовою з англійської, іспанської, португальської, німецької та корейської мов. Всі адміністратори володіють навичками копірайтингу, рерайтингу, редагування, перекладу та візуального оформлення публікацій.

Як детально виглядає робота адміністратора новинного каналу:

- початок публікації постів розпочинається щоденно о 08:00;
- якщо є якісь важливі новини, які необхідно оперативно опублікувати для підписників, то робота каналу займає всі 24 години в добу. Сюди входить оновлення соціальних мереж учасників (розповіді та публікації на платформах Instagram, Weverse, Twitter, TikTok, а

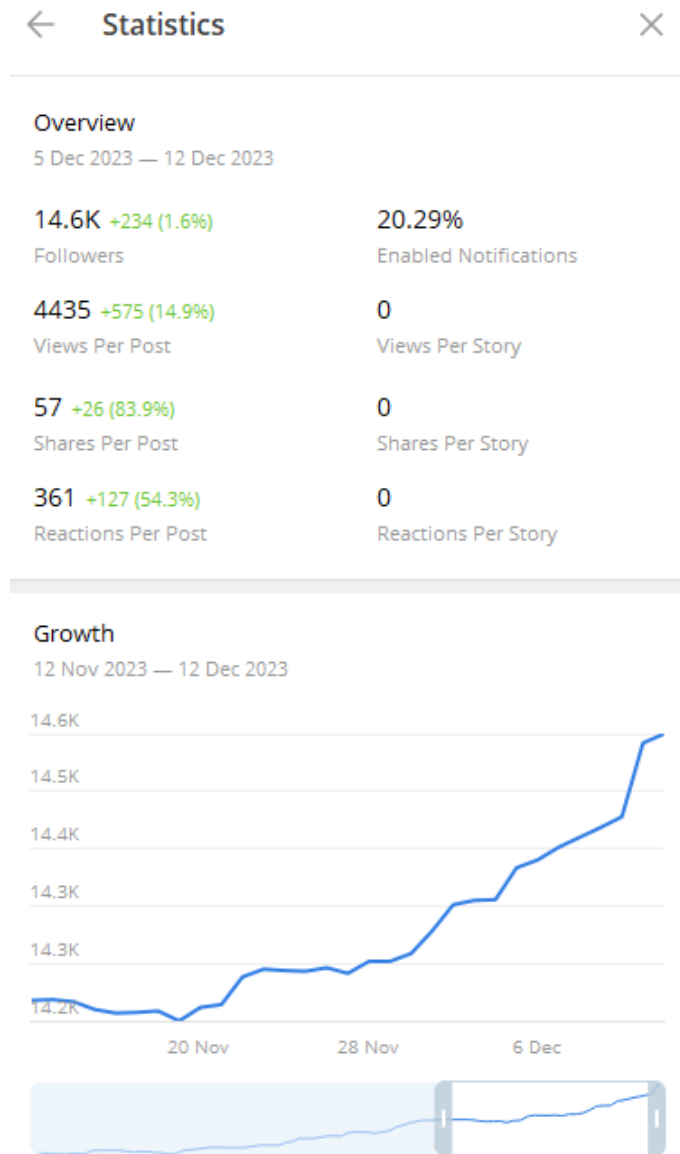
також прямі трансляції будь-кого із учасників);

- інтервал публікації постів зазвичай становить 30 хвилин, знову ж таки, це не враховуючи важливі оновлення, які публікують поза чергою;
- в першій половині дня публікуються статистичні дані (сюди входять досягнення учасників та гурту, статистика чартів на музичних стрімінгових платформах Spotify, Apple Music, YouTube та YouTube Music, чарт Billboard, iTunes, Deezer, MelOn та інші);
- друга половина дня присвячена публікації та написання статей на різну тематику розважального або інформаційного характеру із закликом до отримання фідбеку та початку обговорення в чаті для підписників;
- у вечірній час за графіком виходить інформація про новий контент гурту (це може бути повідомлення про вихід альбому та промо-розкладу контенту);
- починаючи близько о 22:00 публікуються пости розважального напрямку, дозволивши підписникам відпочити та перезавантажитися після насиченого новою інформацією дня (це публікації відео, підбірки кумедних моментів з шоу та інтерв'ю учасників);
- рівно о 23:00 виходить рубрика-дайджест «Головні новини за останні 24 години», яка підбиває підсумок за день та висвітлює найцікавішу та найважливішу інформацію, яку не варто пропускати.

Окрім подачі інформації та створення контенту для українського фандому, ціллю також є встановлення зв'язку з аудиторією, створення доброї та сприятливої атмосфери: цей проєкт покликаний об'єднати молодь, українських шанувальників гурту BTS, в міцну та процвітаючу спільноту, які можуть стати підтримкою один для одного та показати максимальну згуртованість в будь-яких випадках.

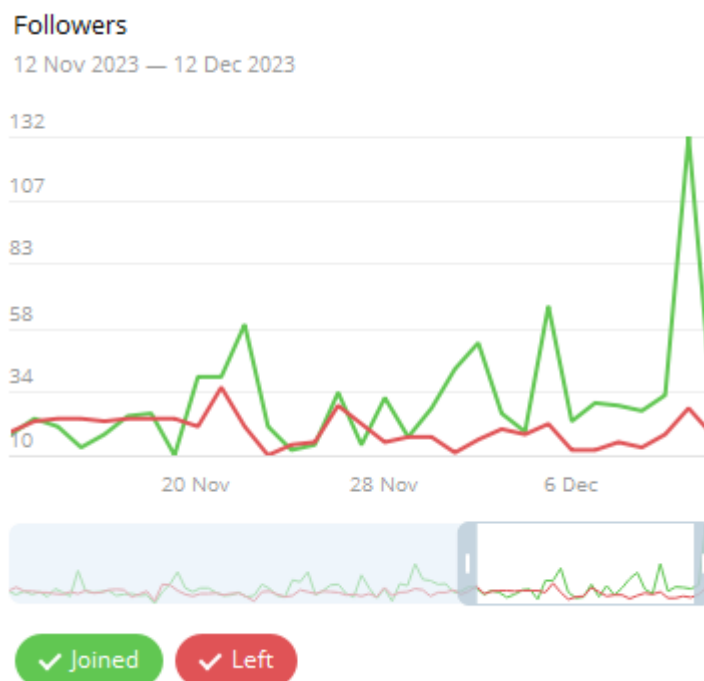
Статистика каналу показує велику активність. Кількість нових підписників, які «приходять» переважає кількість підписників, які залишають

канал, таким чином природно відбувається приріст аудиторії щоденно. На рисунку ми можемо спостерігати статистику каналу за період з 5 грудня по 12 грудня 2023 року.

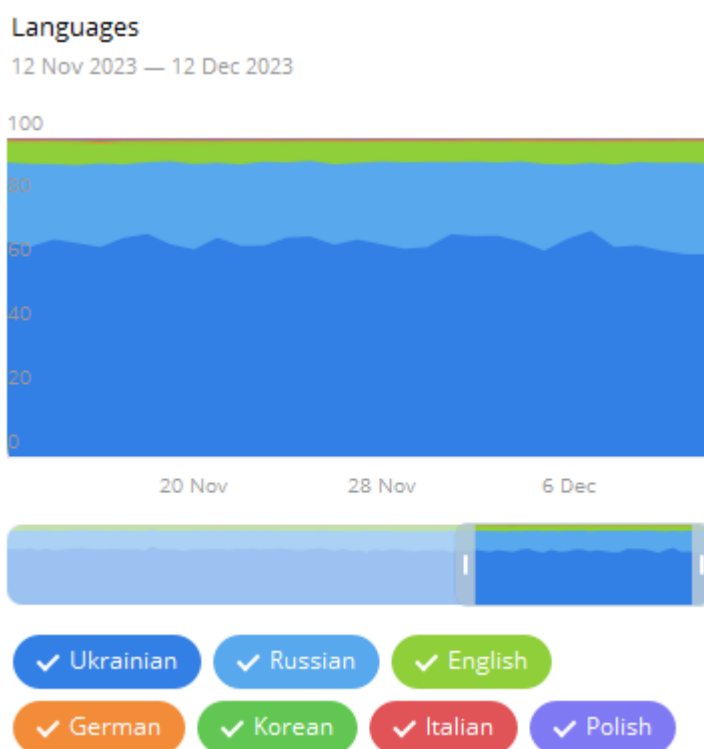


Статистика демонструє шалений ріст аудиторії, починаючи з періоду від 5 грудня 2023 року: додалося 234 людей за тиждень. Збільшуються і перегляди публікації за аналогічний період: на 575 переглядів кожна публікація на каналі в середньому. Також статистика показала, що все більше людей почали реагувати та взаємодіяти з публікаціями, залишати коментарі та реакції: на 127 більше реакцій в порівнянні з минулим тижнем.

Інша місячна статистика демонструє, що порівнюючи грудень та листопад місяць 2023 року, кількість людей, що приєдналися до Telegram-каналу виросла в рази. Це зображено на рисунку нижче:



Ще однією статистикою каналу є дослідження мови підписників, які активно коментують та беруть участь в обговоренні публікацій. Як ми бачимо на рисунку, переважаюча мова, звичайно, українська. Однак другою мовою за поширенням – є російська мова, яку використовують українці, які ще не зробили перехід на використання та вживання української мови у мережі Інтернет.



Проте ця статистика демонструє переважання української мови серед активної аудиторії, яка не просто споглядає, а активно себе проявляє в обговореннях та надає фідбек.

3.2 Дослідження економічного аспекту впливу української мови на власний проєкт Telegram-каналу музичної тематики

Створюючи україномовний проєкт, це сприяє збереженню та розвитку української мови, що є важливим для підтримки національної культури та ідентичності. Він може привернути увагу української аудиторії, яка шукає якісний контент на рідній мові, а також забезпечує вірну та вдячну аудиторію. Через наш проєкт ми можемо пропагувати культурні та інтелектуальні цінності, розповсюджувати ідеї та підтримувати розвиток культурної спадщини. Окрім того вести власний україномовний проєкт дозволяє виражати свою творчість, інноваційність та інтереси через мову, якою розмовляють українці і відчують себе найкомфортніше.

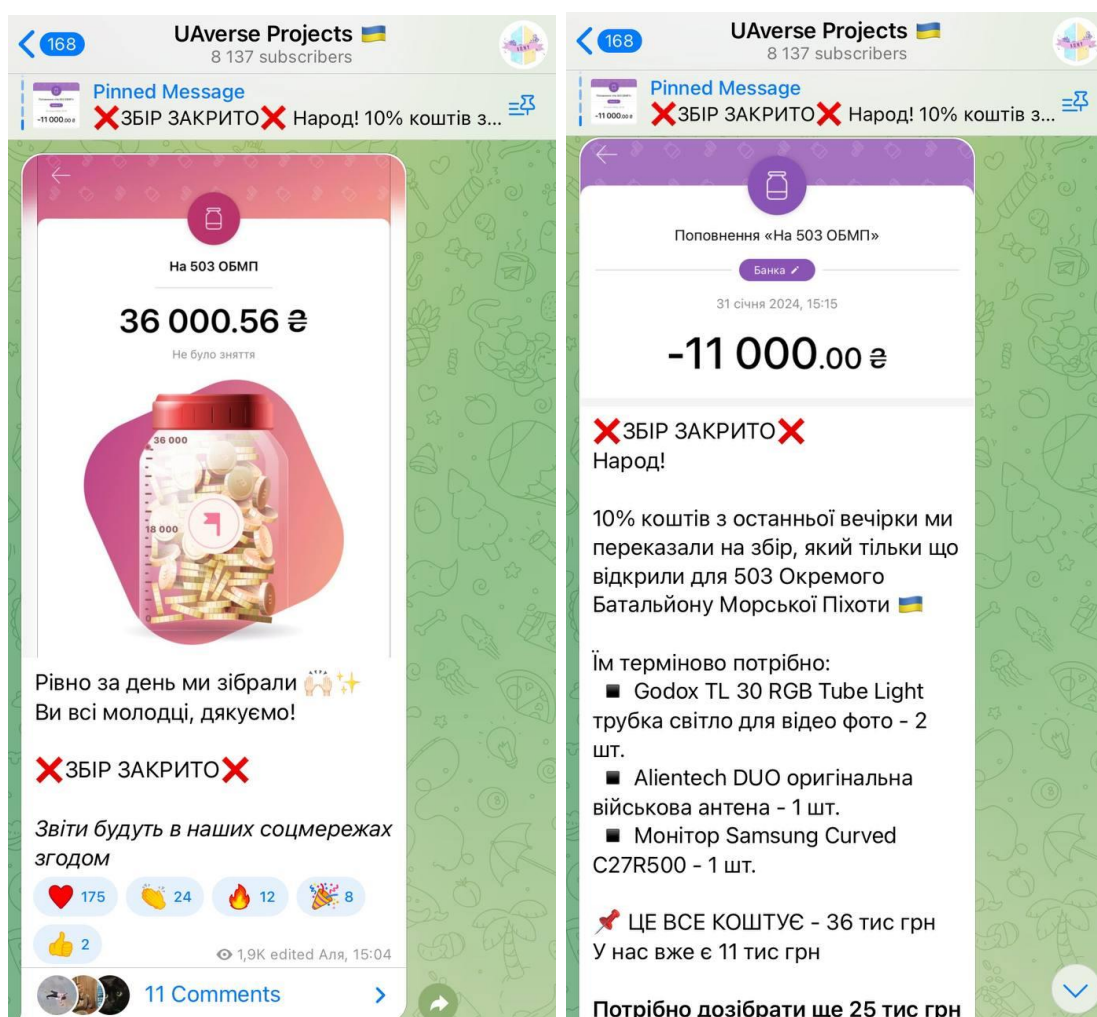
Завдяки створенню Telegram-спільноти «UAverse BTS News» наша команда зібрала аудиторію активних українців, які завзято підтримують наш україномовний канал багатьма способами. Серед них варто виділити, що українці готові підтримувати подібні проєкти також економічними зусиллями, наприклад, через систему донатів. Нами було створено спеціальну банківську картку на яку підписники каналу в добровільному порядку можуть підтримати та віддячити коштами. Люди відчують, що в такі важкі часи вони повинні мати можливість мотивувати та всіляко допомагати тим, хто міцно стоїть за поширення всього українського, особливо в Інтернет-просторі, де зараз відбувається максимально багато подій і багато часу люди проводять в мережі, споживаючи величезну кількість інформації. На щастя, все більше людей розуміють, що споживати цю інформацію приємніше та комфортніше саме українською мовою.

Найбільшим економічним досягненням, я вважаю, це організований збір на

потреби армії.

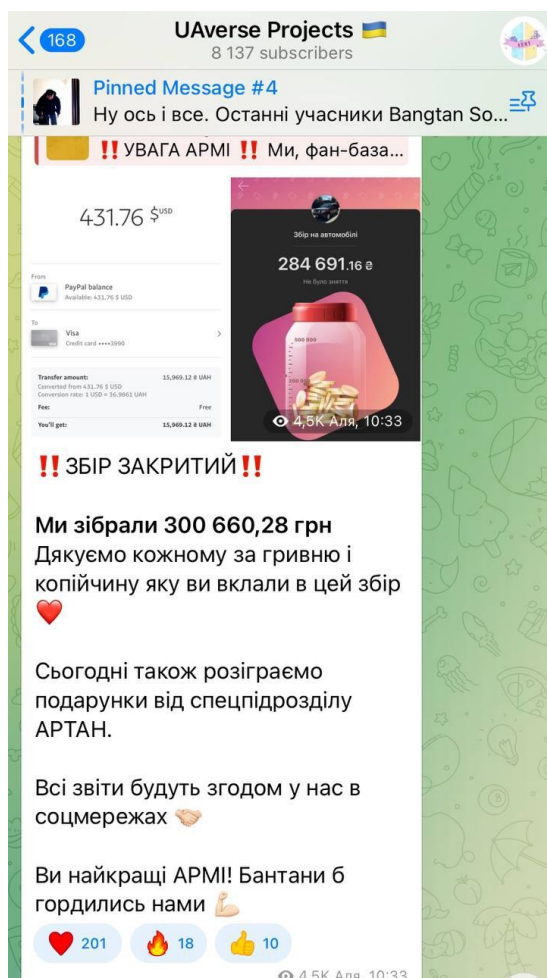
UAverse має декілька каналів фінансування для існування та розвитку. Перше – це, звичайно, новинний Telegram-канал, який завоював величезну кількість української аудиторії. Це найактивніший проєкт, який працює в щоденному порядку та постійно розвивається. Друге – це канал з проєктів для українських АРМІ, куди входять організація к-поп вечірок та фестивалів, організація тематичних кафе для святкування та встановлення рекламних білбордів з привітаннями. Завдяки різним каналам зв'язку наша команда знаходить способи взаємодії та пошуку нової аудиторії, яка готова брати активну участь в подібних проєктах, враховуючи свою прихильність до української фан бази гурту BTS та готовності допомагати й поширювати контент рідною мовою.

Для прикладу можна подати статистику зборів для потреб української армії в часи повномасштабного вторгнення російської федерації.



З нещодавніх успішних зборів можна взяти збір у розмірі 36 000 гривень, який був відкритий на потреби 503 Окремого Батальйону Морської Піхоти. Збір було закрито рівно за добу завдяки спільним зусиллям підписників каналу UAverse BTS News та UAverse Project.

Наймасштабнішим збором нашої команди UAverse став збір для спеціального підрозділу Головного Управління Розвідки – АРТАН. Ціллю було зібрати кошти для придбання автомобілів, які стануть надійними партнерами у їхніх важливих місіях.



За період в 4 місяці фан базою було зібрано 300 000 гривень на потреби спеціального підрозділу. Оскільки в таких зборах коштів велику роль грає час, тому що військові не можуть довго чекати зі зрозумілих причин, початкова ціль в 500 000 грн не була виконана.

Використані джерела

1. Видайчук, Т.Л. (2015). Значення історико-лінгвістичних дисциплін у системі підготовки вчителя-філолога. Педагогічний процес : теорія і практика. зб. наук. праць. Вип. 1–2, 67– 71.
2. Видайчук, Т.Л. (2017). Формування історичної пам'яті в учнів старших класів засобами підручників української мови. Проблеми сучасного підручника : зб. наук. праць. Київ. Педагогічна думка, 19. 47 – 57.
3. Видайчук, Т.Л. (2021). Історія української мови у вимірах освітнього процесу початку ХХ століття. Мова: класичне – модерне – постмодерне. 7, 50 – 67. <https://doi.org/10.18523/lcmp2522-9281.2021.7.50-67>).
4. Довбня, Л.Е. (2013). Історія української мовознавчої думки в педагогічній системі підготовки вчителя-філолога. Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». 28, 89–94.
5. Єрмоленко, С.Я. (2007). Мова і українознавчий світогляд. Київ. НДІУ.
6. Єрмоленко, С.Я., Мацько, Л.І. (1994). Навчально-виховна концепція вивчення української (державної) мови. Дивослово: Українська мова й література в навчальних закладах. 7, 28 –33.
7. Ісаєвич, Я.Д. (2001). Мовний код культури. <http://litopys.org.ua/istkult2/ikult211.htm>

8. Казакевич, О. (2018). Українська мова, нація та ідентичність у міжімперському просторі (друга половина XIX – початок XX століття). Київ; Вінниця: Нілан-ЛТД.
9. Куземська, Г. (2014). Нездолання Україна: Хроніка нищення української Церкви, мови, культури, народу. Київ. Фенікс.
<https://parafia.org.ua/biblioteka/istoriya-mova/nezdolanna-ukrajina>
10. Масенко, Л.Т. (ред.). (2005). Українська мова у XX сторіччі: історія лінгвоциду. Документи і матеріали. Київ. Києво-Могилянська академія.
11. Пентилюк, М.І., Нікітіна, А.В., Горошкіна, О.М. (2004). Концепція когнітивної методики навчання української мови. Дивослово: Українська мова й література в навчальних закладах. 8, 5 – 10.
12. Півторак, Г. П. (2014b). Що таке «Русь», «Росія», «Малоросія» і як ми втратили своє споконвічне ім'я. Півторак Г.П. Українці: звідки ми і наша мова: дослідження, факти, документи. Київ. ПАТ «Віпол». 99 – 118.
13. Півторак, Г.П. (2014 а). Українці: звідки ми і наша мова: дослідження, факти, документи. Київ. ПАТ «Віпол».
14. Потапенко, О.І. (2017). Лінгвоконцептологія: монографія. Київ. Кафедра.
15. Селезньов, В. (2016). Мовні війни. Міф про зіпсованість української мови. Харків: Віват.
16. Семеног, О., Базиль Л. (2008). Мовно-літературна освіта в Україні: погляд крізь роки. Київ. Фенікс.
17. Соціологічна група «Рейтинг», (2022). Шосте загальнонаціональне опитування: Мовне питання в Україні (19 березня 2022 року) https://ratinggroup.ua/research/ukraine/language_issue_in_ukraine_march_19th_2022.html).
18. Субтельний, О. (1991). Україна: історія. Переклад з англійської Ю. Шевчука. Вступна стаття В. Кульчицького. – Київ. Либідь.
19. Тищенко, К. (2012). Всеслов'янські складники української мови. <https://web.archive.org/web/20121202133102/http://img.tyzhden.ua/Content/Ph>

otoAlbum/2012/10_12/04/tyshenko/tyshenko.pdf

20. Хижняк, З. (2009). Культурно-світнє життя України XVI – XVIII століть. Народне мистецтво. 3–4, 32–40.
21. Шевельов, Ю. (1996). Чому общеруский язык, а не вібчоруська мова? З проблем східнослов'янської глотогонії. Єрмоленко, С., Мойсієнко А. (ред.). Історія української мови: Хрестоматія. Київ. Либідь. С. 191–205.
22. Шевельов, Ю. (2002). Історична фонологія української мови. Харків. АКТА.