

ПЕРЕХІД УКРАЇНСЬКИХ ІТ-КОМПАНІЙ НА ДЕРЖАВНУ МОВУ ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі комплексно досліджено процес переходу українського бізнесу, зокрема ІТ-компаній, на державну мову як основний засіб внутрішньої та зовнішньої комунікації. Проведено аналіз законодавчих змін та їхнього впливу на вимоги до вебресурсів, користувацьких інтерфейсів та програмного забезпечення. Висвітлено динаміку змін: від регулювання сфери обслуговування в 2021 році до повної українізації інтернет-простору в 2022-2023 роках. Систематизовано ключові виклики для ІТ-сектору: адаптація технічної термінології, подолання психологічних бар'єрів персоналу та уникнення адміністративної відповідальності. Запропоновано стратегії ефективного впровадження мовної політики (диджиталізація, освітні заходи, HR-інструменти).

Ключові слова: корпоративна комунікація, мовний закон, ІТ-компанії, українізація інтерфейсів, ділова українська мова, внутрішні комунікації-

Abstract

The paper comprehensively examines the transition of Ukrainian business, particularly IT companies, to the state language as the primary means of internal and external communication. Legislative changes and their impact on requirements for web resources, user interfaces, and software are analyzed. The dynamics of changes are highlighted: from the regulation of the service sector in 2021 to the full Ukrainization of the Internet space in 2022-2023. Key challenges for the IT sector are systematized: adaptation of technical terminology, overcoming psychological barriers of staff, and avoiding administrative liability. Strategies for effective language policy implementation (digitalization, educational activities, HR tools) are proposed.

Keywords: corporate communication, language law, IT companies, interface Ukrainization, business Ukrainian, internal communications.

Актуальність теми зумовлена глибокими суспільними трансформаціями. Процес посилення національної ідентичності вивів мовне питання в площину національної безпеки та соціальної відповідальності. Якщо раніше використання української мови в бізнесі здебільшого стосувалося зовнішніх комунікацій [1], то сьогодні постала нагальна потреба переведення на державну мову і внутрішні процеси. Цей перехід – складний управлінський виклик. Питання використання української мови в робочих процесах перестало бути питанням вибору чи політичних уподобань, трансформувавшись у чітку юридичну вимогу та маркер національної ідентичності. Особливо гостро ця проблема постає перед ІТ-галуззю, яка традиційно була орієнтована на глобальні ринки та використання іноземних мов у внутрішній комунікації. Метою цього дослідження є комплексний аналіз проблем, що виникають під час зміни мови спілкування всередині компаній, та розробка практичних рекомендацій для їх ефективного розв'язання.

Теоретичне підґрунтя функціонування української мови в професійній сфері досліджували такі відомі лінгвісти, як С. В. Шевчук, О. О. Клименко, які наголошували на важливості уніфікації термінології [2]. Соціолінгвістичні аспекти та вплив мовної стійкості ґрунтовно висвітлені в працях Л. Т. Масенко [3]. Специфіку ж комунікації в ІТ-сфері та професійному середовищі останніх років досліджували Т. М. Шарова [4] та Л. М. Черноватий, вказуючи на проблеми адаптації терміносистем.

У більшості сучасних праць увагу сфокусовано на нормативному аспекті використання сучасної української літературної мови в професійній сфері або загальній мовній ситуації. Натомість новітні виклики, пов'язані з екстремним переходом корпоративного сектору на державну мову в умовах воєнного стану, потребують додаткового вивчення.

Процес українізації бізнес-середовища відбувався поетапно, і наш аналіз дозволяє виділити його ключові етапи та їхній вплив на ІТ-сферу. Якщо з 16 січня 2021 року сфера обслуговування мала перейти на українську мову (спілкування з клієнтами, меню, цінники), то наступний етап став більш технологічним і масштабним. 16 липня 2022 року набули чинності нові норми Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», а саме частини 2 та 6 статті 27 [1]. Ці зміни

безпосередньо стосуються інтернет-представництв бізнесу та ІТ-продуктів. Раніше компанії часто мали основну версію сайту іноземною мовою, надаючи інформацію про товари українською лише вибірково. Однак, починаючи з 16 липня 2022 року, ситуація докорінно змінилася:

1. Пріоритетність завантаження. Основна версія будь-якого вебресурсу (сайту, сторінки в соцмережах, YouTube-каналу, месенджера), що належить суб'єкту господарювання в Україні, повинна бути українською. Ця версія має завантажуватися для користувачів в Україні за замовчуванням.

2. Повнота інформації. Українська версія сайту за обсягом інформації не може бути меншою за версії іншими мовами. Це унеможливило практику створення «урізаних» українських сторінок.

3. Інтерфейси ПЗ. Користувацькі інтерфейси комп'ютерних програм, що реалізуються в Україні, також повинні мати повноцінну підтримку державною мовою [1].

Варто зазначити, що Закон є досить гнучким: він не забороняє використання інших мов, не втручається в приватне спілкування, але чітко встановлює пріоритетність використання української мови в публічних сферах: державному управлінні, ЗМІ, освіті, науці, культурі, рекламі та бізнесі.

Наше дослідження практичного аспекту мовного переходу дозволяє виділити три основні групи викликів, що нині постають перед компаніями:

1. Термінологічно-методичні виклики. Це найвагоміший чинник, оскільки багато галузей (промисловість, ІТ, фінанси) десятиліттями розвивали свою термінологічну систему на основі англійської та російської мов. Перехід вимагає не просто перекладу, а створення якісної фахової термінології, її стандартизації, уніфікації, впровадження єдиної української термінології, створення корпоративних глосаріїв, галузевих термінологічних словників та адаптації навчальних матеріалів, довідників термінології. Прямий переклад часто звучить неприродно, що викликає певний дисонанс у комунікації розробників. Необхідна уніфікація термінів: *deploy* – розгортання, *repository* – репозиторій/сховище, *branch* – гілка тощо. Компанії змушені створювати власні глосарії (Style Guides), щоб забезпечити єдиний стиль комунікації в технічній документації [2].

2. Технічна адаптація продуктів (UI/UX). Вимога щодо завантаження української версії за замовчуванням (Default Locale) потребує втручання в архітектуру вебресурсів та налаштування серверної логіки (визначення GeoIP користувача). Крім того, українські слова часто мають іншу довжину порівняно з англійськими відповідниками, що може впливати на верстку інтерфейсів (UI). Дизайнери та розробники повинні переглянути макети, щоб забезпечити коректне відображення текстових блоків.

3. Адміністративна відповідальність. З 16 липня 2022 року діє адміністративна відповідальність за порушення мовного закону. Уповноважений із захисту державної мови має право накладати штрафи на суб'єктів господарювання за відсутність української версії сайту або неналежне обслуговування. Це переводить мовне питання в площину ризик-менеджменту та комплаєнсу. Для ІТ-компаній, які працюють з державними замовленнями або масовим користувачем (B2C), дотримання цих норм є критичним для репутації та фінансової безпеки [3].

4. Психологічно-комунікативні виклики. Головною проблемою є мовний бар'єр у співробітників, які володіють мовою на побутовому рівні, але не впевнені у використанні професійної лексики. Це посилюється страхом припуститися помилок. Перехід на українську в робочих чатах та на нарадах може викликати тимчасове зниження ефективності комунікації через адаптаційний період або повільніший підбір слів. Важливо розуміти, що мовна стійкість формується не через примус, а через створення сприятливого середовища [4]. Тут необхідна не примусова політика, а всебічна підтримка з боку керівництва, організація вивчення української мови професійного спрямування.

5. Організаційно-управлінські виклики. Відсутність чіткої мовної політики та системного підходу є головною перешкодою ефективного використання державної мови як єдиного вербального засобу внутрішньої комунікації в українських компаніях. Хаотичні спроби переходу з невизначеного часу без належної підготовки (оновлення ПЗ, формулярів і бланків документів, навчання персоналу) призводять до плутанини та прихованого саботажу.

На основі проаналізованих даних та успішних кейсів українських компаній пропонуємо наступні ефективні стратегії впровадження українізації:

1. Лідерство. Трансформація починається з перших осіб. Керівництво повинно не лише декларувати перехід, але й особисто стати прикладом у спілкуванні, листуванні державною мовою, використанні української на нарадах, зборах, презентаціях тощо. Важливою є прозора комунікація про причини, етапи та мету переходу.

2. Створення системної підтримки, яка передбачає організацію корпоративних курсів з вивчення української мови (від загального рівня до ділового мовлення та опанування вузькогалузевої термінології), розмовних клубів, надання швидкого доступу до словників та корпоративних глосаріїв, створення бланків документів українською мовою, навчання з фахівцями).

3. Диджиталізація. Повне переведення інтерфейсів ПЗ, CRM-систем, внутрішніх порталів та пошти на українську мову. Це створить середовище, де використання мови стає технічною необхідністю.

4. Адаптація HR-процесів. Наявність вимоги щодо володіння українською мовою в описі вакансії та інтеграція мовних компетенцій у систему оцінки персоналу. Це сигналізуватиме кандидатам про цінності компанії ще на етапі найму [5].

Перехід на українську мову в корпоративному секторі України – це незворотний та необхідний процес, що є водночас і вимогою законодавства, і відповіддю на суспільний запит. Аналіз джерел продемонстрував, що теоретична основа ділової української мови є сформованою, проте практична імплементація потребує нових підходів. Успішний перехід на українську мову внутрішньої комунікації є комплексним управлінським завданням, що виходить за межі простого перекладу документації. Досвід компаній доводить, що ефективна імплементація мовної політики можлива лише за умови синергії трьох компонентів: чіткої та послідовної позиції керівництва, створення необхідної навчальної та технологічної інфраструктури, а також формування в колективі середовища, що підтримує й мотивує до розвитку мовних навичок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII. *Відомості Верховної Ради України*. 2019. № 21. Ст. 81.
2. Шевчук С. В., Клименко О. О. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. Київ : Алерта, 2019. 696 с.
3. Масенко Л. Т. Мова і суспільство: Постколоніальний вимір. Київ : КМА, 2004. 164 с.
4. Шарова Т. М. Українська мова у професійному спілкуванні: комунікація майбутніх ІТ-фахівців. *Наукові записки НаУОА. Серія «Філологія»*. 2021. Вип. 11(79). С. 245–247.
5. Павленко А. С. Впровадження мовної політики на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки та менеджменту*. 2023. С. 45–47.

Шинкарук-Диковицький Михайло Олегович – студент групи 4ПІ-24б, факультет інформаційних технологій та комп'ютерної інженерії, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: 04-24-363.stud@vntu.edu.ua

Стадній Алла Сергіївна – кандидат філологічних наук, доцент кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, email: stadniy.all@vntu.edu.ua

Mykhailo O. Shinkaruk-Dykovytskyi – a student of 4SE-24b, Faculty of Information Technologies and Computer Engineering, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: 04-24-363.stud@vntu.edu.ua

Stadnii Alla Sergiivna – Candidate of Philology, Senior Lecturer, Department of Linguistics, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, email: stadniy.all@vntu.edu.ua