

ЕВОЛЮЦІЯ ВЕРБАЛЬНИХ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ ДИГЛОСІЇ

А. В. Бардась, д. е. н., професор, НТУ «Дніпровська політехніка», bardas.a.v@ntu.one, orcid.org/0000-0002-8309-3796,

К. С. Богач, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», bogach.k.s@ntu.one, orcid.org/0000-0003-2091-4320,

А. В. Дудник, к. е. н., доцент, НТУ «Дніпровська політехніка», dudnik.a.v@ntu.one, orcid.org/0000-0001-7921-2548,

О. В. Казимиренко, старший викладач, НТУ «Дніпровська політехніка», kazymyrenko.o.v@ntu.one, orcid.org/0000-0001-5506-6128

Методологія дослідження. Для розв'язання поставлених завдань були використані такі методи дослідження: соціолінгвістичні – анкетування, інтерв'ювання, спостереження – для збирання інформації; загальнонаукові – індукція, дедукція, аналіз, синтез – для обробки зібраних даних; методи кількісного підрахунку – задля опрацювання результатів опитування.

Під час дослідження респондентам було поставлено запитання, що стосувалися трьох тематичних блоків, подальший аналіз яких дав змогу отримати уявлення про сприйняття української мови як засобу комунікації у спілкуванні, навчанні та діловій діяльності.

Результати. Були визначені позиції української та російської мов з точки зору їх сприйняття в українському суспільстві та застосування в організаціях різної форми власності. Зроблено спробу оцінити статус української, російської та англійської мов з позицій диглосії та відповідно до класифікації Фішмана. Відзначено зростання соціального статусу української мови за роки незалежності, а також посилення позицій англійської мови з точки зору привабливості для носіїв у порівнянні з російською мовою.

Новизна. В ході дослідження української мови як інтеграційного та комунікаційного інструменту в управлінні організаціями та вивчення суспільної думки, щодо найбільш бажаної мови для спілкування, навчання та професійного розвитку було проведено опитування та отримано 1007 відповідей респондентів. Цільова аудиторія визначалася таким чином, щоб вибірка була репрезентативною та об'єктивно представляла параметри генеральної сукупності (великі промислові міста Дніпропетровської області).

Практична значущість. Одержані результати було використано для розроблення рекомендацій щодо стратегії розвитку комунікаційної політики всередині українських організацій різної форми власності.

Ключові слова: менеджмент, комунікації, диглосія в організаціях, білінгвізм, глобалізація, мовні інструменти, управління.

Постановка проблеми. Перехід більшості країн до так званої «економіки знань» означає, що більша частина ВВП формується завдяки діяльності зі створення, обробки, зберігання та розповсюдження інформації та знань. З цих умов мова стає важливим вер-

бальним інструментом генерування, передачі та зберігання знань. Мова – це сполучна ланка між національністю і її «аутентичністю», поряд з релігією, культурою та історією, вона є головною характерною рисою нації. Інша, не менш важлива функція мови

для національності – бути інструментом самоідентифікації особистості [7]. Люди, які говорять однією мовою, відчувають свою єдність і одночасно свою відмінність від інших людей.

Важливим індикатором стану суспільства є те, якою мірою воно підтримує і свідомо пропагандує свою мову – або, навпаки, якою мірою воно готове від неї відмовитися, саме тому вивчення питання еволюції української мови як комунікаційного інструменту в сучасному українському суспільстві є актуальним та важливим з точки зору становлення та розвитку самого суспільства. Це питання набуло особливої важливості після ухвалення Закону України «Про функціонування української мови як державної», яким визначається статус української як єдиної державної, мови міжетнічного спілкування, функціонування якої забезпечується у публічному просторі. Нова ситуація характеризується необхідністю впровадження у сферу управління державної мови, причому це стосується як корпоративного, так і третього сектору економіки, що потенційно має підвищити статус української та зробити її більш привабливою як засобу управлінських комунікацій між різними групами зацікавлених сторін в організаціях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Громадський характер виникнення, розвитку та функціонування мови, соціальна диференціація мови відповідно з поділом суспільства на класи та соціальні відмінності у використанні мови у зв'язку з різноманітними сферами її застосування зумовлюють необхідність вивчення взаємовідносин мов в контексті концепції диглосії. Розробкою теоретичних аспектів з цього питання в колі питань соціолінгвістики займалися такі вчені: Юрген Ясперс [8] та Дж. Фішманом [9], а серед українських вчених питання білінгвістичної та диглосійної комунікації в організаціях розглядалися у працях Яворської Г., Кочергана М. і Вишняк О. [1,2,7], де роль мови розглядалася у контексті її впливу на владу, культуру та соціологію суспільства.

І для сучасних вчених це явище залишається актуальним, незначна увага приділялася вивченню української мови з точки зору її використання в сучасному українському суспільстві в якості інструменту

управлінської комунікації в контексті концепції диглосії.

Формулювання мети статті. Дослідження еволюції вербальних інструментів управлінської комунікації в контексті концепції диглосії та вивчення суспільної думки, щодо найбільш бажаної мови для спілкування, навчання та професійного розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ситуація, коли в суспільстві одночасно використовуються дві мови є притаманною сучасній Україні. Така ситуація у лінгвістиці називається «диглосія», вона не є чимось дивним чи виключним – свого часу аналогічний шліх пройшли тією або іншою мірою майже усі країни, які були частиною різних імперій, як в Європі, так і в інших частинах світу. Особливістю такого «перехідного періоду» є збереження панівних позицій носіїв мови колишньої імперії, як це було у міжвоєнній Чехословаччині з домінуванням німецької мови у різних сферах суспільного життя, що пояснюється здобутою освітою, сформованими традиціями, а також більш високим суспільним статусом тих громадян країни, які ототожнювали свою культуру з культурою колишньої метрополії. Відповідно до праці соціолінгвіста Чарльза Фергюсона [8], у випадку описаної взаємодії двох мов одна з них завжди має вищий статус – це так звана Н-мова (high language), а інша нижчий – L-мова. Зазвичай, Н-мова є мовою офіційних документів, урядових структур, політичної та ділової еліти. Натомість, L-мова має поширену сферу застосування у повсякденному побуті та неформальній комунікаційній взаємодії, але обмежено застосовується в офіційній сфері [2].

Особливість української ситуації у тому, що тривалий час, навіть за часів Незалежності, статус вищої (Н-мови) мала російська, а сфера застосування української (L-мови) обмежувалася побутовим спілкуванням та частково етнографічно-фольклористичною діяльністю. Протягом останніх тридцяти років відбувалися еволюційні зміни такого статус-кво, проте ще донедавна більшість ділових видань були виключно російськомовними, а мовою бізнесу досі залишається, переважно, російсь-

ка. Зараз спостерігається процес, коли статус мов змінюється: де-юре Н-мовою вважається українська, а де-факто російська продовжує зберігати за собою домінуючі позиції у багатьох сферах суспільного життя [4].

Процес трансформації суспільства на засадах економіки знань є своєрідним відображенням глобальних процесів, що полягають у соціальній, політичній, економічній, культурній та технологічній інтеграції країн світу, а також – за сучасних умов – формування «центрів сили», навколо яких групуються країни у формі регіональних чи міждержавних об'єднань торговельного, політичного чи військового характеру. Промислові ресурсовитратні виробництва все частіше переміщуються за кордон, відбувається концентрація наукомістких підприємств в одних країнах та трудомістких в інших, відкриваються нові ринки, трудові колективи стають більш полікультурними та менш моноетнічними. Сучасні глобалізаційні процеси ведуть до подальшого посилення взаємозалежності, пов'язаності, ослаблення кордонів, що склалися історично між різними територіями. Процес глобалізації здійснюється через створення глобальної мережі культурних, в тому числі, і лінгвістичних кодів і повідомлень та виступає одним із проявів інтенсифікації та розширення соціальних комунікацій.

Слово «комунікація» – одне з багатьох іноземних слів, які в даний час широко вживаються в сучасному управлінському лексиконі. Воно походить від латинського слова *communis*, що означає «роблю загальним, пов'язую, спілкуюся», тому найбільш близьким до нього за значенням є слово «спілкування» [1]. З точки зору бізнесової практики комунікація є найважливішою складовою управлінською діяльністю – уявити собі управління без обміну інформацією між структурними підрозділами організації та її співробітниками просто неможливо. Специфічність взаємодії людей в процесі їх життєдіяльності полягає в використанні мови, яка, будучи найважливішим засобом людського спілкування, виступає також як знаряддя пізнання, як інструмент мислення. Завдяки цьому комунікація між людьми є найважливішим механізмом становлення люди-

ни як соціальної особистості, засобом впливу суспільства на особистість, способом формування світогляду, але також – причиною численних управлінських помилок та складностей при реалізації ділових трансакцій.

Процес глобалізації, зокрема у сфері управління бізнесом, супроводжується двома синхронізованими, але різноспрямованими процесами нижчого рівня, які відомі нам як «конвергенція» та «дивергенція» культур [5]. У першому випадку, коли ми маємо справу з «конвергенцією», відбувається зближення та поєднання, «злиття» культур різних етносів та країн. Прикладами цього є поширення окремих мов (англійської, іспанської, французької, російської) як засобів міжнародної комунікації, популярність певних напрямів мистецтва (рок-музики, абстракціонізму, постмодернізму), поширення технологій (інтернет, мобільний зв'язок, дистанційна робота та освіта), окремих товарів (джинси, алкогольні та безалкогольні напої). У іншому випадку, при «дивергенції» культур, відбувається загострення протиріч та відмінностей, зумовлених мовою, релігією, світоглядом або традиціями. Посилення відцентрованих тенденцій у Великій Британії (референдум про незалежність Шотландії), загострення культурних та історичних суперечностей в Іспанії (прагнення каталонців до незалежності), політичні проблеми Бельгії, зумовлені протистоянням носіїв фламандської та французької мов та подібність ситуації у Квебеку, де кількість прихильників незалежності на референдумі 1995 року сягнула 49,42%, основну частину яких склали франкомовні канадці завжди впливає на підприємництво та управлінську діяльність, оскільки зміна культурних настанов всередині організації та в її зовнішньому середовищі змушує керівників переглядати політику фірм, зокрема й корегувати власні підходи до комунікацій з працівниками громадськості [3].

У роботі Ясперса [8] наводиться матриця комбінування випадків диглосії та білінгвізму, де квадрант 1 (Диглосія та білінгвізм) описує організації, де переважна більшість учасників є білінгвами (двомовними), які використовують кожен з двох мов у різних сферах (наприклад, в офіційній

комунікацій та при повсякденній робочій взаємодії).

Таблиця 1
Взаємозв'язок між білінгвізмом та диглосією

	Диглосія +	Диглосія -
Білінгвізм +	1. Диглосія та білінгвізм	2. Білінгвізм без диглосії
Білінгвізм -	3. Диглосія без білінгвізму	4. Ані диглосії, ані білінгвізму

Джерело: [8]

Квадрант 2 (Білінгвізм без диглосії) описує ситуацію соціальних трансформацій, які Фішман [9] вважав ознакою боротьби носіїв L-мови за рівні права з носіями H-мови, коли дві колись відокремлені мови набувають рівного статусу, що супроводжується фонетичною, лексичною, семантичною та навіть граматичною взаємодією між ними та призводить до виникнення змішаних варіантів мови, а домінуючого статусу набуває та мова, яка асоціюється з домінуючою силою, що виступає переможцем періоду соціальних змін (подібна ситуація спостерігається зараз в українських організаціях, в яких вищого статусу набула саме українська мова, а переважна більшість співробітників володіють рівною мірою обома мовами.

Третій квадрант (Диглосія без білінгвізму) описує ситуацію, коли в силу різних обставин, наприклад інтернаціоналізації ділової діяльності, в організації об'єднано дві групи, наприклад топменеджерів-експатріантів або топменеджерів-вихідців з третіх країн, з одного боку, та місцевих співробітників – з іншого. У цій ситуації кожна із зазначених груп користується власною мовою, проте мова топменеджерів-іноземців має вищий статус і за умовчанням є мовою спілкування у міжнародному колективі компанії.

Що ж стосується останнього квадранту, то він описує малоймовірний варіант наявності в організації гомогенного мовного середовища, де немає ані співробітників-білінгвів, ані будь-яких груп працівників різного соціального статусу, що користуються різними мовами: у сучасних умовах

глобалізації та активної міграції робочої сили між країнами уявити собі таку однорідну організацію дуже складно.

Реалізація комплексу заходів з управління організацією в умовах змін, зумовлених дивергенцією, завжди спиратиметься на використання мовних інструментів. Як зазначає Р. Д. Льюїс, мова менеджменту завжди має свої [5] невинуватені відмінності або обмеження, що послаблюють або зводять нанівець користування людиною правами, закріпленими в міжнародно-правових документах або внутрішньому законодавстві, через особливості сприйняття людиною інформації у різних системах її кодування.

У деяких випадках це може призводити до проявів мовної дискримінації, коли недостатнє володіння домінуючою (де-факто) мовою у певній організації, суспільній групі або у певній країні призводить до обмеження можливостей професійного зростання людини, ускладненого доступу до інформації або до необхідності зміни мови для підлаштування під домінуючу групу.

Держава має привілей визначати ту мову для використання у публічній сфері, яку вона вважає необхідною для виконання комунікаційної та інтеграційної функцій, володіючи правом накладати зобов'язання на суб'єктів права спілкуватися з державними органами тільки цією мовою.

Натомість недержавні організації, як і приватна сфера життя людей, зазвичай залишаються менш відкритими для офіційних мов протягом тривалого часу, аж доки кількість носіїв офіційної мови не становитиме переважної більшості, а володіння H-мовою гарантуватиме її носію вищий соціальний статус та отримання більш широких можливостей для професійного зростання.

Саме в силу цього фактору пропонований ліберальний варіант конкуренції двох мов, коли носії самостійно оберуть більш зручний для себе інструмент комунікації як в організації, так і поза нею, не витримує критики, бо у випадку квадранту 2 це призведе до збереження панівного становища формальної L-мови (російської у випадку нашої країни).

Поліваріантність мов в українських умовах може призвести (див. табл. 1) до небажаного варіанту 3 (диглосія без білінгвіз-

му), коли сфера застосування української мови буде скорочуватися, а сама вона буде витіснятися зі сфери активного вжитку, поступаючись іноземним мовам, у першу чергу російській, натомість більш бажаним варіантом залишається 1, де українська зберігає за собою статус Н-мови та поступово поширюється на недержавні організації та нові сфери життя людини, зокрема й неpubлічне спілкування.

В роботі в ході дослідження української мови як комунікаційного інструменту в управлінні та бізнесі та вивчення суспільної думки, щодо найбільш бажаної мови для спілкування, навчання та професійного розвитку було проведено опитування та отримано 1007 відповідей респондентів.

Достовірність статистичних висновків і змістовна інтерпретація результатів залежала від репрезентативності вибірки, тобто повноти та адекватності уявлення властивостей генеральної сукупності, по відношенню до якої цю вибірку можна вважати представницької. Вивчення статистичних властивостей сукупності у роботі було організовано за допомогою вибіркового спостереження, тобто обстеження не всіх одиниць досліджуваної сукупності, а тільки його частини.

Завданням нашого дослідження було визначення позиції української та російської мов з точки зору їх сприйняття в українському суспільстві. Цільова аудиторія визначалася таким чином, щоб вибірка була репрезентативною та об'єктивно представляла параметри генеральної сукупності (великі промислові міста Дніпропетровської області).

Для того, щоб результати ймовірнісної вибірки найбільш повно могли відображати думку якомога більшої групи населення як за якісними, так і кількісними параметрами, нами було визначено опитувану групу та визначено її склад за такими параметрами, як:

- 1) вікова категорія: 19...70 років;
- 2) освіта: середня повна, вища;
- 3) стать: чоловіча/жіноча;
- 4) соціальний статус: студенти, наймані працівники, власники бізнесу.

Під час проведення дослідження респондентам було поставлено питання, представлені в таблиці 2, подальший аналіз яких

дав змогу отримати уявлення про місце української мови у спілкуванні, навчанні та професійному розвитку населення України.

Таблиця 2

Питання респондентам для вивчення суспільної думки

№ п/п	Поставлене запитання
1	Якою мовою ви розмовляєте в побуті?
2	Якою є основна мова, якою ви користуєтесь під час навчання та роботи?
3	Якою була би бажана для вас мова спілкування під час навчання та роботи?
4	Яка мова є найбільш перспективною у професійній діяльності та особистому житті з вашої точки зору?
5	Мова, якою ви отримуєте інформацію про події в країні та у світі?
6	Мова, яка є найбільш необхідною для вашого професійного розвитку?
7	Яка мова найбільше потребує підтримки свого розвитку та функціонування?
8	Яка мова є основною для керівників під час роботи з підлеглими?
9	Яку мову, на вашу думку, повинні використовувати керівники під час роботи з підлеглими?
10	Використання якої мови забезпечує престижність її носію?

В результаті аналізу відповідей вибірки було отримано наступний розподіл відповідей, який зображено на рис. 1.

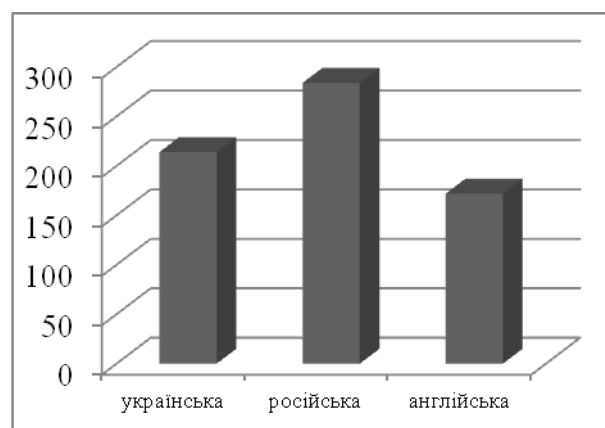


Рис. 1. Розподіл відповідей дослідження щодо використання української, англійської та російської мов

Гістограма свідчить, що більшість респондентів вибірки віддала перевагу російській мові, але більш детальний аналіз відповідей дозволив дійти інших висновків щодо використання мов. Усі питання, що були поставлені респондентам, були розділені на тематичні блоки (табл. 3), детальний розгляд відповідей за якими дозволив дійти висновків щодо сфер використання мов.

Таблиця 3
Тематичні блоки питань респондентам

<p>Побутові комунікації:</p> <p>1. Якою мовою ви розмовляєте в побуті?</p> <p>2. Якою є основна мова, якою ви користуєтесь під час навчання та роботи?</p> <p>3. Якою була би бажана для вас мова спілкування під час навчання та роботи?</p>
<p>Комунікації для розвитку:</p> <p>4. Яка мова є найбільш перспективною у професійній діяльності та особистому житті з вашої точки зору?</p> <p>6. Мова, яка є найбільш необхідною для вашого професійного розвитку?</p> <p>7. Яка мова найбільше потребує підтримки свого розвитку та функціонування?</p> <p>10. Використання якої мови забезпечує престижність її носію?</p>
<p>Офіційні комунікації:</p> <p>5. Мова, якою ви отримуєте інформацію про події в країні та у світі?</p> <p>8. Яка мова є основною для керівників під час роботи з підлеглими?</p> <p>9. Яку мову, на вашу думку, повинні використовувати керівники під час роботи з підлеглими?</p>

У тематичному блоці питань щодо офіційних комунікацій більшість віддала перевагу українській мові, що є свідомим зростанням у суспільстві за роки незалежності її соціального статусу та отримання соціальних та економічних переваг для її носіїв у порівнянні з російською. Утім формально декларований статус української як Н-мови залишається недосяжним через значне панування російської мови у багатьох сферах через інерційність свідомості носіїв мови.

З огляду на відповіді, які стосувалися тематичного блоку питань щодо комунікацій розвитку, виявилось, що володіння англійською сприймається членами українсько-

го суспільства як певний «соціальний ліфт», а сама українська вважається мовою, яка домінуватиме в основних сферах вже у середньостроковій перспективі, нехай і дещо поступаючись російській за поширеністю.

Висновки. 1. В умовах глобалізації мова залишається дієвим засобом збереження культури, цінностей та світосприйняття людини, забезпечуючи відчуття сталості під час постійних змін. До того ж, мова є одним з головних засобів вираження свідомості людини, відображаючи ті соціально-економічні та політичні процеси, які відбуваються у суспільстві.

2. Зараз українська мова знаходиться на етапі зміцнення свого соціального статусу, коли володіння нею для фахівців має стати передумовою успішної роботи і кар'єрного зростання. Проте процес посилення її статусу в умовах глобалізації має відбуватися паралельно із заміщенням домінуючих позицій російської мови на користь англійської у сфері управління та адміністрування.

3. Слабкі позиції української мови в недержаному секторі актуалізують питання розробки комплексу заходів з захисту інтересів тих громадян, які є її носіями за принципом «позитивної дискримінації».

4. Мова залишається одним із найважливіших інструментів організаційної інтеграції, дозволяючи формувати спільне бачення у колективах, визначати сприйняття реальності та долати соціокультурні перешкоди, зумовлені семантикою та культурними відмінностями.

5. Довгострокова комунікаційна політика українських організацій різних форм власності має враховувати статус української як Н-мови та бути спрямованою на допомогу співробітникам, зокрема й інпатріатам та вихідцям з третіх країн, на оволодіння нею, оскільки це гарантуватиме створення сильної організаційної культури та забезпечуватиме позитивне сприйняття організацій з боку суспільства.

Література

1. Вишняк О. І. Мовна ситуація та статус мов в Україні: динаміка, проблеми, перспективи (соціологічний аналіз) / О. І. Вишняк. – Київ : Інститут соціології НАН України, 2009. – 176 с.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство [підр.] / М. П. Кочерган. – К.: Академія, 2010. – 464 с.

3. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава : Довкілля – К, 2006. – 716 с.
4. Українська мова. Енциклопедія / В. М. Русанівський, О. О. Тараненко. – К. : Укр. енциклопедія, 2000. – 752 с.
5. Бардась А. В. Міжнародний менеджмент та логістика : навчальний посібник / А. В. Бардась, М. В. Бойченко, Г. Вудажевський, А. В. Дудник. – Дніпро : Герда, 2016. – 296 с.
6. Jaspers, Jürgen. Diglossia and beyond. Oxford handbook of language and society. (2016): pp. 179-196.
7. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс: Мова, культура, влада / Г. М. Яворська. – К. : Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні, 2000. – 288 с.
8. Ferguson, Charles A. (1959). Diglossia. Word 15: pp. 325-340.
9. Fishman, J. (1967). Bilingualism with and without Diglossia; Diglossia with and without Bilingualism. Journal of Social Issues, 23(2), pp. 29-38.
2. Kocherhan, M.P. (2010). Zahalne movoznavstvo. Kyiv: Akademiia.
3. Selivanova, O. (2006). Suchasna linhvistyka: terminolohichna entsyklopediia. Poltava: Dovkillia.
4. Rusanivskiy, V.M., & Taranenko, O.O. (2000). Ukrainska mova. Entsyklopediia. Kyiv: Ukrainska Entsyklopediia.
5. Bardas, A.V., Boichenko, M.V., Wudarzewski, G., & Dudnyk, A.V. (2016). Mizhnarodnyi menedzhment ta logistyka. Dnipro: Gerda.
6. Jaspers, Jürgen. (2016). Diglossia and beyond. Oxford handbook of language and society. 179-196.
7. Yavorska, H.M. (2000). Preskryptyвна linhvistyka yak dyskurs: Mova, kultura, vlada. Kyiv: Instytut movoznavstva imeni O.O. Potebni.
8. Ferguson, Charles A. (1959). Diglossia. Word, 15, 325-340.
9. Fishman, J. (1967). Bilingualism with and without Diglossia; Diglossia with and without Bilingualism. Journal of Social Issues., 23(2), 29-38.

References

1. Vyshniak, O.I. (2009). Movna sytuatsiia ta status mov v Ukraini: dynamika, problemy, perspektyvy (sociolohichniy analiz). K: Instytut sotsiolohii NANU.

EVOLUTION OF VERBAL INSTRUMENTS OF MANAGEMENT COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF THE CONCEPT OF DIGLOSSIA

*A. V. Bardas, D.E., Professor, K. S. Bogach, Ph. D (Econ.), Associate Professor,
A. V. Dudnyk, Ph. D (Econ.), Associate Professor, O. V. Kazymyrenko, Senior Lecturer,
Dnipro University of Technology*

Methods. The following research methods were used to solve the set tasks: sociolinguistic – questionnaires, interviews, observations – to gather information; general scientific induction, deduction, analysis, synthesis – for processing the collected data; methods of quantitative calculation – to process the results of the survey. During the survey, respondents were asked questions about three thematic blocks, further analysis of which gave an idea of perception of the Ukrainian language as a means of communication in socializing, education and business.

Results. The positions of the Ukrainian and Russian languages in terms of their perception in Ukrainian society and their use in organizations of various forms of ownership were determined. An attempt is made to assess the status of Ukrainian, Russian and English languages from the standpoint of diglossia and according to Fishman's classification. There has been an increase in the social status of the Ukrainian language over the years of independence, as well as the strengthening of the English language in terms of attractiveness to native speakers compared to Russian.

Novelty. In the course of researching the Ukrainian language as an integration and communication tool in the management of organizations and studying public opinion on the most desirable language for communication, learning and professional development, a survey was conducted and 1,007 responses were received. The target audience was determined in such a way that the sample was representative and objectively represented the parameters of the general population (large industrial cities of Dnipropetrovsk region).

Practical value. The obtained results were used to develop recommendations for the strategy of communication policy development within Ukrainian organizations of various forms of ownership.

Keywords: management, communications, diglossia in organizations, bilingualism, globalization, language tools.

Надійшла до редакції 22.11.21 р.