

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
СУЧАСНОЇ ПСИХОЛОГІЇ ТА ПСИХОТЕРАПІЇ**

Кафедра клінічної психології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

**Психологічні особливості проявів самоідентичності особистості в
умовах зміни мови в Україні**

Виконала:

студентка 2-го курсу групи ПМ - 215
спеціальності 053 Психологія
освітньо-професійна програма Клінічна психологія
Пупін Софія Миколаївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник:

к.психол.н., доц.
(наукова ступінь, вчене звання)

Крайніков Едуард Владиславович
(прізвище, ім'я, по батькові)

Робота рекомендована до захисту
рішенням кафедри клінічної психології

Протокол № _____ від «_____» червня 2023р.

Зав. кафедри _____ д.психол.н.,с.н.с. Лисенко Ірина Павлівна
підпис (наукова ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОЯВІВ САМОІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ЗМІНИ МОВИ	6
1.1. Мова та її функції: психологічний контекст	6
1.2. Самоідентичність як психологічний феномен в науковій літературі	17
1.3. Вплив мови на формування самоідентичності особистості	24
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ II МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	33
2.1. Методи і методики дослідження	33
2.2. Характеристика досліджуваної вибірки	40
Висновки до розділу 2	46
РОЗДІЛ III ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ТА ВПЛИВУ МОВИ НА САМОІДЕНТИЧНІСТЬ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ	48
3.1. Аналіз зв'язку між мовою та особистістю	48
3.2. Особливості самоідентичності особистості в умовах зміни мови	59
Висновки до розділу 3	71
ВИСНОВКИ	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	85

ВСТУП

Актуальність теми: після здобуття Україною незалежності в її громадян виникло багато запитань стосовно своєї самоідентичності: хто ми? Ким ми були? Що робити і як жити далі? Ці питання пізніше знову виникали після Революції Гідності та після повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Українці вкотре стикнулись із кризою, а саме з кризою ідентичності. Тому проблема самоідентичності і принципів формування особистості є однією із найбільш актуальних проблем нашої країни.

Людина, як істота суспільна формується в культурному середовищі суспільства, де кожна окрема особистість наділена своїми індивідуальними характеристиками. В процесі входження в цей світ ця людина намагається набути характеристик властивих цьому середовищу, набути їх, засвоїти культурні норми і вже існуючі знання. Одночасно з цим, вона намагається зрозуміти себе як індивідуальну істоту у якої є свої особливості притаманні лише їй. Тобто людина присвоївши певні характеристики, які перейняті від інших, досліджує і реалізовує себе як особистість, яка в той же час належить до певної спільноти і є такою, яка тотожна лише сама з собою, лише з власним «Я». Цей процес і є самоідентифікацією – усвідомлення себе частиною певної групи і одночасно як унікальну індивідуальність – «Я».

Цей процес є складним у вивченні, адже передбачає вивчення людини, як індивідуальності та частини суспільства одночасно, до того ж в певному культурному контексті.

Мова є важливою частиною будь-якого культурного контексту, адже є частиною культури народу. Тема дослідження впливу мови на ідентичність є маловивченою в психологічній науці України. Після Революції Гідності, а потім після повномасштабного вторгнення Росії в Україну українці та жителі України почали переходити з російської мови на українську мову. Та чи проходить така зміна в житті людей безслідно?

Мова є способом вираження багатьох ідентичностей, які має людина. Мова, яка засвоюється з дитинства чи у процесі навчання створює, зміцнює або

послаблює зв'язки між мовою та ідентичністю. Слова, мова мають силу визначати і формувати людський досвід. Саме завдяки мові ми можемо називати свої переживання.

Кожен з нас неодноразово міг чути історії людей, яким доводилось забувати свою рідну мову, щоб асимілюватися до нового середовища. Це забуття часто включає і втрату свого коріння, свого минулого.

В Україні унікальна ситуація, адже люди радше повертаються до «старого забутого», аніж вивчають щось нове, на відміну від суміжних досліджень, які зазвичай досліджують іммігрантів. Мовну ситуацію, як в Україні, ще можна спостерігати у країнах, які були частиною Радянського Союзу, проте ні в одній з цих країн, включно з Росією, не проводились дослідження феномену переходу з російської на рідну мову цієї країни, адже такі дослідження є дороговартісними та не вигідними для політики цих держав.

Мета дослідження: дослідити процес самоідентифікації в умовах переходу з російської мови на українську та яку роль відіграє мова в цьому процесі.

Об'єкт дослідження: мова як елемент самоідентичності особистості.

Предмет дослідження: психологічні прояви особливостей самоідентичності особистості в умовах зміни мови.

Завдання дослідження:

- проаналізувати сучасні джерела та дані, що описують зв'язок мови із самоідентичністю;
- підтвердити чи спростувати наявність впливу мови на самоідентичність;
- проаналізувати психологічні особливості ідентичності при процесі самоідентифікації;
- дослідити фактори, які впливають на процес та протікання процесу самоідентичності в умовах зміни мови.

Методи дослідження: теоретичні; емпіричні: для вивчення даної теми було використано методику «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпартленда, методику

«П'ятифакторний особистісний опитувальник «Велика п'ятірка», методику «Модуль дослідження цінностей» та методику вимірювання цінностей Шварца. Було складено анкету-опитувальник, яка була поширена через мережу Інтернет. Статистичні: для аналізу отриманих даних, за допомогою опитувальників, було використано MS Excel та комп'ютерна програма для аналізу статистичних даних Jamovi.

Теоретико-методологічна основа дослідження: Опрацьовано праці таких видатних вчених як К. Роджерс, Н. Спада, В. Ламберт, Б. Спольські, які досліджували вплив мови на людину, її особистість та самоідентичність.

Теоретична значущість роботи: В Україні наразі немає достатньої кількості наукових робіт на тему ролі мови в процесі самоідентифікації, тому дану роботу можна буде використовувати для подальшого вивчення теми та її розвитку.

Практична значущість роботи: Результати дослідження можуть бути використані для подальшого дослідження теми, а також для використання здобутих результатів практикуючими психологами, педагогами, лінгвістами, соціальними робітниками в своїй практиці, для більш широкого та всебічного розуміння суті та особливостей впливу мови на особистість.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОЯВІВ САМОІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ ЗМІНИ МОВИ

1.1. Мова та її функції: психологічний контекст

Мова пронизує усе психічне життя людини: з одного боку, вона задовольняє потребу пізнавальних і суспільних потреб, з іншого – мова є засобом реалізації внутрішнього світу і можливостей особистості. [1]

Найпростішим визначенням для поняття «мови» є – це система символів та правил, яка дає нам можливість комунікувати. Під символами ми розуміємо слова, які є написаними або вимовленими, під правилами – те як слова впорядковані для утворення речення. [2] Проте давати чітке та точне визначення поняття «мова» не є до кінця чесним. Адже, в такому випадку чи можемо ми називати комунікативну систему мавп (чи будь-яких інших тварин) мовою?

Ми можемо описати мову багатьма способами: наприклад, говорити про звуки мови або ж значення її слів, або ж про граматику, яка визначає, які речення мови є виправданими. Ці поняття є фундаментальними, особливо у лінгвістиці і кожен аспект мов має спеціальні назви. Так ми можемо виокремити (рис. 1.1) семантику – розділ мовознавства, який вивчає значень слів, синтаксис – розділ мовознавства, який вивчає порядок слів у реченні, морфологію – розділ мовознавства, який вивчає слова та формування слів (варто зазначити, що є такі види морфології: флективна морфологія, яка вивчає зміни, які не впливають на основне значення слова чи його синтаксичну категорію та дериваційна морфологія, яка вивчає зміни, які впливають на основне значення слова чи його синтаксичну категорію), прагматику – розділ мовознавства, який вивчає

використання слів, фонетику – розділ мовознавства, який вивчає звуковий склад слів та фонологію – розділ мовознавства, який вивчає те як звуки використовуються у мові.

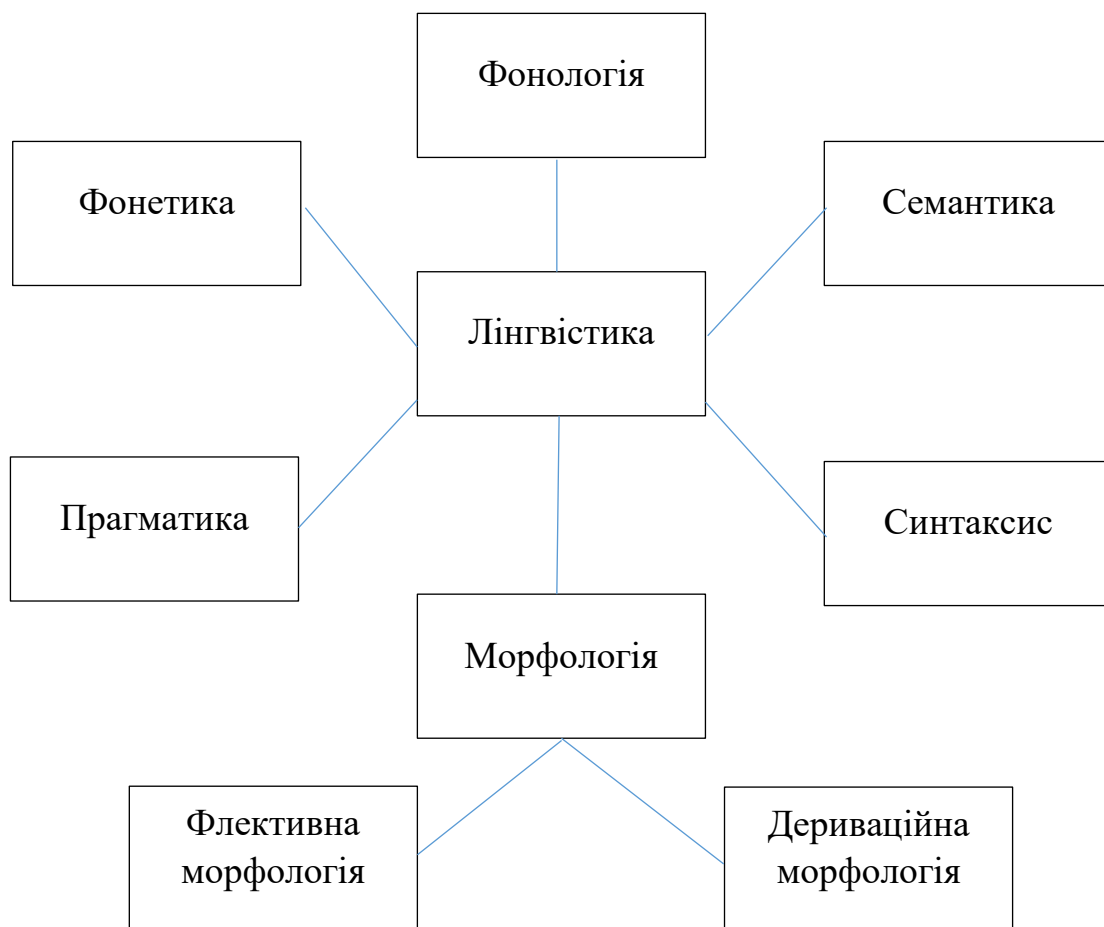


Рис. 1.1. Розділи мовознавства або лінгвістики [2].

Одиницею будь-якої мови є слово. Слово – це найменша одиниця граматики, яка може стояти самостійно, як повне висловлювання, розділене пробілами в письмовій мові. [3] У слова є два боки – фонетичний (зовнішній звуковий) та семантичний (внутрішній смисловий). Єдність цих боків (але не тотожність) утворює слово. Адже протягом історичного розвитку суспільства вимовлені комплекси звуків, якими позначали об’єкти, отримували певне значення, що в свою чергу надавало можливість людям обмінюватись думками. [1]

Слово виконує дві функції: функцію знака та функцію значення. Фонетична форма слова відіграє роль знака, в той же час семантична – роль значення. В процесі розвитку суспільства значення слів розвивались, внаслідок

чого виникла багатозначність слів, що є продуктом історичного розвитку кожної мови. [1]

Основними елементами мови є її словниковий склад і граматична будова. Словниковий склад – це сукупність слів у кожній окремій мові. Розрізняють активний і пасивний словникові запаси у людини. Активним називають той, яким людина послуговується для вираження своїх думок при спілкуванні, пасивним – слова, які людина розуміє, коли чує чи читає, але не вживає або не усі з них вживає у спілкуванні. Обсяг пасивного та активного словника у людини залежить від багатьох факторів, в тому числі від її освіти, діяльності, міри володіння мовою тощо. [1]

Проте словниковий запас, як такий не становить мови. Граматична будова забезпечує правила зміни слів, сполучення їх у реченні, адже слова повинні бути взаємоузгодженні, щоб людина змогла передати зміст своєї думки. Граматика формує морфологію та синтаксис і дає змогу виражати поняття та судження, робити умовиводи про предмети та явища, їх ознаки та відношення. [1]

Мова є засобом обміну думками, але лише за умови, що відбувається процес мовлення між людьми. Мова і мовлення – поняття не тотожні. Мовлення – це процес використання людиною мови для спілкування. Мовлення не може існувати поза будь-якою мовою. Одночасно з цими мова існує лише тоді, якщо нею активно користуються, адже мова розвивається лише за умови наявності процесу мовного спілкування. Мовлення і є формою актуального існування кожної мови. [1]

Процес мовлення розглядається як мовна діяльність. Люди роблять дії за допомогою слів. Вони наказують, обіцяють, критикують, вибачаються тощо. Іншими словами, використовувати мову означає виконувати дію. [12] Вивчення мови є нічим іншим як навчання мовленнєвої діяльності за допомогою мови. [13]

Мова нерозривно пов'язана з мисленням і слугує не тільки засобом вираження думок, але й також засобом формування думок. Мислення – це процес опосередкованого й узагальненого відображення людиною предметів та явищ об'єктивної дійсності в їх істотних зв'язках і відношеннях; є вищою абстрактною

формою пізнання об'єктивної реальності. У слові закріплюється нагромаджений пізнавальний досвід, який людина використовує в разі потреби. Узагальнюючи у слові свої знання про предмети та явища дійсності, людина виходить за межі того, що дано їй безпосередньо у відчуттях і сприйманнях, значно розширює свої пізнавальні можливості, удосконалює мислення. [1]

Сьогодні поширеною є концепція, за якою мова і мислення пов'язані між собою, але не є тотожними. Одиницею, яка містить в собі єдність мислення і мови є значення слова. Значення слова представляє собою нероздільну єдність процесів, про які не можна сказати, що воно є: феномен мови або феномен мислення. Слово без свого значення не є словом, це лише звук, отже, значення є необхідним, це ознака самого слова. Тобто ми маємо право розглядати слово як феномен мови. Але значення слова з психологічної сторони є не що інше як узагальнення чи поняття. Узагальнення в цьому контексті є синонімом суті. Будь-яке узагальнення, будь-яке створення поняття є безсумнівно актом думки. Отже, ми маємо право розглядати значення слова як феномен мислення.

Таким чином значення слова є одночасно феномен мови та інтелектуальним феноменом. Значення слова є феноменом мислення лише в тій мірі, в якій думка зв'язана зі словом і втілена у слові і навпаки: значення слова є феноменом мови лише в тій мірі, в якій мова зв'язана із думкою і освітлена її світлом. Значення слова є феноменом словесної думки і осмисленого слова, воно є єдністю слова і думки.

Значення слова неконстантне. Воно змінюється під час розвитку дитини. Воно змінюється і за різних способів функціонування думки. Воно є швидше динамічне, ніж статичне утворення. Встановлення мінливості значень уможливилось лише тоді, коли було визначено правильно природа самого значення. Природа його розкривається насамперед в узагальненні, що міститься як основний і центральний момент у кожному слові, бо кожне слово вже узагальнює.

Також виокремлюють поняття мовної особистості, адже ми не можемо зводити людину лише до психофізіологічних функцій і не враховувати впливу світогляду та уявлень самої людини.

Мовна особистість – це людина, яка володіє сукупністю здатностей і характеристик, які обумовлюють створення і сприйняття нею текстів і/або висловлювань, що вирізняються мірою структурно-мовної складності та глибиною й точністю відображення дійсності. [15; 16]

Світогляд та цінності, як система змістів і принципів формуються в процесі виховання людини, а мова формує початкові глибинні погляди на світ. Мова слугує призмою через яку людина засвоює уявлення про світ, в тому числі і національний характер певної лінгвокультури. [17]

Для того, щоб надалі аналізувати вплив мови на особистість нам також потрібно розглянути поняття «рідної мови», «другої мови» (second language) та «іноземної мови».

Рідна мова не є «вродженою мовою». Рідна мова – це та мова, якою дитина вимовила перші слова. [13]

Нерідна мова може бути двох видів: коли це мова, якою розмовляють у суспільстві, в якому перебуває дитина, то зазвичай говорять про другу мову (second language) – це може бути офіційна мова країни, державна мова або мова національної меншини. Якщо носіїв цієї мови в конкретному середовищі дуже мало, то це іноземна мова (foreign language). [13]

Але як мовленнєва діяльність рідною мовою відрізняється від мовленнєвої діяльності іноземною мовою? В першу чергу, орієнтовною ланкою: для того, щоб побудувати речення, людина повинна врахувати інформацію про свого співрозмовника (представники східної Азії враховують набагато більше інформації про свого співрозмовника, аніж представники західної Європи, до прикладу). По-друге, операційним складом цього речення – тими мовленнєвими операціями, які мусить проробити людина, щоб побудувати речення з таким самим змістом і того ж самого спрямування. Ці мовні операції можуть бути

сформовані двома шляхами: шляхом наслідування або «спроб і помилок» або ж шляхом актуального усвідомлення. [13]

Мовленнєві операції іншими словами характеризують, як мовленнєві навички – це операції, які здійснюються неусвідомлено, автоматично, відповідно нормам конкретної мови. Мовленнєве вміння – це мовленнєва дія, при якій людина правильно будує і реалізовує свої вислови. [13]

З психолінгвістичної точки зору, перехід з рідної мови на іноземну мову є зміною правил переходу від програми висловлювання до її реалізації, проте ця зміна не може відбутись одразу, вона повинна пройти етап опосередкованого володіння іноземною мовою і ланкою в цьому процесі виступає рідна мова, як «рідна» система правил реалізації програми. Надалі ця ланка все більше редукується і кінцевим результатом є встановлення прямого зв'язку між програмою і системою правил іноземної мови, що означає вільне володіння іноземною мовою. [13]

Для кращого розуміння функціонування мови нам варто розглянути і нейрофізіологічні аспекти мозку.

Найбільш відомою традиційною нейропсихологічною моделлю мови є модель Верніке-Гешвінда, за якою мовні процеси протікають в області Брока в лобовій частці, в області Верніке в скроневій частці та дугоподібний фасцикул, який з'єднує їх. Пошкодження будь-якої з цих зон спричиняє різні форми афазії, тобто розлади мови. [14]

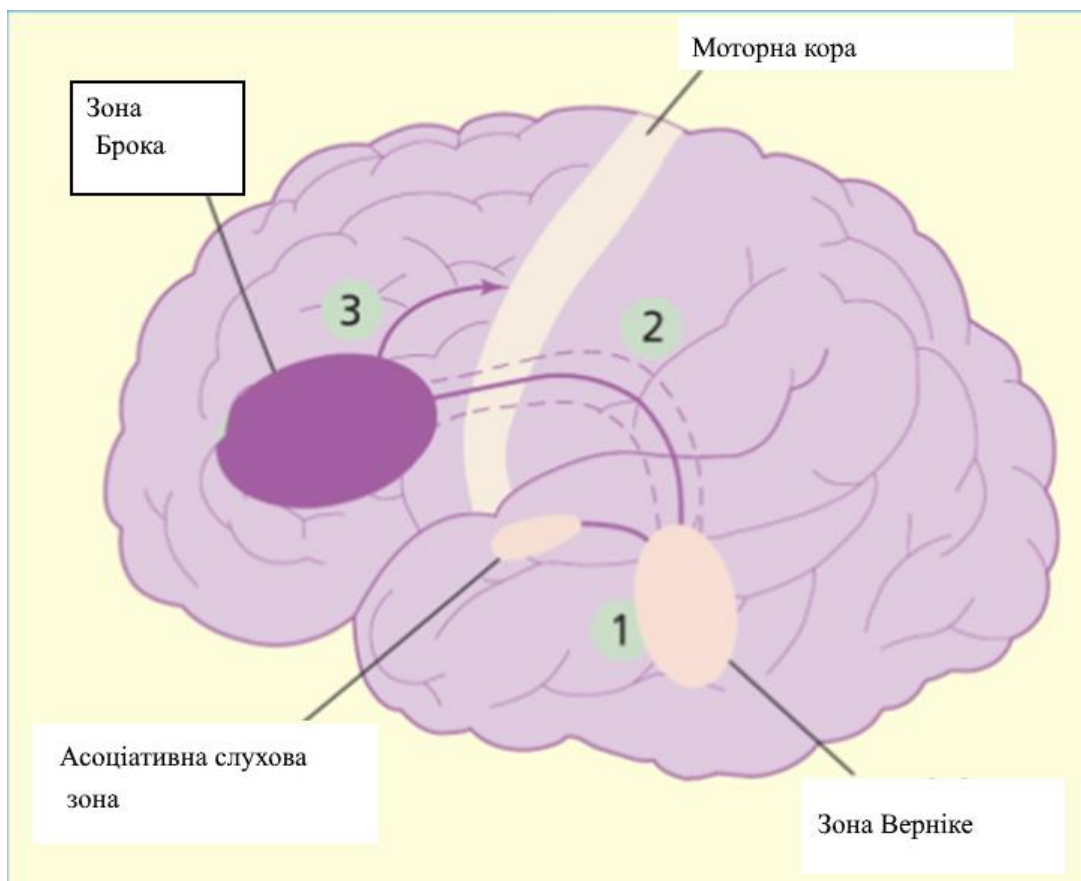


Рис. 1.2. Місцезнаходження зони Верніке (1) та зони Брока (3). При говорінні слова відбувається активація від зони Верніке через дугоподібний фасцикул (2) до зони Брока [2].

Зона Брока – це мовленнєва моторна зона, яка знаходиться у лівій півкулі (у праворуких людей; у більшості ліворуких людей вона знаходиться у правій півкулі). П. Брок виявив, що при ураженні мозку в ділянці другої й третьої лобних звивин людина перестає членороздільно розмовляти, хоча при цьому здатність розуміти слова залишається.

Зона Верніке – це зона сенсорних механізмів мовлення. Е. Верніке виявив, що при ураженні верхньої скроневої звивини людина чує слова, але не розуміє їхнє значення, тобто вона втрачає логічні зв'язки слів із предметами та діями, не розуміючи їхнього змісту. Саме у зоні Верніке зберігаються всі засвоєні звукові образи слів у вигляді нейронних слідів звукових образів.

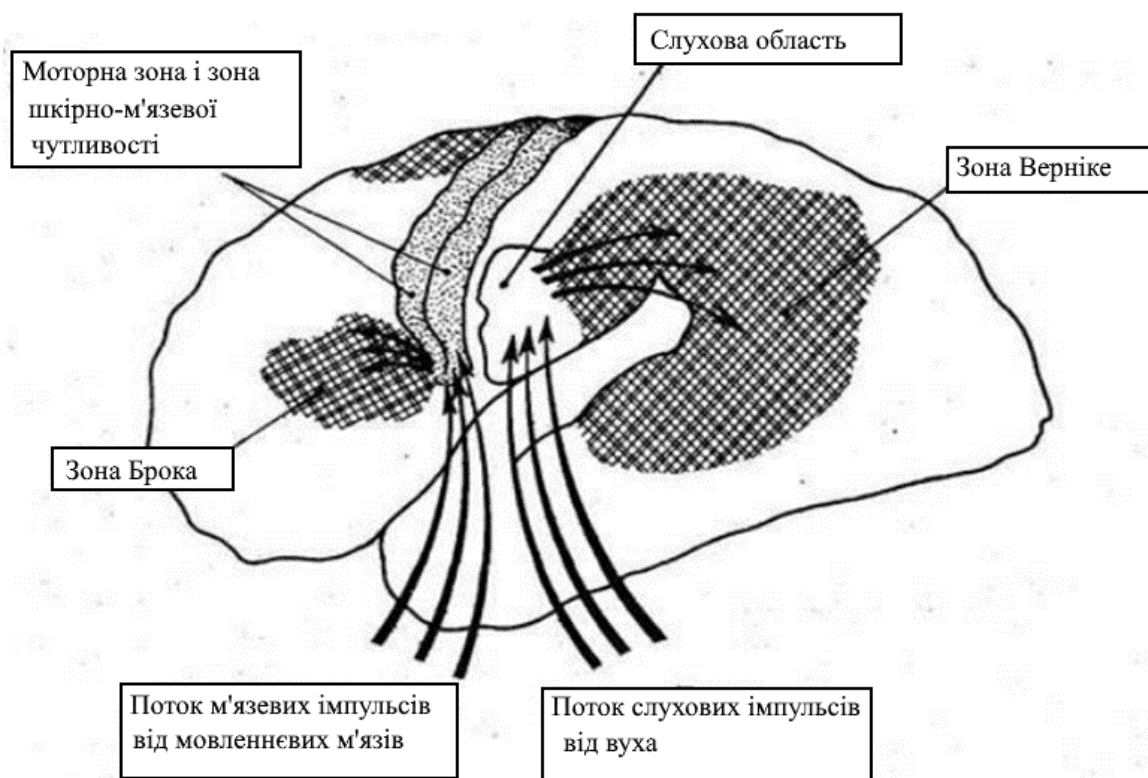


Рис. 1.3. Шляхи нервових імпульсів від мовленнєвих м'язів при промовлянні слів та шляхи імпульсів, що йдуть від слухового аналізатора [13].

Якщо ми говоримо про мислення рідною та іноземними мовами, то в їхній основі лежать майже ті самі нервово-мозкові механізми, хоча і є специфічні. На рис. 1.3 зображено шлях, яким рухається нервеве збудження в корі півкуль під впливом словесного подразника, проте при називанні словом іноземною мовою нервеве збудження рухається у зворотному напрямку. Але це працює для випадків, коли іноземна мова безпосередньо пов'язана із мисленням. Якщо мислення пов'язане опосередковано, тобто через переклад рідно мовою, то в процесі називання і розуміння слова нервеве збудження проходить суттєво довший шлях, отже, ми можемо сказати, що нервові механізми ускладнюються та видозмінюються.

У нещодавньому дослідженні, в якому брали участь поліглоти та гіперполіглоти (люди, які знають більше, ніж 10 мов) встановили, що незважаючи на те скільки мов людина знає чи як добре ними говорить, мозок обробляє інформацію рідною мовою по-іншому. [18]

На рис 1.4 зображено як мозок учасників дослідження відповідав на записи із різними мовами (L1-L4, де L1 – це рідна мова, L2-L4 – нерідні, але споріднені мови), для цього дослідники використовували fMRI, який вимірював кровоток по всьому мозку, що показували які ділянки мозку є активними під час завдання.

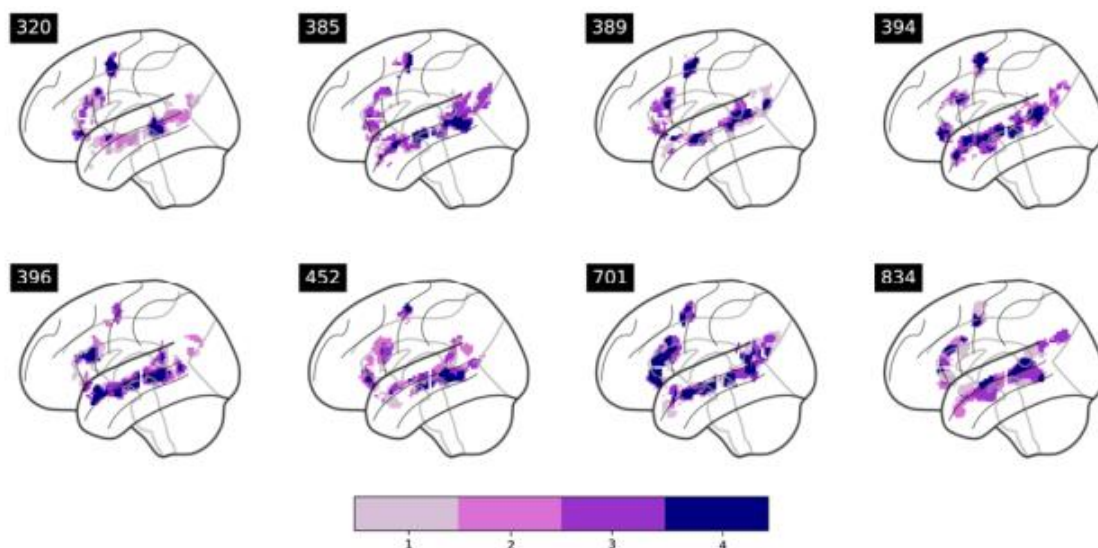


Рис. 1.4. Ділянки мозку, які активуються під час прослуховування різних мов (L1-L4) [18].

Дослідники виявили, що незважаючи на те яку мову учасники чули, ті самі ділянки мозку були задіяні при прослуховуванні, при цьому такі результати були як і в поліглотів, так і в монолінгвів.

На рис 1.5 зображено, що чим більш знайома мова є для учасника, тим більшою є реакція мозку. Мозкова діяльність також була високою, коли учасники чули мови, які є спорідненими до тих мов, які вони знають, проте незнайомими. Дослідники припускають, що така реакція могла бути зумовленою понаднормовою роботою мозку, під час якою виявляв подібності між мовами.

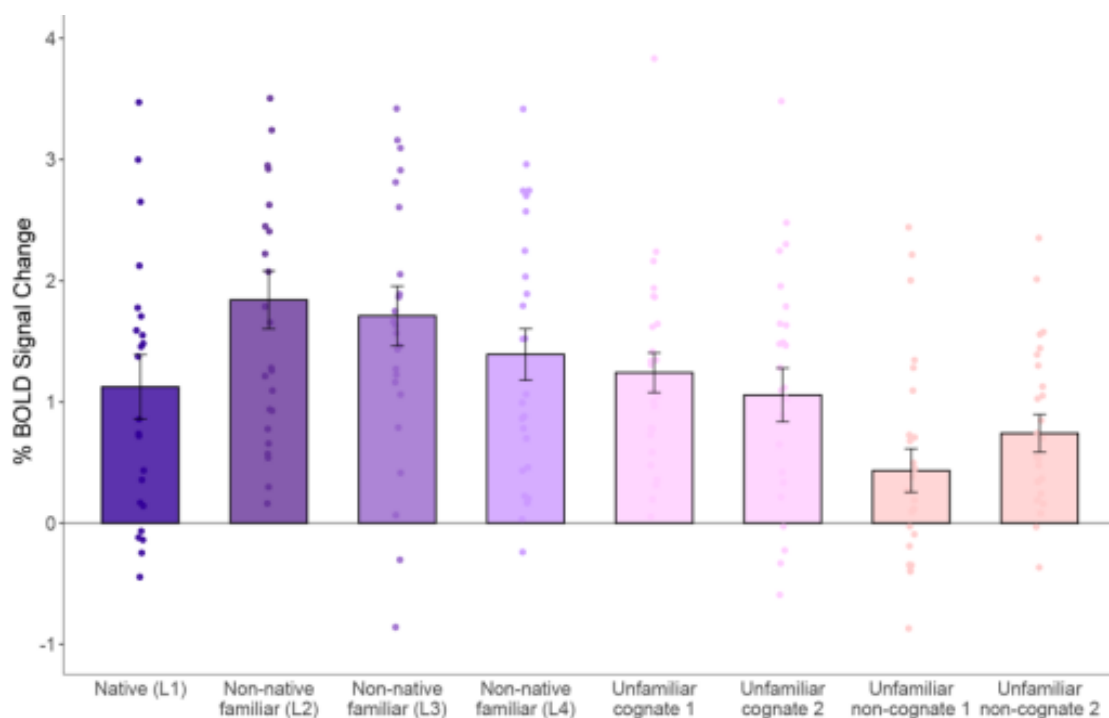


Рис. 1.5. Відповідь у мовній мережі на умови багатомовного експерименту [18].

Проте, цікавим фактом є те, що коли учасники чули свою рідну мову, ділянки мозку, які відповідають за мовну діяльність були спокійнішими, ніж для інших мов, навіть, якщо учасники вільно володіли цими мовами. Це дало підстави припускати, що для обробки мов, які ми вивчаємо у ранньому віці мозку необхідно менше енергії. Швидше за все, це тому що ми витрачаємо менше когнітивної енергії на вирішення завдання в яких ми експерти. Ми досягаємо найвищої точки когнітивної ефективності нашої рідної мови.

Отже, зважаючи на всю вищесказану інформацію, ми можемо виділити, що мова виконує такі функції [11]:

1. Комунікативна – мова використовується людьми як засіб спілкування та передачі інформації. Сюди включаємо і функцію регуляції поведінки.
2. Номінативна – вживання мови в цілях найменування конкретних об'єктів (географічних пунктів, підприємств, виробів тощо).
3. Мислетворча – мова є не лише засобом вираження і передачі думки, а й засобом формування, творення самої думки. При цьому, варто

зазначити, що маємо на увазі мову не як знаряддя праці, а як знаряддя інтелектуальної діяльності як такої.

4. Пізнавальна – людина може пізнавати світ не лише з власного досвіду, а й через мову, бо в ній накопичено досвід і знання минулих поколінь.
5. Естетична – основною особливістю цієї функції є те, що люди здатні поставити звичайне, неспецифічно поетичне слово в таку позицію, коли воно здатне виразити більше, ніж в звичайній комунікативній ситуації.
6. Експресивна – в цій функції еквівалентом мови є різні паралінгвістичні явища, такі як виразні рухи – міміка, жестикуляція. Наприклад: як би добре та чи інша людина не говорила б болгарською, в Болгарії не сприймуть її мову як правильну болгарську, якщо людина буде її супроводжувати українськими, а не болгарськими стверджувальними чи заперечувальними жестами.
7. Національно-культурна – мова відображає і закріплює реалії, абстрактні поняття і т.д., які відпрацьовані історичним досвідом даного народу, специфічними умовами трудового, суспільного, культурного життя цього народу, а також закріплює у собі результати мислення і пізнання.
8. Магічна – наявність в нашій мовленнєвій діяльності табу і евфемізмів.
9. Ідентифікаційна – мова виступає засобом ідентифікації мовців, їхньої приналежності до тієї чи іншої спільноти чи групи. Люди належать до різних соціальних груп та мають багато соціальних ідентичностей. Людина одночасно може бути «лікарем», «шанувальником Динамо Київ», «українцем», «одеситом» тощо. Кожній з цих груп притаманна певна мова: регіональний діалект, робочий жаргон або ж інші мовні варіації. Вони всі дають відчуття приналежності до групи.

1.2. Самоідентичність як психологічний феномен в науковій літературі

Для того, щоб почати розглядати поняття ідентичності, нам спершу потрібно розглянути поняття «індивід», «особистість» та «індивідуальність».

Людина поєднує в собі два напрямки розвитку: біологічний (людина є представником певного біологічного виду) та соціальний (людина є суспільним продуктом). Взаємодія біологічного і соціального забезпечують психологічний аспект – людина відображає світ, у якому живе. Жоден із цих трьох аспектів не є домінуючим, а рівномірно представлений у людині.

Щоб підкреслити біологічний аспект використовують поняття «індивід». Індивід – це людська біологічна основа розвитку особистості у певних соціальних умовах. Виділяють первинні і вторинні властивості індивіда. Під первинними властивостями розуміють відповідність певному віку, статі, складу тіла, особливості функціонування мозку. Під вторинними властивостями розуміють динаміку психофізіологічних функцій та структуру органічних потреб, які зумовлені первинними властивостями. Інтеграція усіх цих властивостей обумовлює особливості темпераменту і задатки людини. [21]

Щоб підкреслити соціальний аспект людини, використовують поняття «особистість».

Поняття «особистість» розглядають в широкому і вузькому значення. Згідно до Первіна та Джона [18], особистість репрезентує ті характеристики, які враховують послідовні моделі (паттерни) почуттів, мислення та поведінки. Таке широке значення дозволяє дослідникам застосовувати широкий діапазон підходів до вивчення особистості і робити наголос на послідовних паттернах.

Якщо ми розглядаємо поняття «особистість» у вузькому значення, то особистість – це самість; людина, як суб'єкт волевиявлення.

Проте, ми зупинимось на цьому визначенні: особистість – це конкретний людський індивід з індивідуально вираженими розумовими, емоційними, вольовими та фізичними властивостями. [1]

Особистість розвинулась в процесі суспільно-трудової діяльності людства, тобто в історичному процесі роботи. Те, що людина завжди належить до якоїсь

системи суспільних відносин визначає її соціальну і психологічну сутність. Для особистості характерно мати свідомість, виконувати суспільні ролі та виконувати суспільно корисну діяльність. Особистість завжди конкретно-історична, вона є продуктом тієї доби і тих суспільно-економічних відносин, сучасницею та учасницею яких вона є. [20]

Проте кожна людина є єдністю біологічного і соціального, що формує її як індивідуальність. Індивідуальність – це поєднання психологічних особливостей людини, що утворюють її своєрідність, відмінність від інших людей. Індивідуальність проявляється у характері, здібностях, поглядах на світ, характеристиках емоційної і вольової сфери, інтелекті, особливостях поведінки і т.д. [21]

Кожна людина є одночасно індивідом, особистістю та індивідуальністю, що характеризує її як структурне ціле, але не кожна людина є цілісною особистістю, тобто не кожна людина може досягти гармонії у взаємодії усіх її якостей і властивостей.

Для кращого розуміння особистості розглянемо її структуру. У структурі особистості виділяють типове та індивідуальне. Типове – це те найзагальніше, що притаманно кожній людині: її свідомість, розумові та емоційно-вольові особливості тощо, те, чим одна людина схожа на інших людей. Індивідуальне – це те, що притаманно лише окремій людині: фізичні та психологічні особливості, її спрямованість, здібності, риси характеру тощо, те, чим ця людина відрізняється від інших. [1]

У структурі особистості виділяють такі підструктури [1]:

1. Спрямованість особистості – установки, що стали властивостями особистості, в результаті суспільного буття людини. Є соціально обумовленою. Сюди входять ідеали, світогляд, бажання, прагнення, переконання особистості.
2. Досвід – знання, навички, вміння і звички, набуті шляхом особистого досвіду, навчання і виховання.

3. Форми відображення – індивідуальні особливості психічних процесів, які виявляються у емоційно-вольовій і пізнавальній діяльності.
4. Біологічно зумовлені психічні функції особистості – вікова, статеві властивості, патологічні зміни, властивості темпераменту, які в основному залежать від фізіологічних і морфологічних особливостей мозку.

Структура особистості дуже складна і багатогранна. Світогляд, цінності та переконання, особливості емоційно-вольової сфери, її пізнавальна діяльність – все це є складовими життя особистості, які є у взаємодії і становлять «Я» людини, яке керує всіма аспектами внутрішнього життя і зовнішніми проявами його в діяльності та стосунками з іншими.

Зазвичай до поняття «Я» вдаються з трьох причин. По-перше, наше усвідомлення самих себе представляє важливий аспект нашого феноменологічного чи суб'єктивного досвіду. По-друге, є багато фактів, які підтверджують, що наше уявлення про себе впливає на нашу поведінку у багатьох ситуаціях. І по-третє, до нього вдаються, щоб висловити організовані, інтегровані аспекти функціонування особистості. **[Помилка! Джерело осилання не знайдено.]**

За К. Роджерсом індивід сприймає зовнішні об'єкти і свій внутрішній досвід і надає їм деяке значення. Загальна система образів і значень складає феноменальне поле індивіда. Ті феноменальні частини поля, які людина називає словами «сам» (self), «мене» або «Я» (I) утворюють Я (self) або Я-концепцію (self-concept). Я-концепція представляє собою організований та погоджений паттерн сприйняття. В той же час Я-концепція змінюється, при цьому завжди зберігає свої якості структурованості, цілісності та організованості.

Варто зазначити, що, за Роджерсом, Я – це не істота, яка сидить в нас і контролює нашу поведінку. Я – це організований набір сприйняття. Також паттерн переживань і образів, які обумовлені поняттям Я, є доступним свідомості, тобто його можна усвідомити. Хоча індивід може мати неусвідомлений досвід, Я-концепція, в основному, усвідомлюється. К. Роджерс

вважав, якщо в визначення Я включити несвідомий матеріал, то явище неможливо буде вивчати об'єктивними методами.

Спорідненим структурним поняттям є ідеальне Я. Ідеальне Я – це та Я-концепція, яку індивід б хотів мати. Я-ідеальне включає образи і значення, які пов'язані з Я і високо цінуються індивідом.

Для розвитку своєї теорії К. Роджерс ввів поняття внутрішньої узгодженості Я і конгруентності між Я і суб'єктивним досвідом. Згідно з Роджерсом, організм функціонує, щоб зберегти узгодженість (безконфліктний стан) між різними образами себе і конгруентності між образом Я і досвідом. Успішний розвиток особистості, за К. Роджерсом, залежить від того чи буде дитина виховуватись в умовах безумовного позитивного ставлення. Якщо оцінки в першу чергу батьків будуть то позитивні, то негативні, то одні її почуття і дії є цінними, а інші нецінними. Тоді дитина намагається стати тим, ким її хочуть бачити, а не тим, ким вона є насправді. В такому випадку «Я» стає деструктивним і саморуйнівним.

К. Роджерс переконував, що з адекватним ставленням до своїх власних агресивних і сексуальних почуттів людина стає більш толерантною до інших і це дає їй здатність не вступати в конфлікти та покращувати свої стосунки. Адже постійна увага лише до своїх почуттів і намагання довести свою точку зору приводить до конфліктів між людьми. Прийняття іншими є однією з головних людських потреб, тому приймаючи себе нам легше приймати інших і бути прийнятими, що в результаті стає спільною цінністю для суспільства і люди краще розуміють один одного. [21] Е. Левінас стверджував, що лише «автентичне Я», «Я», яке звільнене від всього другорядного ззовні, здатне йти на зустріч Іншому. Тут мова йде не про злиття «Я – Ти», а про усвідомлення того, що «Я як Самототожний – Інший як Інакий/ Чужий». [29]

Досліджуючи Я-образ важливо згадати поняття ідентичності. Ідентичність - невіддільна характеристика людини, що виявляється, з одного боку, у визнанні своєї унікальності, а з іншого – у відчутті належності до певної спільноти.

При вивченні ідентичності зараз активно використовують Прагматичну теорію ідентичності Дж. Левітана та Д. Дж. Карр-Челлмана. [4] Згідно цієї теорії є чотири передумови, які підкреслюють інтегрований, реляційний характер ідентичності із навколишнім середовищем і аспектами себе, які складають нашу людську унікальність і зв'язок з іншими.

Передумова 1: ідентичність створюється шляхом синтезу трьох впливів:

1. Я-концепція,
2. соціальне значення або колективне розуміння ідентичності,
3. реагуюча підсвідомість (внутрішні бажання, цінності та відчуття самостійності).

Передумова 2: кожна особистість складається з унікальної кількості багатьох ідентифікацій. Кожна ідентифікація є частиною «колекції», але кожна ця частинка може змінюватись, з'являється або зникати залежно від контексту.

Передумова 3: емоції нерозривно переплітаються з ідентичністю. Цінність, яку люди надають або не надають характеристикам, які складають ідентичність, впливають на самооцінку, ефективність і загальне самопочуття.

Передумова 4: цінності ідентичності можуть бути мінливими, проте сама ідентичність може мати різну ступінь пластичності. Цінності особистості та ідентичності тісно пов'язані, але не є тотожними.

Ці чотири передумови можуть допомогти розкрити багато ідентичностей властивих кожній людині, а також зрозуміти безперервний процес самостворення та переговорів у стосунках, у яких людина бере участь, коли входить у різні контексти, що в свою чергу впливає на поведінку, цінності та добробут людини.

Варто згадати проблему диференціації понять «ідентифікація» та «самоідентифікація». Так як ідентифікація – це процес ототожнення себе із кимось, тоді цей процес мав би включати в себе сутність самоідентифікації. [24] Проте самоідентифікація регулює індивідуальне пізнання, адже включає в себе процеси проєкції і відтворення, розпізнання «Я» і «не-Я». [25]

Самоідентифікація, як особистісна так і соціальна є важливою складовою становлення і збереження особистості, адже людина, яка не розуміє своєї ролі у суспільстві позбавлена орієнтації в цьому суспільстві, а, отже, й цілеспрямованих стратегій життя. Тому ми можемо виокремити самоідентифікація, як одну з головних цілей, до якої прагне людина протягом життя, свідомо чи несвідомо.

Самоідентифікація є процесом ототожнення себе з іншою особою, включення в образ власного «Я» окремих її якостей, в результаті її наслідування і розвитку стосунків з нею. Тому розглядаючи самоідентифікація слід зазначити, що самоідентифікація пов'язана не лише із ідентифікацією себе з певною особистістю, а й із певними ідеалами, орієнтацією в житті, поведінкою та принципами. Тобто ідентифікуючи себе із кимось, людина свідомо обирає напрям самореалізації себе як особистості, як індивідуальність, що є продуктом свідомих зусиль і прагнень людини. [22]

М. Шульга зазначає, що самоідентифікація має такі смислові відтінки [26]:

1. Зовнішнього спрямування: фіксація свого становища в системі суспільства, соціально-політичних явищ, морального ставлення до минулого, сучасного та майбутнього.
2. Внутрішнього спрямування: віддзеркалення відчуття своєї тривалості у часі, власної зібраності як єдиного цілого.

Як і будь-який психологічний механізм самоідентифікація виконує певні функції, а саме [28]:

1. Відбір нових соціальних та особистісних цінностей в структуру особистості.
2. Переструктурування ідентичності відповідно до особливостей нових елементів, що увійшли до її структури.
3. Визначення людиною цінності нових особливостей, що увійшли до її структури особистості та співставлення їх з попередніми цінностями, що входять чи входили до цієї структури.

Трансформація суспільства завжди супроводжується кризою ідентичності в суспільстві. Ідентичність можна втрати і знову набути, адже ідентичність не є поняттям сталим, вона змінюється протягом життя, ми постійно перебуваємо в процесі зміни своєї ідентичності.

Особі властиво розрізняти свою справжню приналежність до певної групи і її удавану приналежність до групи, куди ця особі себе не відносить, але цінності і поведінку якої сприймає – цю групу називають референтною групою. Криза ідентичності пов'язана із зміною референтної групи. Коли референтна група і група членства більше не є такими, до якої особа хоче себе відносити, то це ще один показник кризи ідентичності. [23]

Процес глобалізації ще більше ускладнив питання кризи ідентичності в Україні. З'являються нові образи світу, що знаходять в концепція глобалізму або антиглобалізму. В сучасній Україні особлива ситуація, де одночасно відбуваються радикальні процеси трансформації суспільства та процес глобалізації. [23]

Мова вважається основним засобом вираження власної ідентичності. Бернар Спольскі [5] стверджує, що «мова є центральною рисою особистості». Також мова вважається інструментом для вираження соціальних установок групи людей не тільки на індивідуальному рівні, а й на рівні групи.

Можна стверджувати, що мова відіграє величезну роль у вираженні особистості. Те як людина говорить, її акцент та словниковий запас розкривають частину її ідентичності. Люди зазвичай краще виражають себе, коли використовують рідну мову, адже ця мова є важливою частиною досвіду цих людей. З рідною мовою пов'язано багато почуттів та емоцій, оскільки це мова, якою людина користується з народження.

Рідна мова може мати величезний вплив на вивчення інших мов, можливо тому деякі люди стикаються із роздвоєнням ідентичності, оскільки їм важко переключатись між кількома мовами.

1.3. Вплив мови на формування самоідентичності особистості

Однією із найзагальніших та найнеобхідніших умов продуктивної діяльності особистості є мова. [1]

Говорячи про локалізацію мови в ідентичності, запропоновано п'ять принципів [27]:

1. Поява: найкраще розглядати ідентичність як продукт, який з'являється, ніж вже існуюче джерело лінгвістичної та інших семіотичних практик і тому фундаментально соціальним та культурним явищем.
2. Позичійність: ідентичність охоплює макрорівень демографічних категорій; специфічні локальні, етнографічні культурні позиції; специфічні тимчасові та взаємодіючі позиції та ролі учасників.
3. Індексальність: зв'язки ідентичності виникають у взаємодії кількох пов'язаних процесів включаючи відкрите згадування категорій ідентичності та ярликів; імплікації та пресупозиції щодо власної чи чужої ідентичності; відображені оцінювальні та епістемічні орієнтації на поточну розмову, а також основи взаємодії та ролі учасників; використання мовних структур і систем, які ідеологічно пов'язані з конкретними особами та групами.
4. Реляційність: ідентичності конструюються через кілька взаємодоповнюючих зв'язків, які часто накладаються один на одного, включаючи подібність/відмінність, справжність/хитрість, авторитетність/делігітимність.
5. Упередженість: будь-які конструкції ідентичності можуть бути частково свідомо і навмисно, а частково звичкою і, отже, часто не зовсім усвідомлено, частково результатом взаємодіючих переговорів і суперечок, частково результатом сприйняття та уявлень інших, а частково ефектом більших ідеологічних процесів і матеріальних структур, які можуть мати відношення до взаємодії. Тому ці конструкції змінюються як в процесі взаємодії, так і в різних контекстах дискурсу.

В основному дослідження зв'язку між мовою та ідентичністю стосується тих людей, хто вивчає другу мову і живуть у країнах, де ця мова широко використовується.

Вивчення нової мови - це не просто спілкування іншою мовою, а й постійне упорядкування та зміна того, ким є ця людина та як вона може ставитися до людей навколо неї. Іншими словами, той, хто вивчає мову, будують нову ідентичність, коли вивчають нову мову. [6] До того ж Патсі Лайтбоун та Ніна Спада стверджують, що вивчення нової мови означає вивчення нової ідентичності. [7]

В. Ламберт вважається одним із видатних вчених, що досліджував взаємозв'язок між вивченням іноземної мови та самоідентифікації людини, яка цю мову вивчає. Він фокусувався на ролі мотивації у вивчення іноземної мови, яка, як наслідок, вплине на самоідентифікацію. Ламберт створив соціально-психологічну модель ідентичності, за допомогою якої стверджує, що люди, котрі вивчають другу мову змінюють свою поведінку, щоб показати свій зв'язок з іншомовною групою та культурою.

За цією моделлю здібності та ставлення людини відіграють величезну роль у спонуканні до вивчення мови. Мовні здібності визначають як вроджену здатність до вивчення мови, а ставлення – як точка зору стосовно світу того, хто цю мову вивчає. Здібності та ставлення до світу визначають мотивацію і наскільки успішне вивчення мови, а це, в свою чергу, впливає на самоідентичність. Цей вплив може бути «адитивним» (additive) або «субтрактивним» (subtractive).

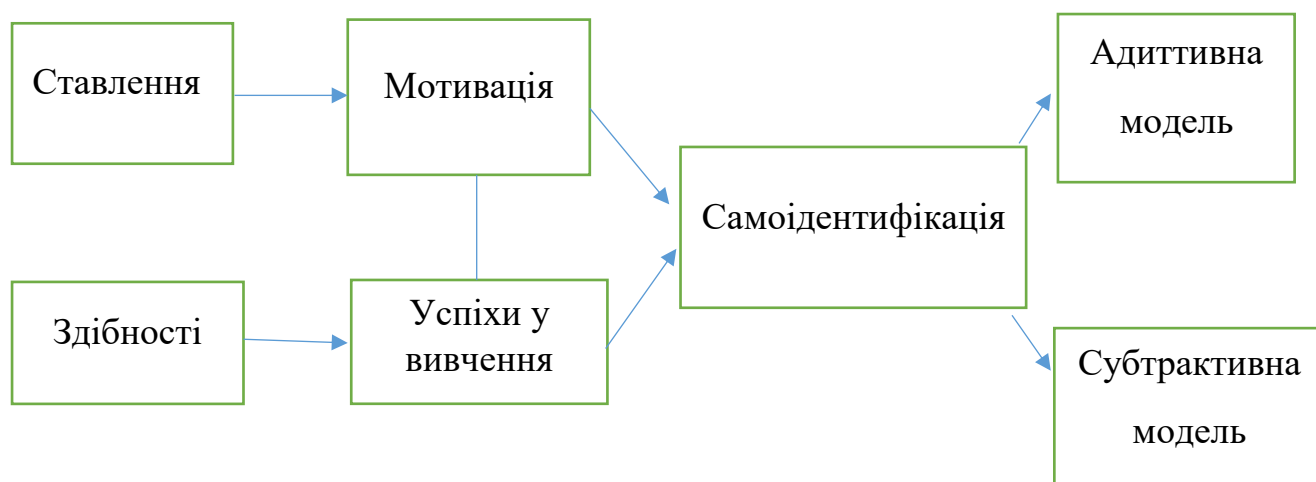


Рис. 1.6. Соціально-психологічна модель ідентичності В. Ламберта [8]

Адитивний вплив (такий, що доповнює) – це такий вплив, що частково або суттєво збагачує зміст, вивчений рідною мовою.

Субтрактивний вплив (той, що витісняє) – вплив, при якому іноземна мова витісняє рідну і починає відігравати домінуючу роль.

Проте варто зауважити, що такі зміни у самоідентифікації спричинені як психологічними так і соціальними факторами.

Для того, щоб краще зрозуміти і виміряти вплив зміни мови на самоідентифікацію розглянемо модель Гао Їхонг, яка базується на моделі соціально-психологічній моделі Ламберта. Гао Їхонг запропонувала наступну класифікацію для вимірювання змін самоідентифікації при вивченні іноземної мови [9]:

1. Зміни впевненості в собі: в цій секції ставлять запитання, щоб зрозуміти чи вивчення нової мови якось вплинула на рівень впевненості людини. Ці питання стосуються психологічного аспекту людини.
2. Адитивні зміни: ці зміни показують чи співіснують різні набори цінностей у свідомості людини. Такі зміни відбуваються, коли людина легко може використовувати обидві мови без труднощів.
3. Субтрактивні зміни: ці зміни стосуються заміни рідних цінностей, поведінки та культурних норм поведінки першої мови іноземною мовою. Такі зміни відбуваються, коли людина відчуває більший зв'язок з

іноземною мовою та більше прив'язаний до неї. Під час цих змін у людини є сильні протиріччя між рідною та іноземною мовами, проте ці протиріччя не обов'язково будуть присутні у всіх сферах життя людини.

4. Продуктивні зміни: володіння новою мовою та рідною мовою позитивно підкріплюють і підсилюють один одного. Вважається, що такі зміни допомагають позитивному закріпленню цінностей рідної мови завдяки вивченню іноземної мови.
5. Розкол змін: через внутрішню боротьбу між мовами може трапитись конфлікт між рідною та іншомовною ідентичністю. Такі зміни можуть призвести до вагань щодо переконань, згідно з якими повинен діяти той, хто вивчає мову, і яких культурних норм ця людина має дотримуватись.
6. Нульові зміни: людина не відчуває змін через вивчення нової мови. Людина діє незалежно від того якою мовою послуговується та не відчуває змін в своїй ідентичності.

У працях, які досліджують вплив зміни мови на особистість показують, що існує тісний взаємозв'язок між самоідентичністю та самовпевненістю. Вони стверджують, що чим краща самовпевненість, тим більше вона впливає на Образ Я, а це, в свою чергу, впливає на самоідентичність того, хто вивчає нову мову. У дослідженні курдських студентів у США значна кількість студентів стверджували, що їхня самовпевненість стала більшою після початку вивчення англійської мови. [10]

Іншою сферою впливу в самоідентичності при зміні мови є їхнє ставлення до світу. Наприклад, у праці Гао описано як китайські студенти відчують більшу відкритість до світу порівняно з тим як було до вивчення англійської мови. [9]

Так як мова є основним засобом комунікації, тому впливає на ідентичність, адже ідентичність є явищем соціально-культурним. Зокрема мова впливає і на національну ідентичність, але стверджувати, що національна ідентичність є в прямій залежності від мови теж не можна, тут радше можна говорити про

опосередкований зв'язок. У кожного народу є його комунікативна поведінка – сукупність норм і традицій спілкування. Мовні відмінності впливають на сприйняття і передачу інформації між членами суспільств. Інформацію легше передати, коли люди використовують одну й ту ж саму мову. [30]

За Дж. Джозефом [31], мова є ключовим елементом національної ідентичності з таких причин:

1. Група, яка проживає на одній території має притаманні їй способи мовлення, що відрізняє її від інших груп. Хоча не завжди мова є об'єднуючим фактором і не завжди відсутність спільної мови є роз'єднуючим фактором.
2. Єдність нації, як ідеологія передбачає те, що людям притаманна культурна єдність, яка є результатом існування спільної мови.
3. Концепти, які визначають національну ідентичність співвідносяться із сакральними текстами народу, таких як конституція чи національний гімн, чи ключові твори літератури народу.
4. Стандарти мови, які пропагуються через систему освіти відіграє роль у збереженні та відтворенні культури. Також «правильна» мова дає уявлення про «правильну» громадянську поведінку.
5. Нація, яка прагне контролювати тих, хто є в складі їхньої держави, може використовувати мову, як інструмент для вирішення питання чи належить конкретна особа до переліку тих, хто може користуватися перевагами, які дає держава. Тому чимала кількість держав в першу чергу вимагають певні культурні кваліфікації, в тому числі знання мови.

Мова може виступати важливим консолідуючим фактором нації, особливо в тому випадку, коли культурна еліта народу володіє писемною національною мовою. Е. Хобсбаум писав, що існування культурної еліти, яка володіє писемною національною мовою є одним із важливих факторів трансформації етнічної групи на націю. [32]

Варто зазначити, що етнічна ідентичність базується на віднесенні особистості себе до групи людей, які об'єднані спільним уявленням про своє спільне походження, тоді як національна ідентичність – на віднесенні особистості себе до групи людей, які об'єднані уявленням себе як нації, як політичної спільноти. Мова, як один із головних маркерів відмінності одного народу від іншого, стає ключовою складовою етнічної і національної ідентичності. Хоча не завжди мова є цінністю, яка важлива для групи людей при становленні нації, але все ще мова має досить тісний зв'язок із національною ідентичністю і може посилюватися в результаті правильної мовної політики держави. [30]

Висновки до розділу 1

В Розділі I ми розглянули мову та її функції в психологічному контексті, процес самоідентифікації особистості та те яке місце займає мова в процесі ідентифікації та самоідентифікації.

Мова слугує системою знаків або ж символів та правил, за допомогою яких люди можуть передавати інформацію один одному, виражати себе, особливості своєї особистості. Під знаками (символами) ми розуміємо слова, які одночасно виконують функцію знаків та значень. Під правилами ми розуміємо те як впорядковані слова для утворення речень. З вищевказаного, робимо висновок, що у мови є два основних елементи: її словниковий запас та граматична будова. Словниковий склад – це сукупність слів у кожній окремій мові. Розрізняють активний і пасивний словникові запаси у людини. Активним називають той, яким людина послуговується для вираження своїх думок при спілкуванні, пасивним – слова, які людина розуміє, коли чує чи читає, але не вживає або не усі з них вживає у спілкуванні. Проте словниковий запас, як такий не становить мови. Граматична будова забезпечує правила зміни слів, сполучення їх у реченні, адже слова повинні бути взаємоузгодженні, щоб людина змогла передати зміст своєї думки. Граматика дає змогу виражати поняття та судження, робити умовиводи про предмети та явища, їх ознаки та відношення.

Мова може існувати та розвиватись лише за умови активного її використання в процесі мовлення, одночасно з цим мовлення не може функціонувати поза межами будь-якої мови. Мовлення є ні що інше як сам процес використання мови людиною для спілкування.

Ми розглядаємо мовлення як процес мовної діяльності. За допомогою мови ми виконуємо мовні та мовленнєві дії: називаємо об'єкти та явища, просимо, наказуємо обіцяємо тощо, тобто відбувається акт дії. Для того, щоб виконати дію, наш мозок має обробити необхідну інформацію та дати «команду». Отже, мова та мислення також пов'язані.

Мислення – це процес опосередкованого й узагальненого відображення людиною предметів та явищ об'єктивної дійсності в їх істотних зв'язках і відношеннях; є вищою абстрактною формою пізнання об'єктивної реальності. Мова слугує не тільки засобом вираження думок, але й також засобом формування думок. У слові закріплюється нагромаджений пізнавальний досвід, який людина використовує в разі потреби. Узагальнюючи у слові свої знання про предмети та явища дійсності, людина виходить за межі того, що дано їй безпосередньо у відчуттях і сприйманнях, значно розширює свої пізнавальні можливості, удосконалює мислення.

Одиницею, яка містить в собі єдність мислення і мови є значення слова. Слово без свого значення не є словом, це лише звук, отже, значення є необхідним, це ознака самого слова. Але значення слова з психологічної сторони є не що інше як узагальнення чи поняття. Будь-яке узагальнення, будь-яке створення поняття є безсумнівно актом думки. Отже, ми маємо право розглядати значення слова як феномен мислення.

Таким чином значення слова є одночасно феномен мови та феноменом мислення. Значення слова є феноменом мислення лише в тій мірі, в якій думка зв'язана зі словом і втілена у слові і навпаки: значення слова є феноменом мови лише в тій мірі, в якій мова зв'язана із думкою. Значення слова є єдністю слова і думки.

З психофізіологічної точки зору найпоширенішою моделлю мови є модель Верніке-Гешвінда, за якою мовні процеси протікають в області Брока в лобовій частці, в області Верніке в скроневій частці та дугоподібний фасцикул, який з'єднує їх і пошкодження будь-якої з цих зон спричиняє різні форми афазії, тобто розлади мови.

Останні дослідження показують, що скільки б мов ми не знали, наш мозок все одно найменше енергії витрачає при обробці інформації рідною мовою людини. Проте це не дивно, адже мова є такою собі першою призмою через яку ми вивчаємо і сприймаємо світ, виражаємо себе та ототожнюємо з певними групами чи особами.

Отже, з усього вищесказаного, ми робимо висновок, що мова виконує наступні функції: комунікативна, номінативна, мислетворча, пізнавальна, естетична, експресивна, національно-культурна, магічна, ідентифікаційна.

Ми вже зазначали раніше, що мова є призмою через яку ми сприймаємо і досліджуємо світ, в тому числі і себе в цьому світі. Процес ототожнення себе із кимось називається самоідентифікацією, в результаті цього процесу в людини формується ідентичність. Ідентичність – це визнання своєї унікальності і водночас відчуття належності до певної спільноти. Важливим фактом є те, що самоідентифікація це не просто ототожнення себе з іншим, але й з певними ідеалами, цінностями, світобаченням, поведінкою цього іншого.

Тому самоідентифікація виконує важливі функції, такі як: відбір цінностей в структуру своєї особистості, переструктурування своєї особистості відповідно до змін цих цінностей, а також порівняння цих цінностей із тими, що були чи є у структурі особистості індивіда. За допомогою самоідентифікації ми фіксуємо себе у системі суспільства, в якому перебуваємо і віддзеркалюємо себе як єдине психологічне ціле.

Так як ідентичність залежить від суспільства, вона є чутливою до змін у цьому суспільстві. Коли суспільство трансформується, особистість зазнає кризи. Саме це відбувається в українському суспільстві. За часів незалежності наше суспільство зазнало і зазнає значних радикальних змін, а, отже, є громадяни, які

стикнулись із кризою ідентичності. Однією із таких трансформацій є те, що люди почали змінювати мову, якою послуговуються в повсякденному житті, тобто переходять з російської мови на українську мову.

У психологічній науці зазвичай розглядають зміни ідентичності при вивченні іноземної мови, адже ситуація із зміною мов, яка зараз є в Україні є радше унікальною, аніж розповсюдженою.

Вчені дійшли висновку, що при вивченні іноземної мови можуть відбуватися такі зміни ідентичності: зміни у впевненості в собі, адитивні зміни (такі, співіснують із вже існуючими цінності), субтрактивні (такі, що змінюють цінності), продуктивні (такі, що доповнюють і підсилюють цінності), розкол змін (такі, що створюють внутрішній конфлікт) та нульові зміни.

Вивчення впливу мови на ідентичність в Україні ускладняється тим, що нерідна мова може бути другою мовою для людини (мова, яку людина чує та знає з раннього дитинства, яка є широко розповсюдженою в суспільстві), а може бути іноземною (мова, яка не була розповсюдженою в середовищі особи в дитинстві). Адже в Україні є регіони, де українська мова може бути для людей як другою мовою, так і іноземною. Варто уточнити, що рідною мовою є та мова, якою дитина промовила перші слова.

РОЗДІЛ II

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Методи і методики дослідження

Для проведення емпіричного дослідження були використані наступні методики та методи:

1. Методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда.
2. Методика Г. Хофстеда «Модуль дослідження цінностей».
3. Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца.
4. Короткий П'ятифакторний опитувальник особистості (ТІРІ) в українському (модифікація І. Галецької, М. Кліманської) та російському (модифікація А. Сергєєва) перекладах
5. Була створена анкета-опитувальник у гугл-формі, яка надсилалась через мережу інтернет трьом категоріям людям: людям, які змінили мову спілкування, а саме російську мову на українську мову, людям, які не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались і спілкуються українською та людям, які не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались і спілкуються російською. Після отримання необхідних даних, був проведений аналіз згідно з завданнями дослідження у Microsoft Exel та Jamovi. Для обробки та аналізу відкритих запитань було використано контент-аналіз.

Для кращого розуміння та обґрунтування доречності методик розглянемо детальніше кожну з них.

Методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда є широко використовуваною для дослідження різних типів ідентичності. Ця методика була створена для вивчення змістовних характеристик ідентичності: когнітивних, ціннісно-мотиваційних, афективних, поведінкових. Суттю методики є те, що учасники здійснюють самоопис даючи відповідь на питання «хто я?» 20 раз, на

час виконання дається не більше 12 хвилин. За допомогою цієї методики можна досліджувати статеву, гендерну, вікову, етнічну, національну, професійну та інші самоідентичності.

Результати обробляються методом контент-аналізу, який включає кількісний і якісний аналіз даних, що має свої плюси (можливість аналізувати самоопис і ставлення до себе учасників, мову, яку вони використовують для цього) і мінуси (відсутність сталих категорій аналізу, а, отже, неоднозначність інтерпретацій). Всі відповіді відносять до категорій об'єктивна або суб'єктивна згадка. До категорії об'єктивна згадка належать ті характеристики, які описують групи чи класи, умови членства яких усім відомі. Прикладом таких згадок можуть бути: студент(ка), чоловік/дружина, християн(ка), дівчина/хлопець тощо. Суб'єктивними згадками є ті, які потребують додаткових пояснень респондента. Прикладом таких суб'єктивних згадок є: хороша(ий), занадто високий, хороший студент, щасливий, цікавий тощо.

Автори методики вважали, питання «хто я?» є логічно пов'язаним із тим з ким і чим асоціює і ототожнює себе індивід. На початку опитування опитуваним пропонується інструкцію з наступним текстом:

«Напишіть 20 різних відповідей на питання «Хто Я?». Відповідайте так, як ніби ви відповідаєте самому собі, а не комусь іншому. Розташовуйте відповіді в тому порядку, в якому вони приходять вам в голову, не думайте про їх логічність або важливість. Пишіть швидко, оскільки ваш час обмежений, не більше 12 хвилин».

Прохання відповідати так, «наче ви відповідаєте самому собі», спрямована на те, щоб виявити загальні установки про себе, а не установок, які можуть виникнути під впливом ходу експерименту.

Через велику кількість різних аспектів ідентичності і через інтерес дослідників стосовно того чи порядок відповідей пов'язаний із статусом в суспільстві і установками стосовно себе, у методиці є вимога дати саме двадцять висловлювань. [34]

Дослідники вважають, що дані, отримані за допомогою тесту показують, що люди організовують і спрямовують свою поведінку відповідно до їхньої суб'єктивної ідентифікації себе, тому для передбачення поведінки індивіда необхідно знати його суб'єктивне визначення своєї ідентичності.

Методика Г. Хофстеда «Модуль дослідження цінностей» широко використовується для вивчення і вимірювання культурної варіативності в крос-культурних дослідженнях. Цю методику використовують для дослідження впливу культурного середовища на ідентичність, проведення крос-культурних досліджень і для вивчення територіальної ідентичності. Методика складається із 24 запитань і тверджень (Додаток А).

Г. Хофстедом було розроблено чотири класичні культурні виміри: індивідуалізм, дистанція влади, уникання невизначеності, маскулінізм. Пізніше до них додали довгострокову орієнтацію, а у версії 2013 року, яку ми буде застосовувати для нашого дослідження додали ще індекс потурання бажанням. Кожен з індексів є в межах від 0 до 100 балів. [33; 35]

Індивідуалізм (IDV – Individualism) – показник того чи надають перевагу люди турбуватись лише про себе і власних сім'ях чи мають схильність об'єднуватись в групи, які беруть відповідальність за людину в обмін на її лояльність. Чим більший індекс, тим більше суспільству притаманний індивідуалізм. Формула розрахунку цього індексу виглядає наступним чином:

$$IDV = 35(m04 - m01) + 35(m09 - m06) + C(ic), \text{ де}$$

m – середній бал з відповідного запитання;

$C(ic)$ – константа, яку може обирати дослідник для параметра, щоб індекс залишався в межах від 0 до 100.

Дистанція влади (PDI – Power Distance) – оцінка готовності людей приймати нерівномірність розподілу влади в інституціях і організаціях. Чим більший індекс, тим більша дистанція влади у суспільстві. Формула для розрахунку індексу:

$$PDI = 35(m07 - m02) + 25(m20 - m23) + C(pd), \text{ де}$$

m – середній бал з відповідного запитання;

$C(pd)$ – константа, яку може обирати дослідник для параметра, щоб індекс залишався в межах від 0 до 100.

Уникання невизначеності (UAI – Uncertainly Avoidance) – показник того, наскільки люди відчують загрозу від неясних і нечітких ситуацій і намагаються уникнути таких ситуацій шляхом встановлення чітких правил і відмовою толерувати девіантну поведінку. Чим вищий індекс, тим більше суспільству притаманно уникання невизначеності. Формула для розрахунку індексу:

$$UAI = 40(m18 - m15) + 25(m21 - m24) + C(ua), \text{ де}$$

m – середній бал з відповідного запитання;

$C(ua)$ – константа, яку може обирати дослідник для параметра, щоб індекс залишався в межах від 0 до 100.

Маскуліність (MAS – Masculinity) – оцінка схильності людей до напористості і жорстокості, фокусуванні на матеріальному успіхові, відсутність цікавості до інших людей і умов їхнього життя. Високий показник вказує на те, що культурі притаманний маскулізм, відповідно, якщо індекс низький, то фемінність. Формула для розрахунку індексу:

$$MAS = 35(m05 - m03) + 35(m08 - m10) + C(mf), \text{ де}$$

m – середній бал з відповідного запитання;

$C(mf)$ – константа, яку може обирати дослідник для параметра, щоб індекс залишався в межах від 0 до 100.

Довгострокова орієнтація (LTO – Long-term Orientation) – показник того, наскільки суспільство проявляє прагматизм і стратегічно орієнтується на майбутнє. Високий індекс вказує на довгострокову часову орієнтацію. Формула для розрахунку індексу:

$$LTO = 40(m13 - m14) + 25(m19 - m22) + C(ls), \text{ де}$$

m – середній бал з відповідного запитання;

$C(mf)$ – константа, яку може обирати дослідник для параметра, щоб індекс залишався в межах від 0 до 100.

Потурання бажанням (IVR – Indulgence versus Restraint Index) – цей індекс вказує на те наскільки суспільство відносно вільне задовольняти бажання і почуття, особливо ті, які пов'язані із дозвіллям, веселощами, споживанням і сексом. Високий індекс вказує, що суспільству більш притаманне потурання бажанням, ніж стриманість. Формула для розрахунку індексу:

$$IVR = 35(m12 - m11) + 40(m17 - m16) + C(ir), \text{ де}$$

m – середній бал з відповідного запитання;

$C(ir)$ – константа, яку може обирати дослідник для параметра, щоб індекс залишався в межах від 0 до 100.

Середній бал з відповідного питання розраховується наступним чином: наприклад, 54 респонденти відповіли на питання 4 так: 10 осіб обрало варіант 1, 24 людини обрало варіант 2, 14 людей – варіант 3, 5 людей – варіант 4 і 1 людина – варіант 5. Після цього множимо кількість людей на обраний варіант і додаємо ці значення, тобто $10*1+24*2+14*3+5*4+5*1 = 125$. Середній бал в нашому випадку буде: $125/54 = 2,31$. Середні бали на п'ятибальні шкали бажано подавати з двома знаками після коми. [35]

Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца також використовують в дослідженнях вивчення ідентичності. Згідно підходу Ш. Шварца, культурні цінності групи визначають ті особи, за допомогою яких вирішують базові проблеми регулювання людської діяльності. Способи вирішення цих проблем використовуються в якості вимірів, за якими відрізняються одним від одного культури. Виокремлюють такі виміри, зважаючи на проблеми, які виникають у будь-якому суспільстві [33; 36]:

1. Природа взаємовідносин між особистістю і групою. Суспільства, культура яких цінує автономію, вважається самостійними та незалежними, тоді як суспільства, культура яких базується на «приналежності» вважається такою, яка належить колективам.
2. Забезпечення соціально відповідальної поведінки. Досліджуються фактори рівноправ'я або є ієрархії. Для «рівноправ'я» важливі цінності рівності, соціальної справедливості та відповідальності, допомога

іншим. Для «ієрархії» важливі ієрархічна система ролей, яка забезпечує соціально відповідальну поведінку, тобто важливі цінності авторитетності, підкорення, багатства та соціальна влада.

3. Регуляція ставлення людей до свого природного й соціального оточення. Це показник гармонії та майстерності. Під гармонією розуміємо, прийняття світу таким, яким він є, намагання зрозуміти цей світ, а не змінити. Під майстерністю розуміємо активне самоствердження для зміни природнього і соціального середовища.

Методика складається із 57 стверджень, що представляють цінності, які відібрані таким чином, щоб відобразити вищевказані типи. Учасникам опитування запропоновано проранжувати кожне твердження від 1 до 6, де 1 – зовсім не схоже на мене, 6 – дуже схоже на мене. Методика надана у Додатку Б.

Для обробки даних використовуються наступні ключі: формули розрахунку показників для 19 цінностей наведені у таблиці у Додатку В, формули для розрахунку показників для 4 цінностей, які наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Формули розрахунку показників з PVQ-R для 4 цінностей

Цінності	Формула	Значення цінності
Відкритість змінам	$OC = (SDA+SDT+ST+HE)/4$	Високий показник підкреслює готовність до нових ідей, дій чи переживань
Самоствердження	$A = (HE + AC + POR + POD + FAC)/5$	Високий показник показує прагнення людини до задоволення власних інтересів
Збереження	$S = (FAC + SES + SEP + COR + COI + TR + HUM)/7$	Високий показник передбачає уникання змін, самообмеження, порядок

Самоподолання	$SD = \frac{(HUM+BED+VEC+UNC+UN+UNT)}{3}$	Високий показник вказує на подолання виключно особистих інтересів через почуття обов'язку, розуміння, турботу про інших
---------------	---	---

Методика П'ятифакторний особистісний опитувальник «Велика п'ятірка» складається із п'яти базових рис особистості: екстраверсія/інтроверсія, емоційна стабільність/нейротизм, дружелюбність, добросовісність, відкритість новому досвіду. [40]

Екстраверсія/інтроверсія: високі показники свідчать про комунікабельність, товариськість, активність, наполегливість, пристрасність та балакучість; низькі результати – про пасивність, замкнутість, тверезість, стриманість.

Емоційна стабільність/нейротизм: високі показники свідчать про тривожність, невпевненість, депресивність, сором'язливість, примхливість, емоційність, нестабільність; низькі показники – спокійність, розслабленість, беземоційність, витривалість, загартованість, самовдоволення.

Дружелюбність: високі результати свідчать про дружелюбність, добродушність, такі люди добрі і поблажливі; низькі показники – підозрілість, дратівливість, мстивість, такі люди не схильні до співпраці, цинічні, грубі, неприємні.

Добросовісність: високі показники свідчать про систематичність, педантичність, ефективність, організованість, відповідальність, працьовитість, наполегливість та самодисципліну; низькі показники – ненадійність, безцільність, недбалість, неорганізованість, ледачість та безвольність.

Відкритість новому досвіду: високі показники свідчать про цікавість, гнучкість, творчість, пошук новизни, оригінальність і нетрадиційність; низькі показники – консервативність, приземленість, практичність.

Дана методика запропонована респондентам в українському та російському перекладах, для того, щоб порівняти чи будуть результати відрізнятися в залежності від того, якою мовою є ця методика. Ми обрали саме цю методику для порівняння, базуючись на аналогічних дослідженнях іспаномовних та англomовних людей. [39]

Респондентам запропонована оцінити наскільки наведений перелік якостей (Додаток Г) є характерними чи не характерними для них. Оцінка відбувається в межах від 1 до 7, де 1 – абсолютно не погоджуюсь, 7 – абсолютно погоджуюсь.

Формули розрахунку кожної величини наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Формули розрахунку величин П'ятифакторного особистісного опитувальника (модифікація І. Галецької, М. Кліманської) [37]

Величина	Формула
Екстраверсія	$A1 + A6^*$
Дружелюбність	$A2^* + A7$
Добросовісність	$A3 + A8^*$
Емоційна стабільність	$A4^* + A9$
Відкритість новому досвіду	$A5 + A10^*$
Де А – це відповідне питання. Пункти, які позначені *, рахуються з інверсією	

Для російськомовного опитувальника, було використано адаптацію А. Сергєєвої (Додаток Д). [38]

2.2. Характеристика досліджуваної вибірки

В опитуванні взяло участь 92 особа, з них 22 особи (24%) – чоловіки, 70 осіб (76%) – жінки (рис. 2.1).

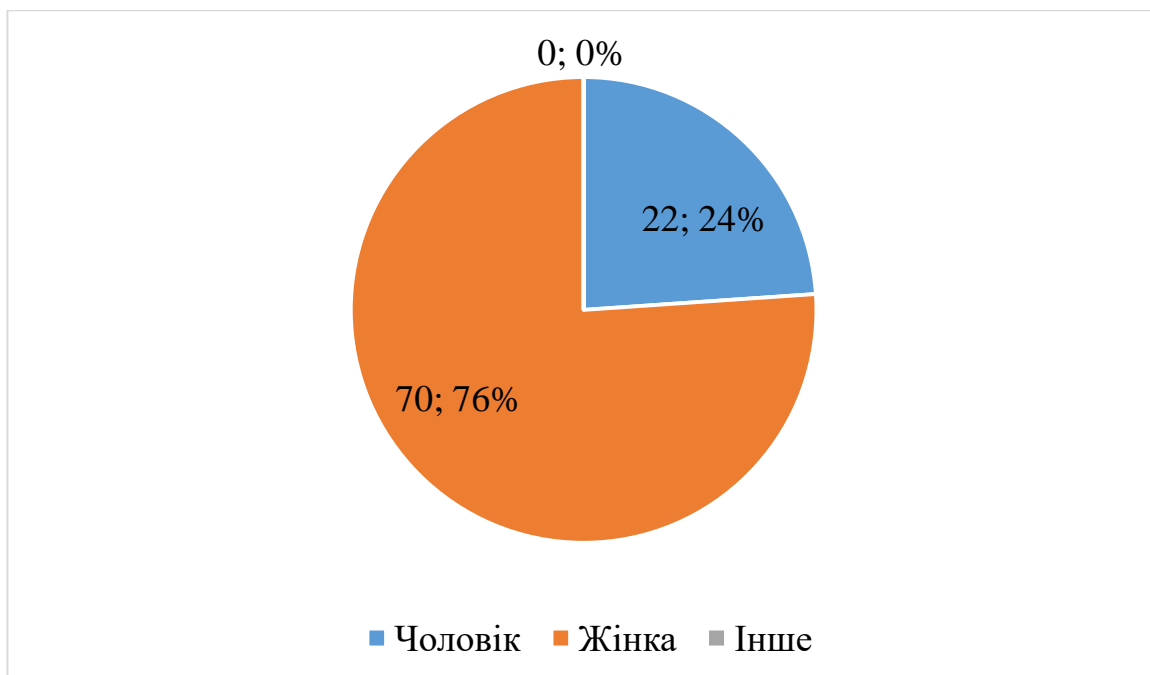


Рис. 2.1. Розподіл вибірки за статтю.

На діаграмі 2.2 бачимо, що в опитуванні в основному взяли участь люди віком від 21 до 30 років, а саме 57 осіб (62%); осіб до 20 років – 8 (9%), осіб віком 31-40 років – 17 (18%), осіб віком 41-50 років – 7 (8%), осіб віком 51-60 років – 2 (2%) і осіб віком від 60 років – 1 (1%).

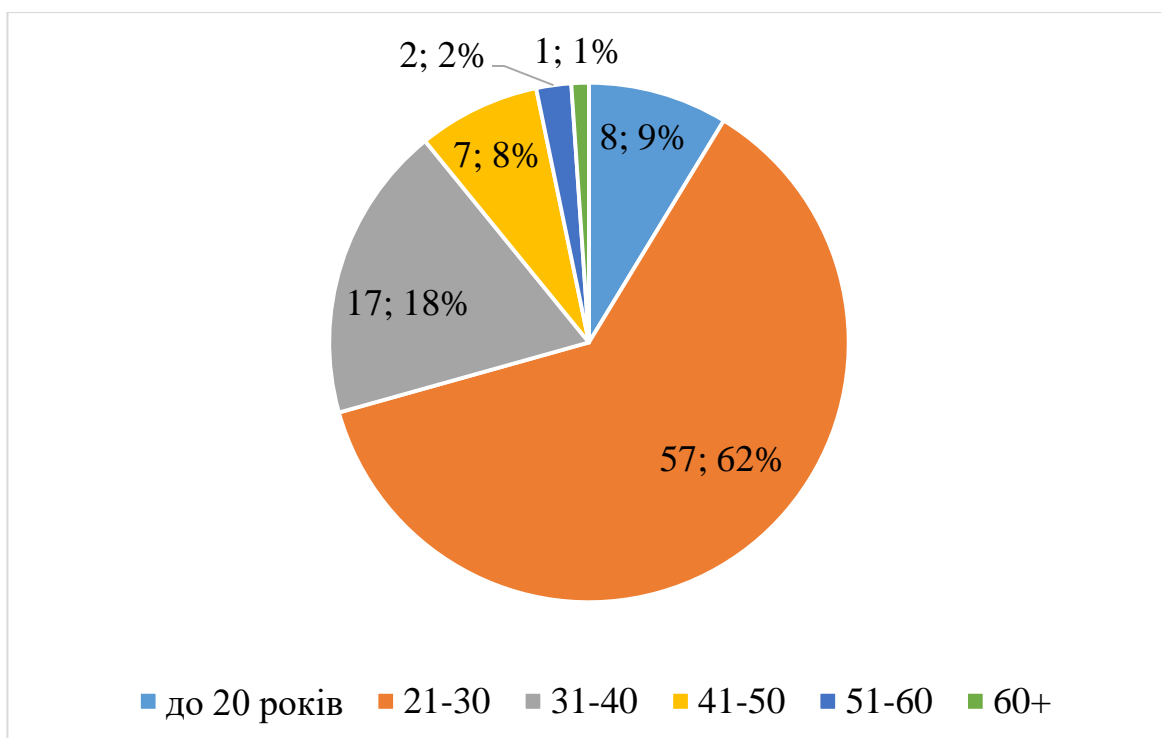


Рис. 2.2. Розподіл вибірки за віком.

Для дослідження ідентичності і самоідентичності учасники мали вказати свою національність та етнічність виходячи з наступних визначень цих понять: національна ідентичність – це віднесення себе до групи людей, яка об'єднана уявленням себе як нації, політичної спільноти; етнічна ідентичність – віднесення себе до групи людей, які об'єднані спільним уявленням про своє спільне походження. На рис. 2.2 бачимо, що 97% опитуваних, 90 осіб, відносять себе до українців, як до політичної спільноти. Також серед опитуваних були ті, хто відносять себе до грузинів та німців.

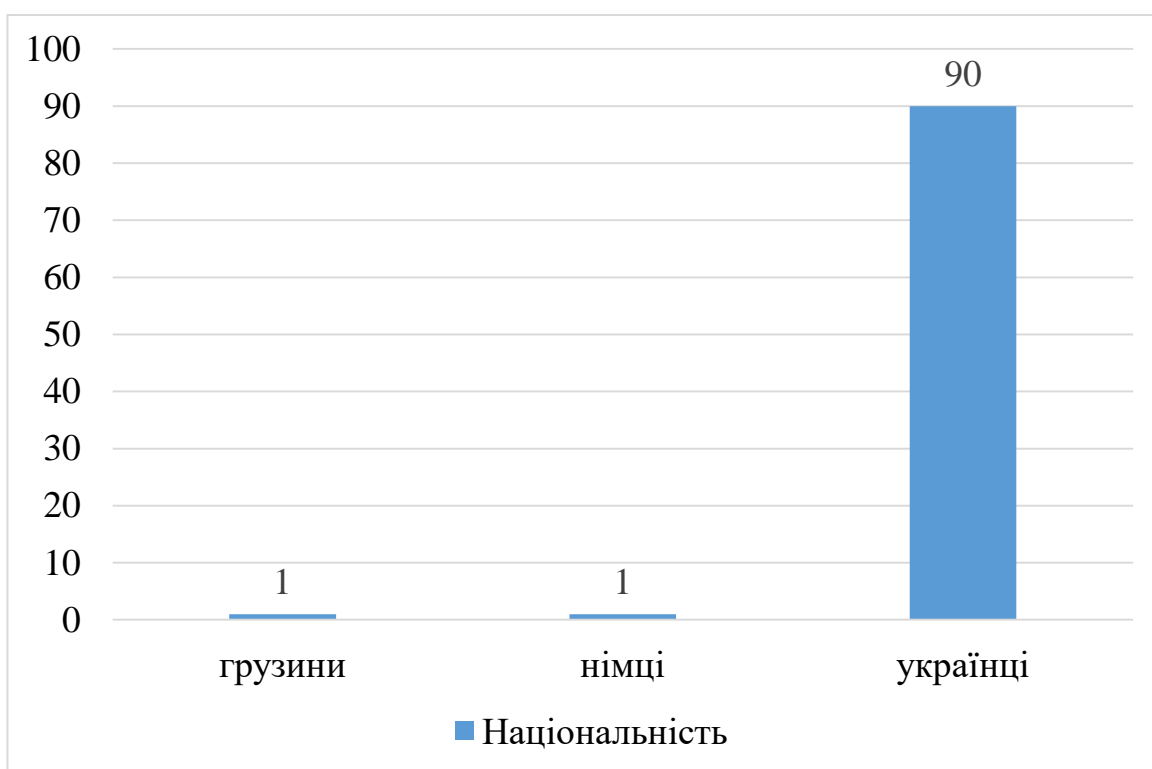


Рис. 2.2. Розподіл вибірки за національністю.

На рис. 2.3 зображено як опитувані відносили себе за етнічністю: більшість вважає себе українцями за походженням, а саме 78 осіб (84%). Серед опитуваних також є ті, хто відносять себе до інших етносів, як грузини (1 особа), болгарини (1 особа), білоруси (1 особа), угорці (1 особа) та росіяни (3 особи). Також були ті, хто як свою етнічність вказали те, що вони русини (1 особа) – термін «русини» використовувався до 19 століття для позначення українців [41], досі використовується на Закарпатті і серед емігрантів-закарпатців у США [42].

Частина опитуваних вказала своєю етнічністю свою регіональну приналежність, наприклад одесити (2 особи), харків'яни (1 особа), закарпатці (1 особа). Зазначимо, що 3 особи вказали, що вони слов'яни за етнічністю, важливо уточнити, що слов'яни – це етномовна група людей.

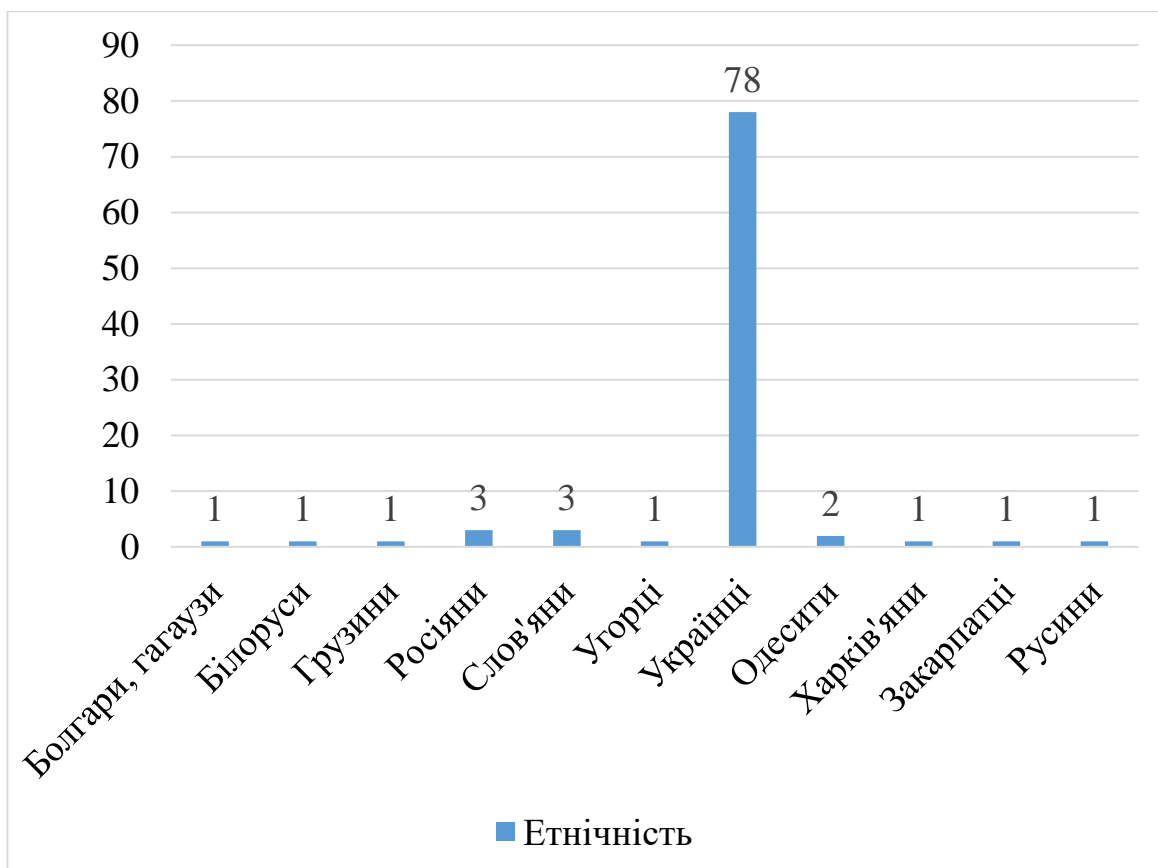


Рис. 2.3. Розподіл вибірки за етнічністю.

Наступним ми розглянемо яку мову опитувані вважають своєю рідною, на їхню суб'єктивну думку (рис. 2.4). Ці дані нам необхідні для визначення того яке місце займає мова в структурі ідентичності людини. Адже, те яку мову респонденти вважають рідною і яка мова є рідною для них насправді – ці дані можуть відрізнитись, що і зображено на рис. 2.4 і 2.5.



Рис. 2.4. Рідна мова опитуваних, на їхню суб'єктивну думку.

Також респонденти вказали яка їхня рідна мова, виходячи з наступного визначення: рідна мова – це та мова, якою дитина промовила свої перші слова, на рис. 2.5 зображено наступні дані.

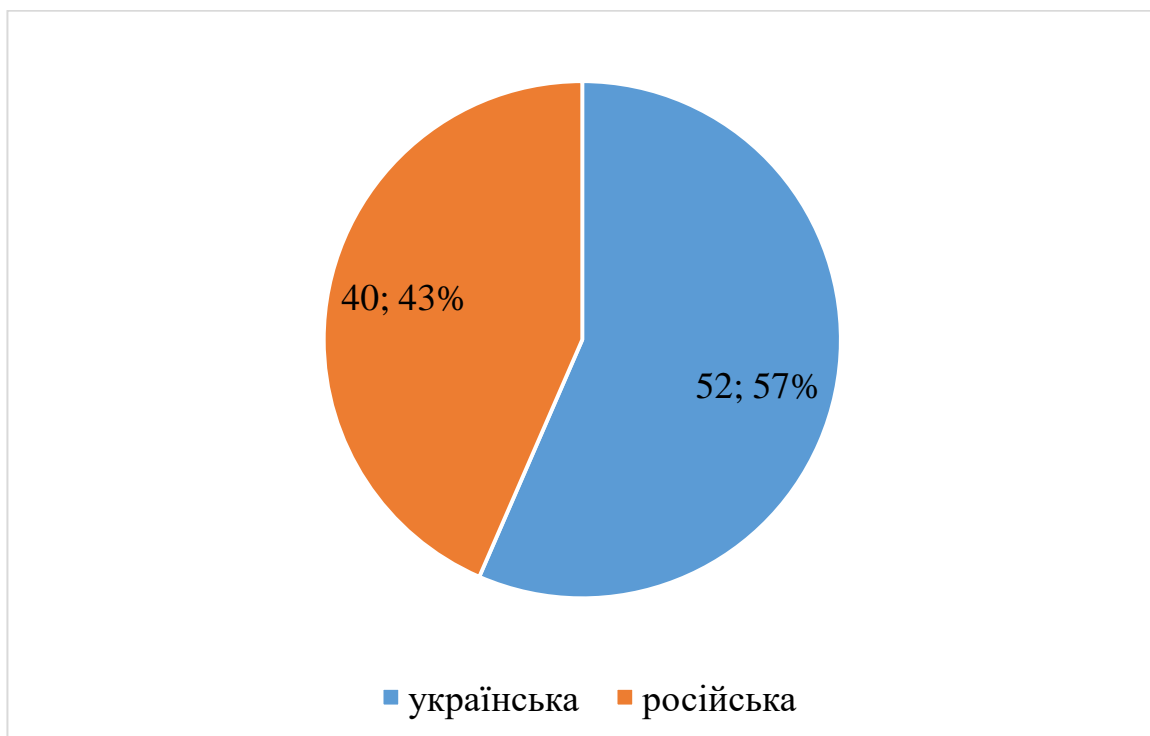


Рис. 2.5. Рідна мова опитуваних.

Порівняємо рис 2.4 та рис. 2.5: на рис 2.5 зазначено, що рідною (першою) мовою є українська для 52 осіб (57%), а російська для 40 осіб (43%), в той час на суб'єктивну думку опитуваних їхньою рідною мовою є українська для 76 осіб (83 %), а російська для 16 осіб (17%). Бачимо, що є опитувані, які незважаючи на те, що їхньою першою мовою є російська, вважають своєю рідною мовою українську.

Для дослідження ми попросили вказати, коли саме і чи змінювали респонденти мову спілкування з російської на українську в побуті. На рис. 2.6 зображено розподіл людей за цією категорією.



Рис. 2.6. Коли респонденти змінили мову спілкування.

Бачимо, що 40 осіб опитуваних (44%) не змінювало мову спілкування і завжди спілкувались українською мовою, 15 осіб (16%) не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались і спілкуються російською мовою, 26 осіб (28%) перейшли з російської мови на українську після повномасштабного

вторгнення Росії в Україну та 11 осіб (12%) перейшли з російської мови на українську до повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

Висновки до розділу 2

У Розділі II ми розглянули методи та методики, а також вибірку, яку будемо детальніше розглядати у наступному розділі. Для дослідження особливостей прояву самоідентичності особистості в умовах зміни мови було використано такі методики: методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда, методка Г. Хофстеда «Модуль дослідження цінностей», методика вимірювання цінностей Ш. Шварца, Короткий П'ятифакторний опитувальник особистості в українській (модифікація І. Галецької, М. Кліманської) та російській (модифікація А. Сергєєвої) адаптаціях. Також була створена анкета-опитувальник, яка була розповсюджена за допомогою соціальних мереж, таких як Instagram, Twitter, Telegram. Анкета-опитувальник складалась із анкети, де опитувані вказували свої дані, такі як вік, стать, етнічна та національна приналежність, коли змінили та чи змінювали взагалі мову спілкування, та опитувальників, вказаних вище. Анкета-опитувальник була розповсюджена серед трьох категорій людей: люди, які змінили мову спілкування, а саме російську мову на українську мову, люди, які не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались українською мовою і люди, які не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались російською мовою. Після отримання необхідних даних, ми провели аналіз згідно із завданнями дослідження за допомогою програм Microsoft Excel та Jamovi. Для обробки та аналізу даних відкритих запитань було використано метод контент-аналізу.

Як вказано вище, вибрані методики було обрано для визначення особливостей прояву самоідентичності в умовах зміни мови. Методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда дозволяє нам проаналізувати, як людина суб'єктивно ідентифікує себе і відповідно до цієї самоідентифікації спрямовує свою діяльність та поведінку.

Методику Г. Хофстеда застосовуємо для того, щоб дізнатись як культурне середовище впливає на ідентичність, в тому числі на національну та громадянську, в той же час методика Ш. Шварца допоможе нам відслідкувати соціальні та індивідуальні компоненти в структурі ідентичності.

Короткий П'ятифакторний опитувальник особистості російською та українською мовами ми використовуємо, щоб проаналізувати чи відрізнятимуться результати опитувальника в залежності від того якою мовою респонденти проходять опитування, що дозволить нам будувати відповідні стосовно того чи впливає мова на самоідентичність.

В опитуванні взяло участь 92 людини, з них 70 жінок і 22 чоловіків. В основному участь брали люди молодого віку, а саме від 21 до 30 років (62% від загальної кількості опитуваних). Для обробки та аналізу даних та вивчення ідентичності ми попросили вказати також національну і етнічну ідентичності, виходячи із наступних визначень: національна ідентичність – це віднесення себе до групи людей, яка об'єднана уявленням себе як нації, політичної спільноти; етнічна ідентичність – віднесення себе до групи людей, які об'єднані спільним уявленням про своє спільне походження. За національною складовою 98% опитуваних вважає себе українцями, в той час як за етнічною 86% відносить себе до українців. Цікавим фактом є те, що 4% опитуваних вказали свою регіональну приналежність (одесит, харків'янин тощо), також були ті, хто вказали етномовну приналежність (слов'яни). Важливо вказати, що 7% людей вказали різну етнічну і національну приналежність.

Ще одним пунктом, який було необхідно вказати це рідна мова опитуваних, на їхню суб'єктивну думку та виходячи з наступного визначення: рідна мова - це та мова, якою дитина промовила свої перші слова. Дана інформація необхідна для того, щоб зрозуміти яке місце займає мова в структурі особистості.

РОЗДІЛ III

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ТА ВПЛИВУ МОВИ НА САМОІДЕНТИЧНІСТЬ ГРОМАДЯН УКРАЇНИ

3.1. Аналіз зв'язку між мовою та особистістю

Для початку сформуємо нульову та альтернативну гіпотези. Нульова гіпотеза буде звучати наступним чином: незалежно від мови опитувальника результати не змінюються. Альтернативна гіпотеза тоді буде звучати так: залежно від мови опитувальника результати змінюватимуться. Контрольними групами є люди, які не змінювали мову спілкування, тобто українськомовні та російськомовні люди, а експериментальною групою – люди, які перейшли з російської мови на українську мову.

Розглянемо отримані дані Короткого П'ятифакторного особистісного опитувальника і порівняємо результати українською і російською мовами.

Перевіримо наші дані на валідність та чи можемо ми з ними працювати, для цього проводимо аналіз надійності (табл. 3.1).

Табл. 3.1

Аналіз надійності для ТІРІ-UKR		
Стандартне відхилення	α Кронбаха	Ω Макдональда
0.756	0.629	0.680
Аналіз надійності для ТІРІ-RU		
Стандартне відхилення	α Кронбаха	Ω Макдональда
0.804	0.627	0.667

З вищевказаної таблиці бачимо, що α Кронбаха для обох опитувальників є в межах норми, для того, щоб працювати з отриманою інформацією. Тобто методики є валідними.

Цікавим спостереженням є те, що валідність методики зменшувалась, якщо виключати осіб, які не спілкуються цією мовою, тобто, якщо з ТІРІ-UKR

виключити російськомовних учасників опитувальника, валідність методики зростала. Для TIPI-RU ситуація протилежна, якщо виключити україномовних учасників валідність методики зростала (табл. 3.2).

Табл. 3.2

Аналіз надійності для TIPI-UKR (якщо виключити російськомовних)		
Стандартне відхилення	α Кронбаха	Ω Макдональда
0,726	0,616	0.666
Аналіз надійності для TIPI-RU (якщо виключити українськомовних)		
Стандартне відхилення	α Кронбаха	Ω Макдональда
0,865	0,695	0.730

Така інформація може наштовхувати нас на певні припущення: можливо учасники не надто добре володіють відповідними мовами, щоб належно відповідати або ж мова опитувальника настільки змінює сприйняття методики, що ця методика перестає бути валідною. Отже, ми вже можемо робити певні висновки стосовно місця, яке посідає мова в структурі особистості, адже аналогічна ситуація може бути й з іншими методиками, де результати і валідність будуть варіюватись в залежності від рідної мови людини та якою мовою запропоновано цій людині пройти методику чи опитування.

Наступним ми розглянемо середні значення по кожному із показників опитувальника, а саме: екстраверсія, дружелюбність, добросовісність, емоційна стабільність та відкритість новому досвіду.

На рис. 3.1 зображено середні значення по шкалі Екстраверсія. Бачимо, що значення вище в українськомовній версії опитувальника у людей, які змінили мову, в той час як в українськомовних та російськомовних людей значення вищі у опитувальнику російською мовою.

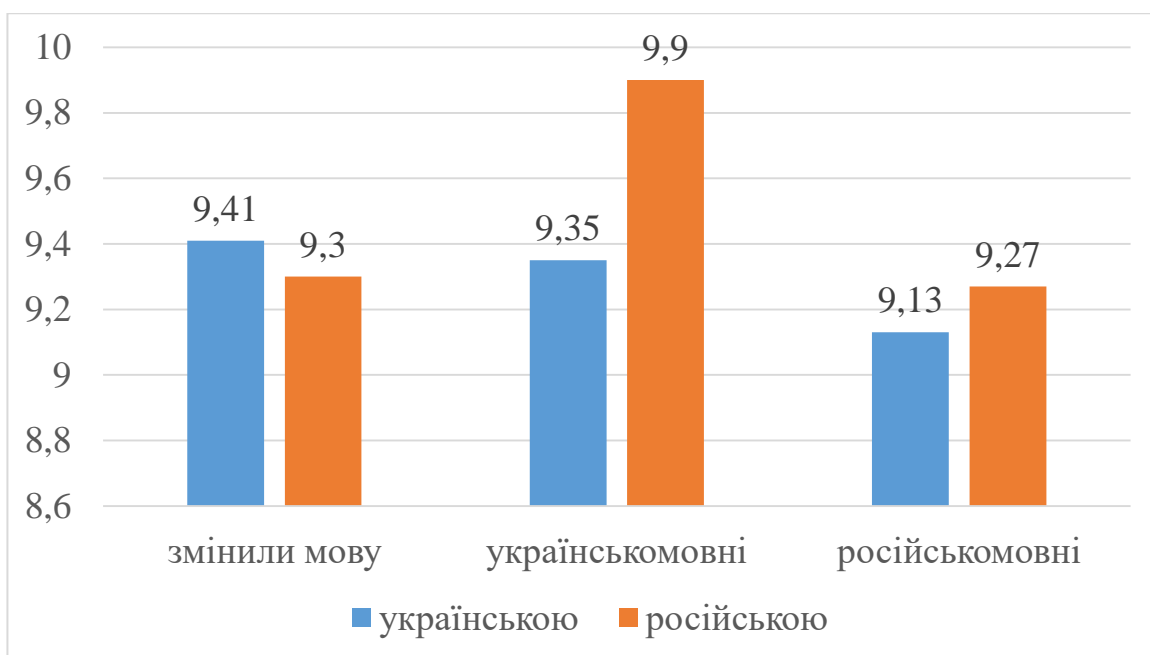


Рис. 3.1. Середні значення по шкалі Екстраверсія українською і російською мовами.

На рис. 3.2 розглянемо які значення по шкалі Екстраверсія є найбільш поширеними в залежності від мови опитувальника.

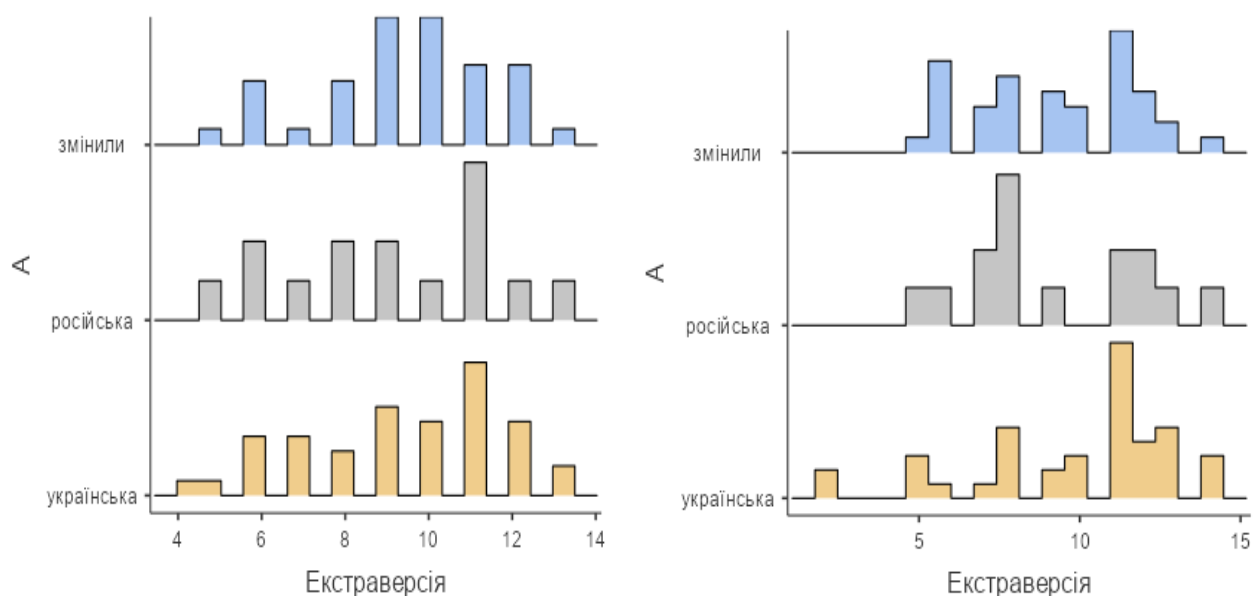


Рис. 3.2. Поширення значень по шкалі Екстраверсія українською мовою (зліва) та російською мовою (справа).

На рисунку чітко видно, що результати значно відрізнялись. Для люди, які змінили мову значення в більшості лежать в межах від 8 до 10 балів в

українськомовному опитувальнику, в той час як в російськомовній версії ці значення в більшості лежать в межах від 10 до 13 балів. Для російськомовних людей ситуація протилежна. У людей, які завжди спілкувались і спілкуються українською значення в обох версіях опитувальника знаходяться в межах від 10 до 12 балів, хоча можемо бачити, що в російськомовній версії значення в цій межі є частішими.

На рис. 3.3 розглянемо середні значення по шкалі Дружелюбність.

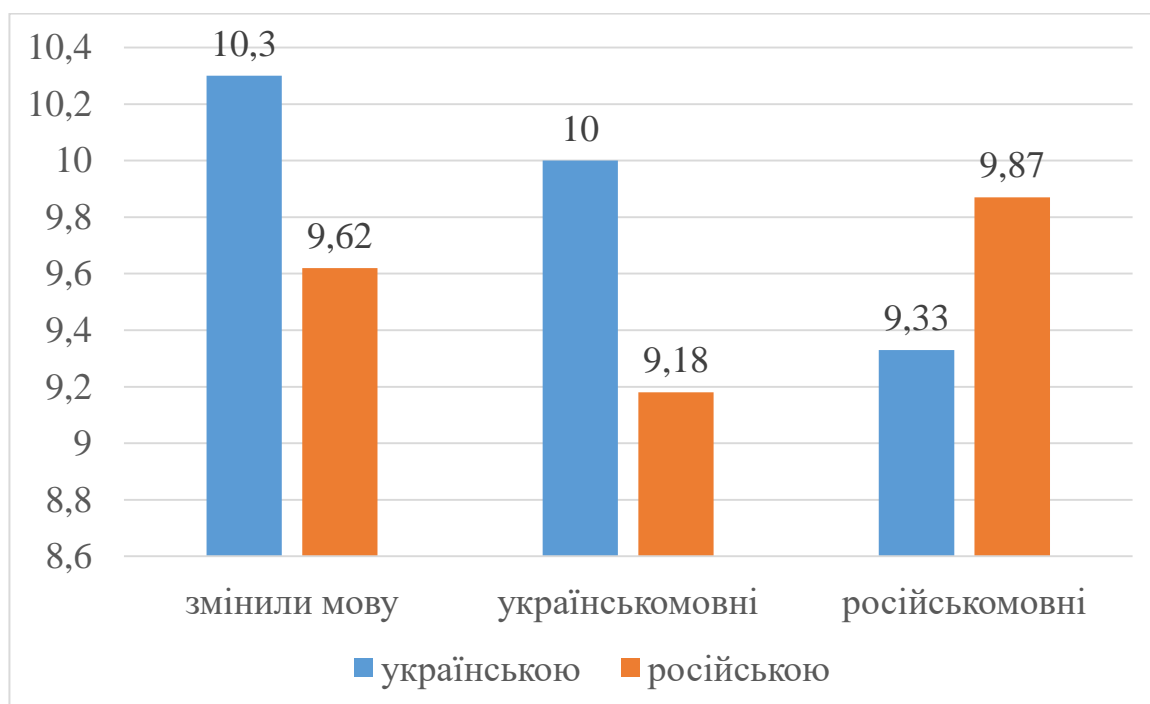


Рис. 3.3. Середні значення по шкалі Дружелюбність українською і російською мовами.

Бачимо, що у людей, які змінили мову і українськомовних людей середнє значення є більшим в українськомовній версії опитувальника, що свідчить про більший середній показник дружелюбності, якщо ці люди проходять опитувальник українською мовою, в той час як у російськомовних людей ситуація протилежна.

На рис. 3.4 розглянемо які значення по шкалі Дружелюбність є найбільш поширеними в залежності від мови опитувальника.

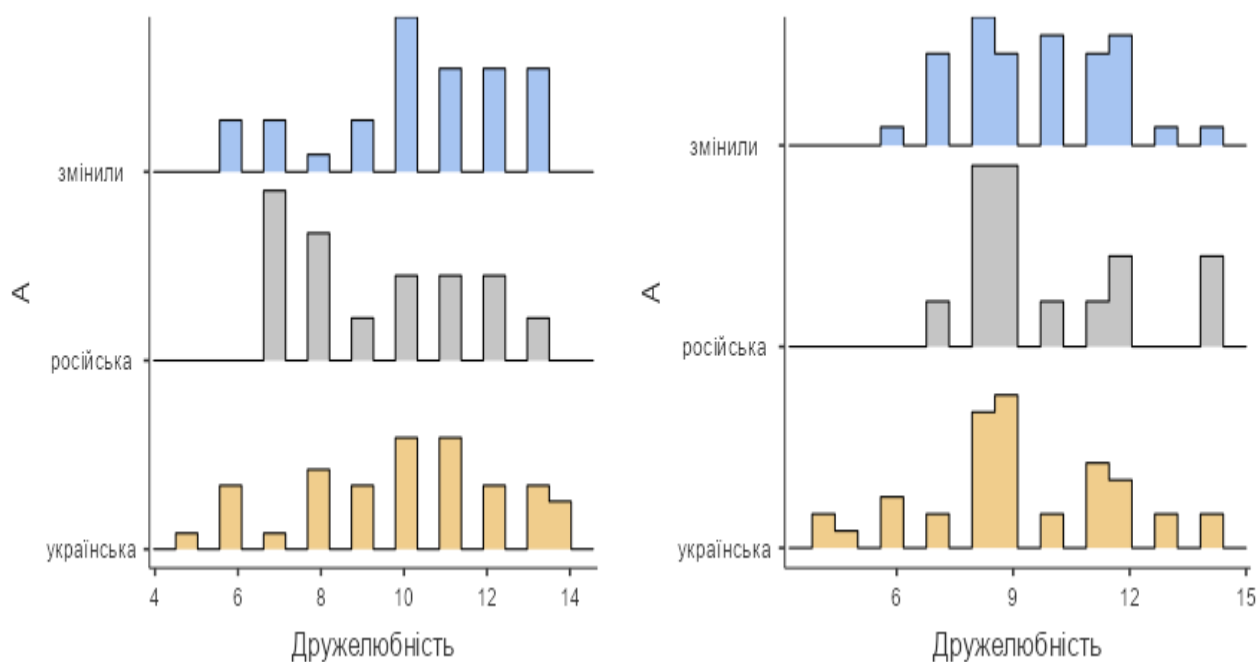


Рис. 3.4. Поширення значень по шкалі Дружелюбність українською мовою (зліва) та російською мовою (справа).

Незважаючи на те, що середні значення значно відрізняються, на рис. 3.4 видно, що тим не менш розподілення є більш рівномірним порівняно з шкалою Екстраверсії. Найбільші значення знаходяться приблизно в тих самих межах в обох версіях: для людей, які змінили мову це значення в українськомовній версії є в межах 10-13 балів, в російськомовній – в межах 8-12 балів; для російськомовних людей в українськомовній версії найбільші значення є в межах 7-8 балів, в російськомовній – в межах 8-9 балів; для українськомовних людей в українськомовній версії опитувальника найбільші значення є в межах 10-11 балів, в російськомовній – в межах 8-9 балів.

Наступним розглянемо середні значення по шкалі Добросовісність (рис. 3.5).

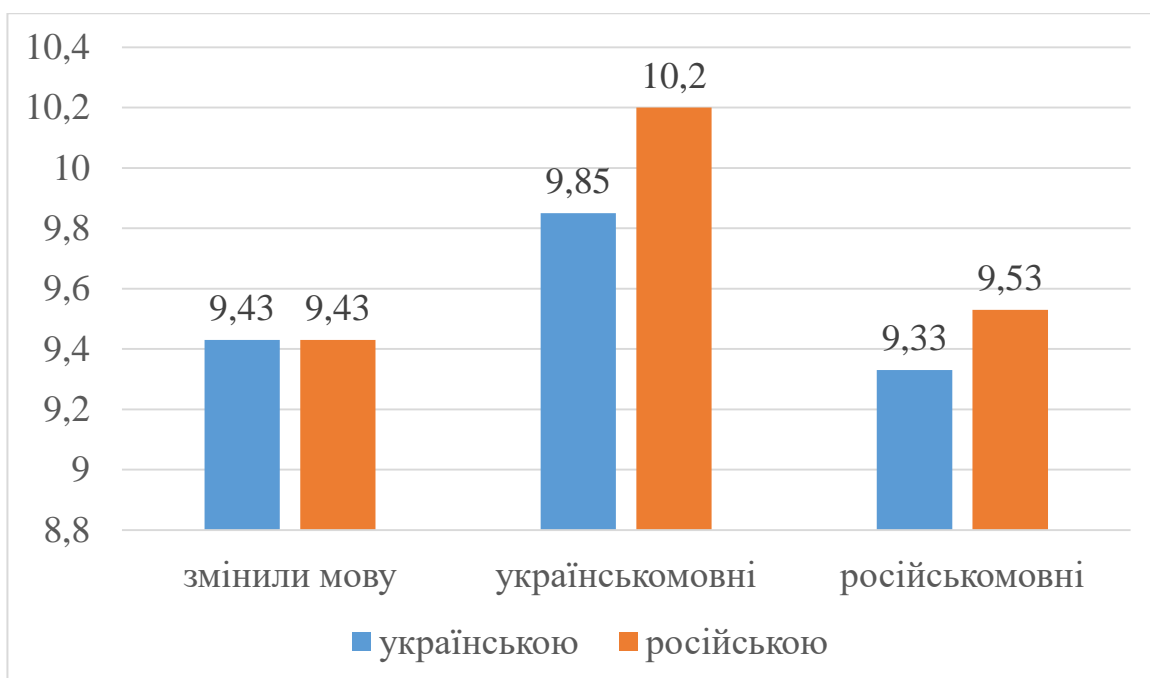


Рис. 3.5. Середні значення по шкалі Добросовісність українською і російською мовами.

Бачимо, що для експериментальної групи значення не змінилися, в той же час для контрольних груп середнє значення є більшим в російськомовній версії опитувальника, ніж в українськомовній версії.

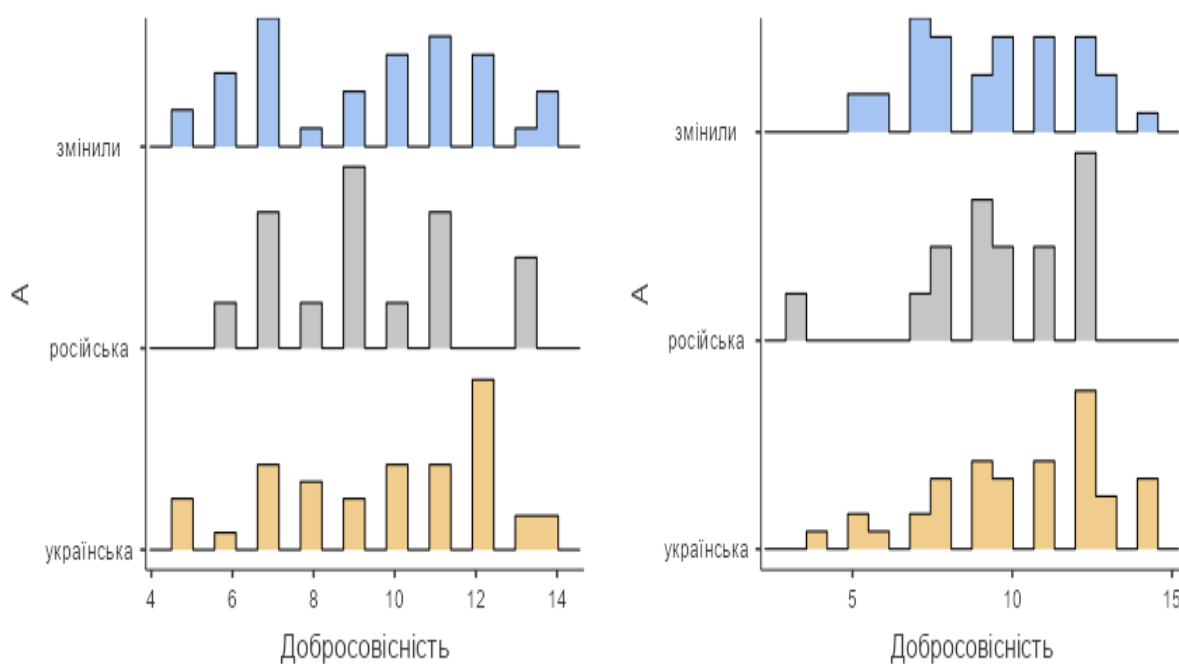


Рис. 3.6. Поширення значень по шкалі Добросовісність українською мовою (зліва) та російською мовою (справа).

Незважаючи на те, що середні значення, для експериментальної групи є однаковими, на рис. 3.6 можемо прослідкувати, що найбільші значення в українськомовній версії в основному є в межах 7 балів і 10-13 балів, в той же час в російськомовній версії найбільші значення більш рівномірно розподілені в межах 7-13 балів. В російськомовних людей найбільші значення спостерігаються в українськомовній версії в межах 9 балів, в російськомовній – в межах 12 балів. В українськомовних людей найбільші значення є в межах 12 балів в обох версіях опитувальника.

Далі ми розглянемо середні значення по шкалі Емоційна стабільність (рис. 3.7).

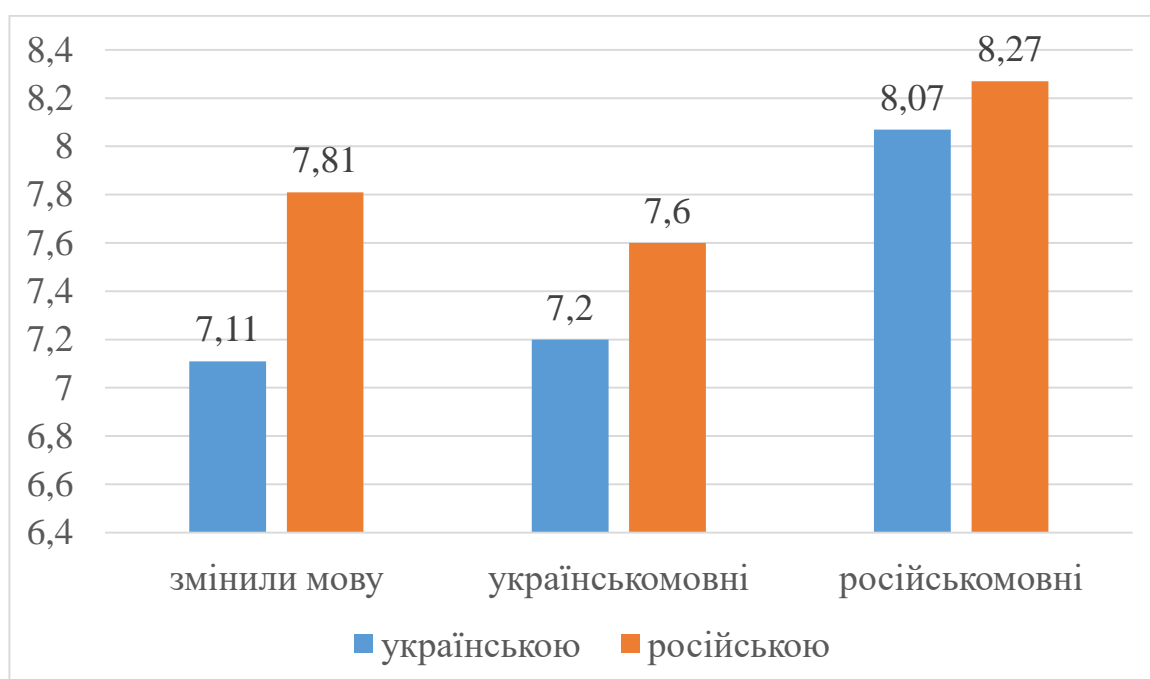


Рис. 3.7. Середні значення по шкалі Емоційна стабільність українською і російською мовами.

Можемо бачити, що середні значення більші для усіх груп у російськомовній версії опитувальника, що свідчить про більші показники емоційної стабільності при проходженні опитувальника російською мовою.

Наступним розглянемо за допомогою рис. 3.8 поширення значень по шкалі Емоційна стабільність.

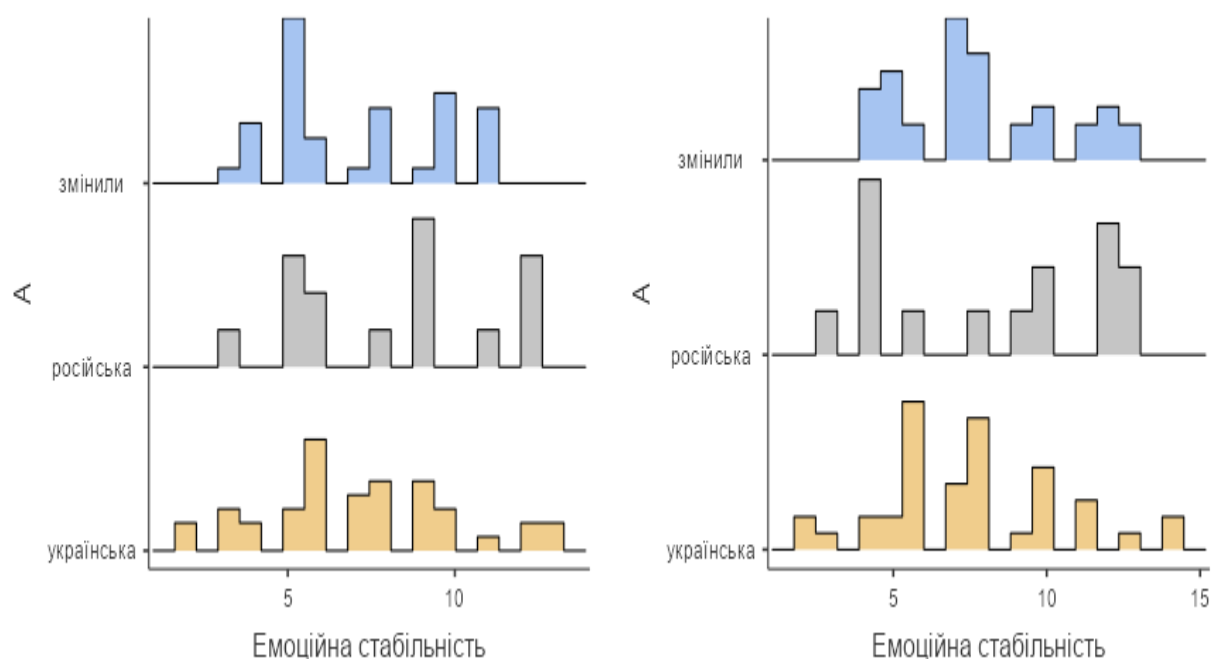


Рис. 3.8. Поширення значень по шкалі Емоційна стабільність українською мовою (зліва) та російською мовою (справа).

Бачимо, що експериментальна група має високі показники в межах 6 балів, при проходженні опитувальника українською мовою, при проходженні російською мовою – в межах 8-9 балів. Для російськомовної групи найвищі показники при проходженні українською мовою характерні в межах 9 балів, при проходженні російською мовою – в межах 4 балів. Для українськомовної групи, при проходженні опитувальника українською мовою найвищі показники спостерігаємо в межах 6 балів, при проходженні російською мовою – в межах 6 балів і 8 балів.

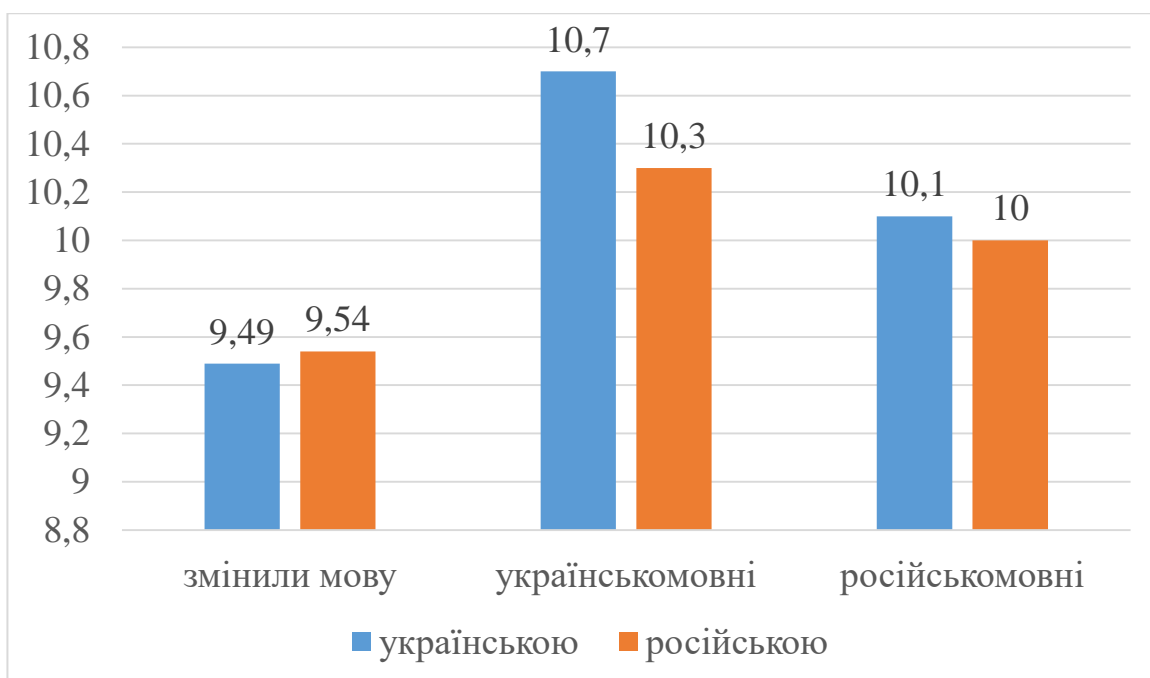


Рис. 3.9. Середні значення по шкалі Відкритість новому досвіду українською і російською мовами.

На рис 3.9 бачимо, що шкала Відкритість новому досвіду має вищі середні значення для контрольних груп при проходженні методики українською мовою, у експериментальної групи ситуація протилежна.

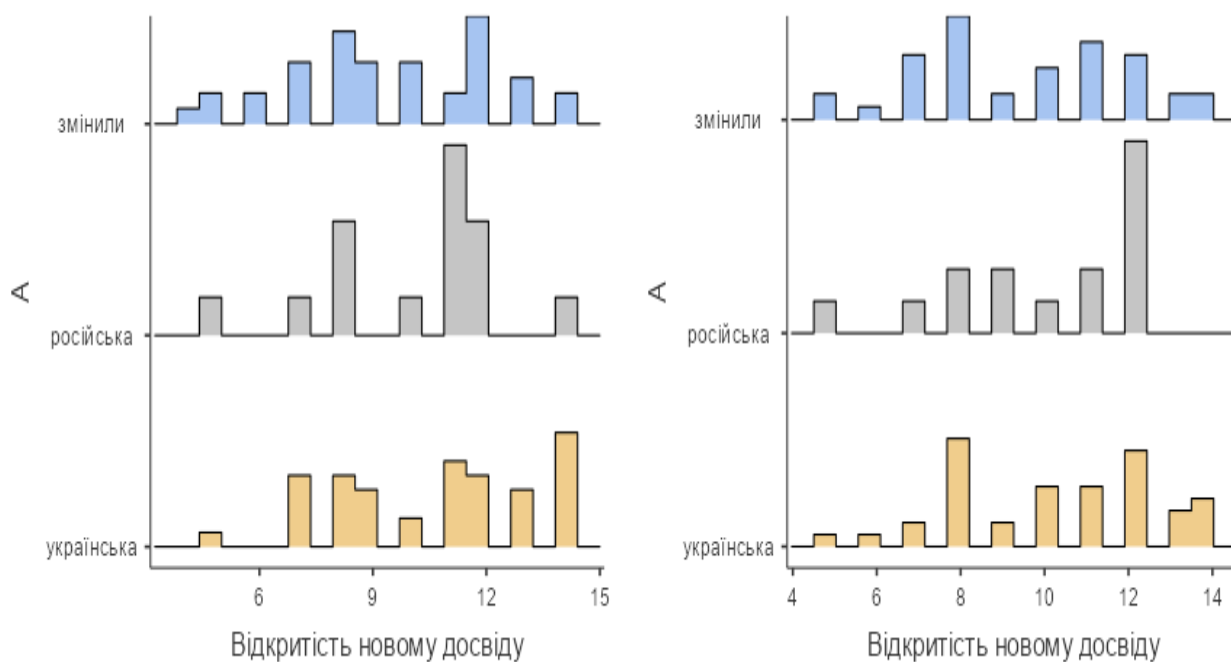


Рис. 3.10. Поширення значень по шкалі Відкритість новому досвіду українською мовою (зліва) та російською мовою (справа).

Рис. 3.10 нам показує, що для експериментальна група при проходженні опитувальника українською мовою є більш притаманні 8 і 12 балів по шкалі Відкритість новому досвіду, при проходженні опитувальника російською мовою – 8 балів. У російськомовної групи значної різниці немає, найвищі значення для обох опитувальників є в межах 11-12 балів. Проте для українськомовної групи при проходженні опитувальника українською мовою найвищі значення характерні в межах 14 балів, в той час як при проходженні російською мовою – в межах 8 балів.

Але важливо визначити чи можемо ми поширювати наші дані на популяцію, для цього ми проведемо розрахунок Т-критерія для однієї змінної для TIPI-UKR (табл. 3.3).

Табл. 3.3

Т-критерій для однієї змінної для TIPI-UKR

		Значення	df	p		Розмір ефекту
Екстраверсія	Student's t	41.0	91.0	< .001	Cohen's d	4.27
Дружелюбність	Student's t	42.6	91.0	< .001	Cohen's d	4.44
Добросовісність	Student's t	36.7	91.0	< .001	Cohen's d	3.82
Емоційна стабільність	Student's t	25.3	91.0	< .001	Cohen's d	2.64
Відкритість новому досвіду	Student's t	36.7	91.0	< .001	Cohen's d	3.82

Note. $H_a \mu \neq 0$

З таблиці наведеної вище, робимо висновок, що отримані дані ми можемо поширювати на популяцію, що означає, що результати опитування нашої вибірки швидше за все будуть аналогічні з результатами опитування популяції.

Далі проведемо розрахунок Т-критерія для однієї змінної для TIPI-RU (табл. 3.4).

Т-критерій для однієї змінної для TIPI- RU

		Значення	df	p		Розмір ефекту
Екстраверсія	Student's t	33.2	91.0	<.001	Cohen's d	3.46
Дружелюбність	Student's t	40.1	91.0	<.001	Cohen's d	4.18
Добросовісність	Student's t	37.1	91.0	<.001	Cohen's d	3.87
Емоційна стабільність	Student's t	25.5	91.0	<.001	Cohen's d	2.66
Відкритість новому досвіду	Student's t	40.0	91.0	<.001	Cohen's d	4.17

Note. $H_a \mu \neq 0$

З таблиці 3.4 бачимо, що результати TIPI-RU ми також швидше за все можемо поширювати на популяцію.

Проте перш ніж думати про можливе значення, отриманих результатів, важливо розглянути альтернативні пояснення таких результатів. Зокрема, важливо розглянути можливість того, що відмінності по шкалам TIPI спричинені саме відмінностями в перекладах, а не у відмінностях у фактичних особистостях респондентів. Щоб перевірити це, виконаємо дисперсійний аналіз, який дозволить нам побачити чи є статистично значуща різниця між контрольними і експериментальною групами.

Сформулюємо нульову і альтернативну гіпотези. Нульова гіпотеза: середні значення по шкалам не будуть відрізнятись. Альтернативна гіпотеза: середні значення по шкалам будуть відрізнятись.

В табл. 3.5. зображено результати дисперсійного аналізу для TIPI-UKR.

Табл. 3.5

Дисперсійний аналіз (TIPI-UKR)				
	F	df1	df2	p
Екстраверсія	0.0733	2	37.6	0.929
Дружелюбність	1.0434	2	40.4	0.362
Добросовісність	0.3764	2	41.9	0.689
Емоційна стабільність	0.6232	2	38.2	0.542
Відкритість новому досвіду	1.8147	2	40.8	0.176

Бачимо, що нульову гіпотезу ми не можемо відкинути, адже значення $p > 0,001$ по всім шкалам. Отже, середні значенням по шкалам ймовірніше всього не будуть відрізнятись.

Далі проведемо дисперсійний аналіз по шкалам для TIPI-RU, результат зображено в табл. 3.6.

Табл. 3.6

Дисперсійний аналіз (TIPI-RU)				
	F	df1	df2	p
Екстраверсія	0.514	2	39.0	0.602
Дружелюбність	0.593	2	39.0	0.558
Добросовісність	1.002	2	39.7	0.376
Емоційна стабільність	0.200	2	35.8	0.820
Відкритість новому досвіду	0.884	2	40.2	0.421

Можемо спостерігати, що результат аналогічний: ми не можемо відкинути нульову гіпотезу, так як значення $p > 0,001$ по всім шкалам. Отже, середні значенням по шкалам ймовірніше всього не будуть відрізнятись.

3.2. Особливості самоідентичності особистості в умовах зміни мови

Надалі ми розглянемо особливості прояву ідентичності і самоідентичності в умовах зміни мови. Для цього спершу розглянемо результати методики Г.

Хофстеда «Модуль дослідження цінностей», яка була створена для виявлення впливу культурного середовища на ідентичність.

Для початку перевіримо наші дані на валідність і чи можемо ми з ними працювати (табл. 3.7).

Табл. 3.7

Аналіз надійності для «Модулю дослідження цінностей» Г. Хофстеда

	SD	Cronbach's α	McDonald's ω
scale	0.293	0.619	0.609

Як видно з вищенаведеної таблиці дана методика працює з нашою вибіркою і ми можемо продовжувати наше дослідження. Тому далі проаналізуємо результати опитування по цій методиці (табл. 3.8).

Табл. 3.8

«Модуль дослідження цінностей» (VSM 2013) Г. Хофстеда

	Змінили мову	Українськомовні	Російськомовні
Індивідуалізм	60,49	71,63	99,33
Дистанція влади	22,57	13,25	24,33
Уникання невизначеності	11,68	19,13	0,67
Маскулінність	0,84	5,87	21,33
Довгострокова орієнтація	27,43	10,0	7,0
Потурання бажанням	88,38	83,0	66,33

По шкалі Індивідуалізм бачимо, що для російськомовної групи вкрай важливо надавати перевагу турботі про себе та своїх близьких, аніж об'єднуватись в групи. В той же час для українськомовної групи цей показник теж досить високий, а для людей, котрі змінили мову спілкування цей показник

є ближчим до середнього. Як вже зазначено високий бал індивідуалізму свідчить про бажання піклуватись лише про себе і своїх близьких, в таких суспільствах дітей привчають покладатись радше на свої сили, аніж на колектив. Низький бал індивідуалізму свідчить про те, що групі чи суспільству характерно об'єднуватись в групи, які несуть відповідальність за людину в обмін на її лояльність. Така колективістська культура передбачає те, що цілі та бажання групи важливіші, аніж цілі і бажання окремої особи. Прямі конфронтації в таких групах не вітаються, адже вони порушують загальну гармонію групи.

По шкалі Дистанція влади бачимо, що як і для контрольних груп, так і для експериментальної групи досить важливо, тобто ні одна з груп не готова приймати нерівномірність розподілу влади в інституціях і організаціях. Для груп для яких характерна мала дистанція влади важливо, щоб у суспільстві не було нерівності, щоб не було залежності від людей, які володіють владою, щоб усі між собою спілкувались на рівні. Хоча можна помітити, що для російськомовних і тих, хто змінив мову цей показник є більшим, порівняно із українськомовними, проте він все ще досить низький взагалі.

По шкала Уникання невизначеності бачимо, що для усіх наших груп нехарактерне уникання нечітких ситуацій, шляхом встановлення чітких правил і відмовою толерувати девіантну поведінку, особливо це помітно у російськомовної групи.

По шкалі Маскулинності знову бачимо, що значення низькі як для контрольних груп, так і для експериментальної групи, тобто для них характерна фемінінність, а отже, для даних груп людей несуттєва відмінність статевих ролей, чоловіки і жінки однаково можуть бути зосередженими на матеріальному успіхові і забезпеченні якості життя. Особлива увага надається духовним цінностям, як підтримка ближніх, пошук компромісу тощо. Проте такий показник може бути пов'язаним із тим, що значна більшість тих, хто проходив опитування є жінками.

По шкалі Довгострокова орієнтація показники низькі для усіх груп, проте в експериментальної групи він не такий низький як у контрольних груп. Низький

показник довгострокової орієнтації свідчить про короткострокову (тактичну, а не стратегічну) орієнтацію, тобто люди прагнуть стійкості та стабільності, але це часто заважає розвиватись та ризикувати. Хоча насправді такі результати недивні зважаючи на постійно нестабільну ситуації в державі.

По шкалі Потурання бажанням спостерігаємо високий показник для групи, яка змінила мову спілкування та українськомовних, та середній показник для російськомовних. Високий показник потурання бажанням свідчить про те, що група відносно вільна, щоб задовольняти свої бажання і почуття (особливо ті, що стосуються дозвілля, веселощів, споживання тощо). Низький показник в свою чергу свідчить про стриманість в задоволенні своїх бажань і почуттів.

Отже, дана методика дозволила нам показати які саме культурні особливості притаманні кожній із контрольних та експериментальної груп, а саме: високі показники індивідуалізму та потурання бажанням та низькі показники дистанції влади, уникання невизначеності, маскулинності та довгострокової орієнтації. Так як дана метода направлена на визначення культурних особливостей в структурі ідентичності, то ми можемо робити висновки, що дані результати в тому числі сформовані через особливості розвитку нашої держави зокрема.

Далі ми розглянемо результати опитування по методиці вимірювання цінностей Ш. Шварца. Для початку перевіримо методику на валідність (табл. 3.9).

Табл. 3.9

Аналіз валідності по методиці вимірювання цінностей Ш. Шварца			
	SD	Cronbach's α	McDonald's ω
scale	0.342	0.834	0.855

Методика валідна, адже α Кронбаха $> 0,6$, отже, ми можемо продовжувати наше дослідження. В табл. 3.10 наведені результати опитування по вказаній методиці.

Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца (середні значення)

	Змінили мову	Українськомовні	Російськомовні
Відкритість змінам	4,8	4,51	4,48
Самоствердження	4,06	3,86	4,11
Збереження	4,24	4,15	4,34
Самоподолання	8,96	8,99	8,84

По шкалі відкритість змінам бачимо, що усім групам притаманний середній рівень готовності до нових ідей, зміни чи переживань.

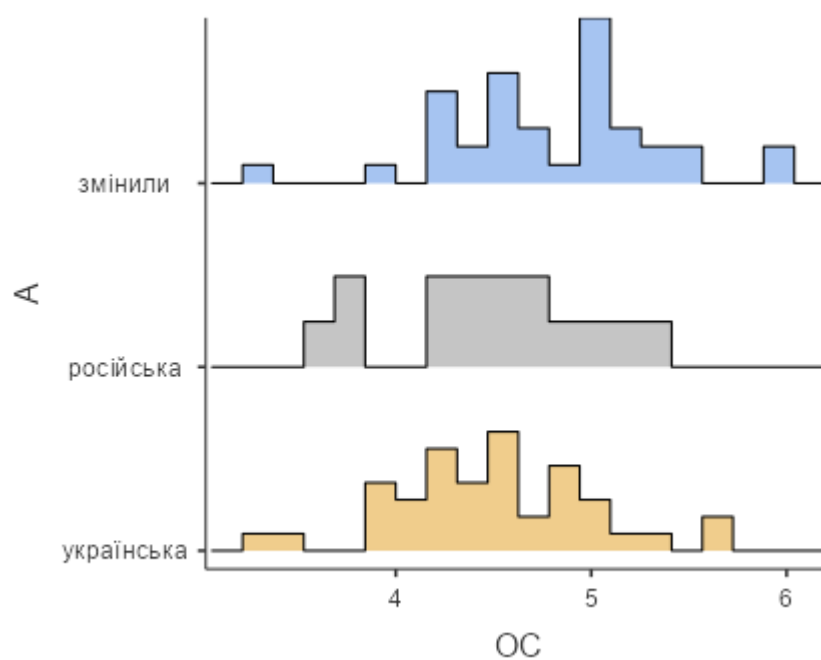


Рис. 3.11. Поширення значень по шкалі Відкритість змінам.

На рис. 3.11 зображено які значення по шкалі були найпоширенішими серед груп. Для російськомовних та українськомовних людей найбільші значення є приблизно в одному діапазоні – від 4 до 5 балів, в той час як люди, які змінили мову спілкування мають найбільше значень в діапазоні 5 балів, що свідчить про те, що люди, які змінили мову спілкування трохи більше відкриті до змін у їхньому житті.

По шкалі Самоствердження можна спостерігати досить низькі значення, що говорить нам про низький рівень прагнення до задоволення власних інтересів.

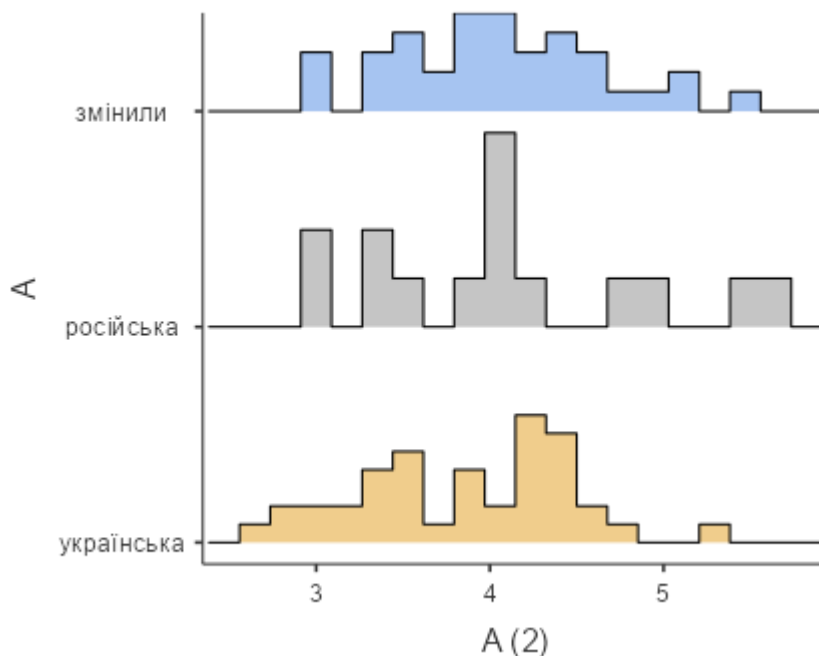


Рис. 3.12. Поширення значень по шкалі Самоствердження.

На рис. 3.12 спостерігаємо, що для групи, яка змінила мову спілкування характерне більш рівномірне поширення значень по шкалі Самоствердження, в той час як для російськомовних і українськомовних притаманні найбільші значення в межах 4 балів.

По шкалі Збереження бачимо середній рівень по шкалі серед усіх контрольних і експериментальної груп, тобто низький рівень самообмеження та порядку.

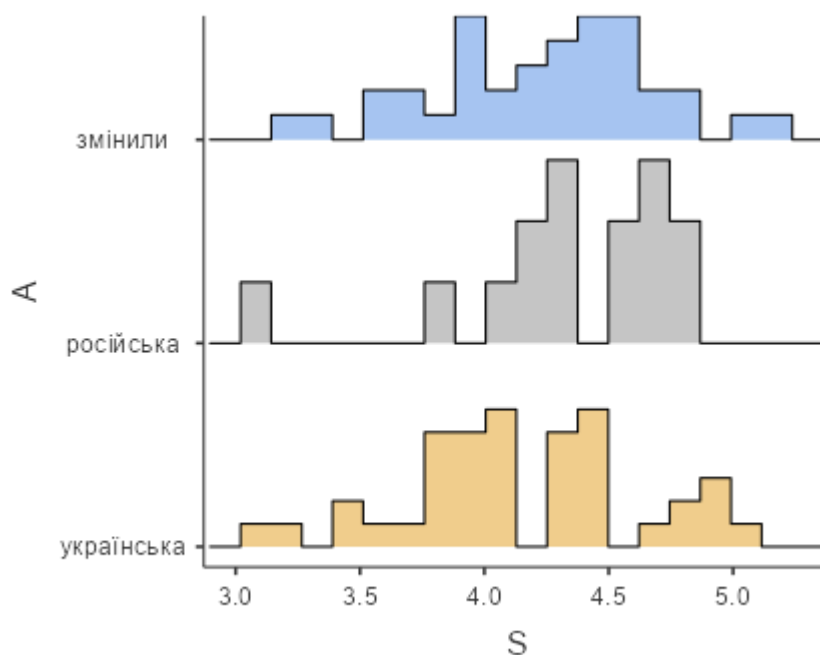


Рис. 3.13. Поширення значень по шкалі Збереження.

На рис. 3.13 бачимо, що для всіх груп найбільші значення збереження притаманні приблизно в одних й тих самих межах між 4 і 5 балами.

По шкалі Самоподолання спостерігаємо високі значення для контрольних і експериментальної груп, що свідчить готовність долати свої власні інтереси задля блага інших або почуття обов'язку.

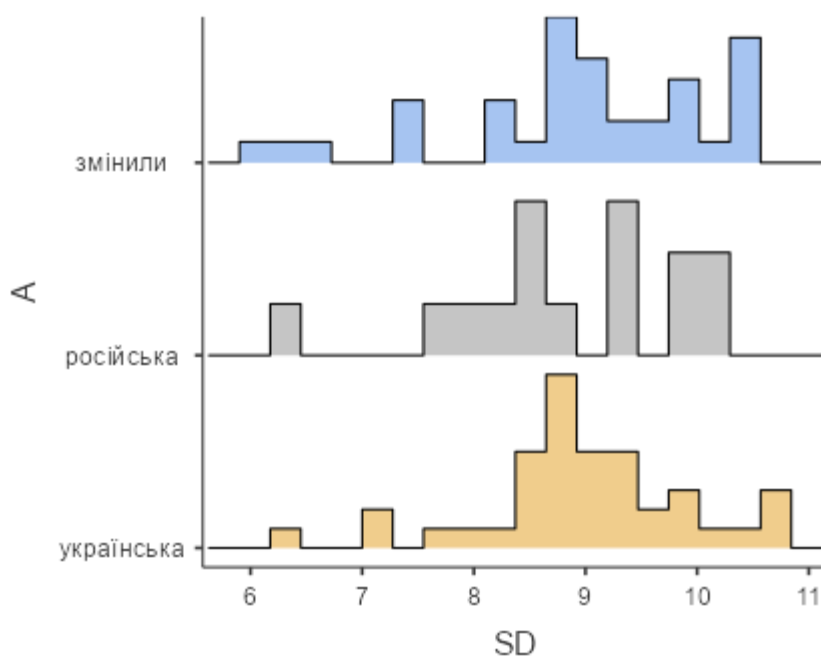


Рис. 3.14. Поширення по шкалі Самоподолання.

На рис. 3.14 бачимо, що самоподолання більше властиво для людей, які змінили мову спілкування, адже ми можемо спостерігати, що найчастіше найбільша кількість значень зустрічається в межах між 10 і 11 балами і між 8 і 9 балами. Для російськомовних ця межа є трохи меншою – між 8,5-9,5 балами, а для українськомовних – в межах між 8 і 9 балів.

Дана методика дозволила нам побачити, які індивідуальні та соціальні характеристики притаманні для кожної з груп, а саме низькі показники відкритості змінам, самостведження та збереження та високі показники самоподолання. Навідміну від методики Г. Хофстеда, яка показує нам культурні особливості в складі ідентичності, тобто такі, які формувались в процесі становлення народу, нації, методика Ш. Шварца дозволяє відслідкувати характеристики ідентичності, які розвиваються на даний момент в процесі поточної трансформації суспільства.

Тому, з огляду на тонкощі кожної з методик є сенс провести кореляційний аналіз і подивитись наскільки культурні особливості взаємопов'язані із поточними соціальними та індивідуальними особливостями.

Табл. 3.11

Кореляційний аналіз культурних і соціальних та індивідуальних особливостей ідентичності

		IVR	LTO	MAS	UAI	PDI	IDV
SD	Pearson's r	0.212	0.160	0.078	-0.106	0.054	0.062
	p-value	0.042	0.127	0.459	0.315	0.608	0.555
S	Pearson's r	-0.007	0.387	0.182	0.110	0.195	-0.204
	p-value	0.947	<.001	0.082	0.298	0.062	0.051
A	Pearson's r	0.180	-0.234	0.115	-0.108	-0.112	0.033
	p-value	0.086	0.025	0.273	0.304	0.289	0.756
OC	Pearson's r	0.457	-0.360	-0.102	-0.234	-0.221	0.118
	p-value	<.001	<.001	0.333	0.025	0.034	0.263

З таблиці 3.11, яка наведена вище, бачимо, що існують лінійні взаємозв'язки між збереженням та довгостроковою орієнтацією, тобто чим вищий показник самообмеження і порядку, тим вищий показник довгострокової (стратегічної) орієнтації і навпаки.

Також спостерігаємо лінійний взаємозв'язок між відкритістю змінам і індивідуалізмом, що означає чим вищий показник відкритості до нових ідей та змін, тим вищий показник того, що кожна особа з групи готова радше піклуватись про себе, аніж про групу і навпаки.

Водночас є лінійний взаємозв'язок між відкритістю змінам і довгостроковою орієнтацією, тобто чим вищий показник готовності до нових змін та ідей, тим вищий показник довгострокової орієнтації.

Також для дослідження ідентичності використовують методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда. Дана методика направлена на дослідження того, як особистість сама себе ідентифікує і які ідентифікації є найважливішими для неї у її житті. Отримані результати обробляли за допомогою контент-аналізу.

Відповіді респондентів, які найчастіше зустрічались, були поділені на наступні категорії:

1. Стать
2. Професійно-освітня ідентичність: дана категорія включала згадки про роботу, професію, освіту, наприклад: студент, юристка, мисткиня, педагог за освітою.
3. Регіональна ідентичність: сюди ми включаємо згадку про себе залежно від регіону, області чи міста, наприклад: харків'янин, одесит, гуцулка, слов'янин, народилась в Києві.
4. Національна ідентичність: в цю категорії входять згадки про свою національність чи громадянство, наприклад: українець, громадянин своєї держави.
5. Стосунки: сюди ми включаємо згадки про різні види стосунків з іншими людьми, наприклад: друг, мама, чоловік, кохана, товариш тощо.

6. Персональна ідентичність: дана категорія включає опис людини себе, наприклад: гарна, розумний, людина, хитрий, Максим.
7. Глобальна ідентичність: дана категорія включає опис себе, який не дає нам якоїсь конкретної інформації або ця інформація має надто «широке» значення, наприклад: громадянин світу, людина, я все і нічого, я творіння.
8. Релігійна ідентичність: сюди включаємо згадки про віру чи релігію, наприклад: християнка, вірянин, мусульман.
9. Діяльне Я: в дану категорію входять згадки про захоплення, діяльність, яка не обов'язково стосується роботи, заняття, наприклад: феміністка, люблю подорожувати, активіст, волонтер, геймер тощо.
10. Проблемна ідентичність: сюди входять такі відповіді, як: я ніхто, не знаю, що відповісти тощо.

Табл. 3.12

Кількість згадок по категоріям для кожної з груп

	Змінили мову	Українськомовні	Російськомовні
Стать	19	18	6
Професійно-освітня ідентичність	17	16	6
Регіональна ідентичність	0	5	3
Національна ідентичність	16	11	6
Стосунки	16	18	9
Персональна ідентичність	18	18	11
Глобальна ідентичність	20	16	5
Релігійна ідентичність	0	3	1
Діяльне Я	14	18	5

Для кращої наочності даних, зобразимо їх у вигляді гістограми (рис. 3.15).

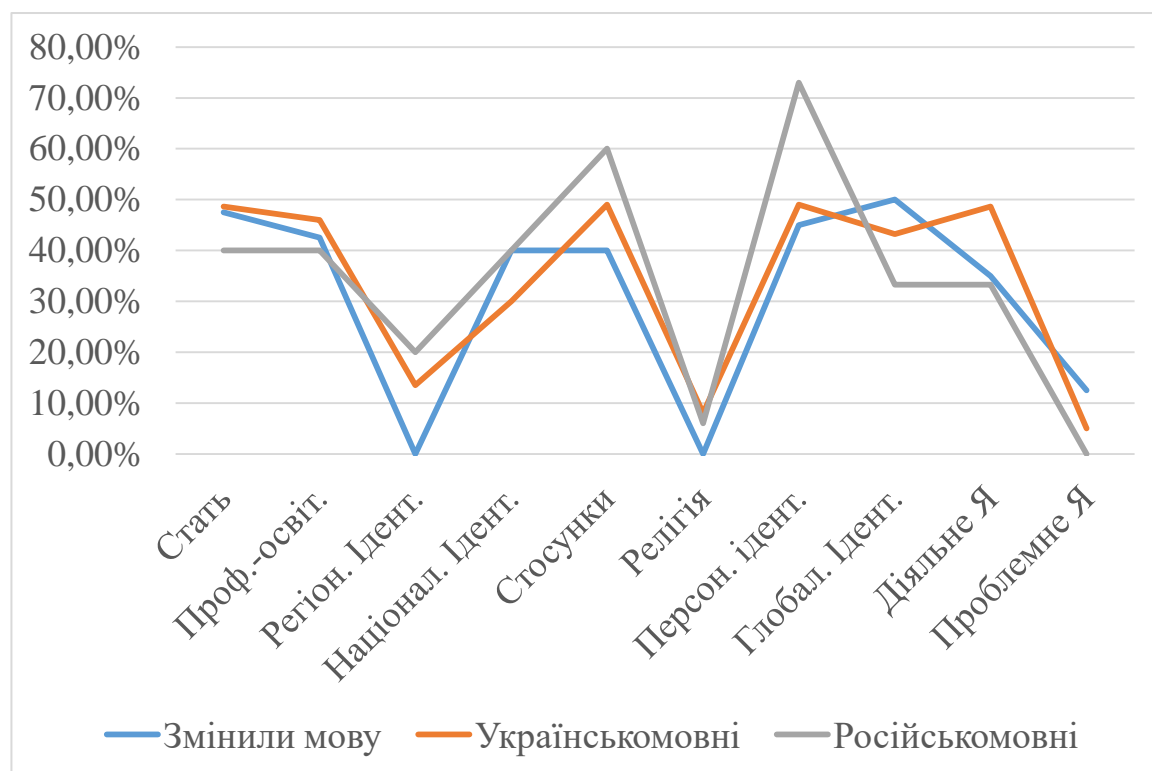


Рис. 3.15. Кількість згадок (у %) по категоріям для кожної з груп.

З вищевказаного рисунку бачимо, що загалом найчастіше респонденти згадували інформацію стосовно своєї статі, стосунків із людьми та персональної ідентичності. Для тих, хто змінив мову спілкування найхарактерніше згадувати свою глобальну ідентичність (найчастіше згадувалось «я людина»), персональну ідентичність (прикметники, які описували б характер чи особистість), стосунки та національну ідентичність. Українськомовні люди частіше всього згадували про свою стосунки із навколишнім середовищем, персональну ідентичність та інформацію, яка стосується їхніх уподобань чи улюблених занять. Російськомовні люди найчастіше вказували інформацію пов'язану із персональною ідентичністю та стосунками із навколишнім середовищем.

Можемо зробити висновки, що загалом для всіх груп характерно найчастіше вказувати прикметники, які описували б їх характер чи особистість, те як вони бачать свої характеристики, тобто персональну ідентичність та стосунки із людьми навколо, тобто із сім'єю, друзями тощо. Проте для людей, які змінили мову спілкування більш властиво згадувати про свою національну

ідентичність, ніж для контрольних груп, з чого можна робити висновок, що ця ідентичність є для них важливою. Чи зв'язано це безпосередньо із тим, що вони змінили мову, ми не можемо стверджувати, але можемо припускати. Проте швидше за все, це радше пов'язано із повномасштабним вторгненням, аніж із зміною мови, хоча ці події можуть бути взаємопов'язаними.

Щоб в'яснити причини переходу з російської на українську мову, на початку анкети було запропоновано вказати свої причини для цього. Отримані дані було оброблено за допомогою контент-аналізу і зображено за допомогою гістограми (рис. 3.16).



Рис. 3.16. Причини зміни мови з російської мови на українську мову.

Після аналізу відповідей респондентів, вони були поділені на наступні категорії (причини):

1. Відмежуватись від російського: сюди входять відповіді, в яких були згадки стосовно відрази до Росії, росіян чи російського, в тому числі російського ідентичності, небажання ідентифікувати себе як російськомовного чи росіянина.
2. Мова – частина української ідентичності: сюди входять відповіді із згадками про свідомість (в тому силі національну), причини

зросійщення, важливість мови, причини, які усвідомлення важливості мови (події 2014 року, окупація), усвідомлення себе як українця.

3. Вимагають обставини: до цієї категорії входять відповіді, які мають згадку переїзду, залежність від потреби (наприклад, на роботі чи з друзями), оточення.
4. Інше: сюди входять відповіді, які не підходили ні під одну категорію, згаданих вище, такі як: подобається українська мова, захотілось, давно вже хотіла, тисне оточення тощо.

З рис. 3.16 бачимо, що найпоширенішою причиною є усвідомлення мови – як частини української ідентичності, до якої хочуть відносити себе респонденти. Також поширеною причиною є протиставлення себе російській ідентичності і не бажання асоціювати себе із будь-чим російським, що швидше за все було спровоковано російським вторгненням в Україну.

Висновки до розділу 3

У Розділі III ми емпірично дослідили роль та вплив мови на самоідентичність особистості. Спершу ми порівнювали результати Короткого П'ятифакторного опитувальника, який було запропоновано пройти трьом категоріям людей – людям, котрі перейшли з російської мови на українську мову, російськомовним та українськомовним людям – російською та українською мовами. Результати опитування показали нам, що середні значення були різними по кожній категорії опитувальника залежно від того, якою мовою проходили опитувальник. Також було проаналізовано розподіл значень серед вибірок, який теж відрізнявся у вибірок в залежності від мови якою був пройдений опитувальник. Аналіз T-критерію для однієї змінної дозволив нам поширювати результати опитування на популяцію і припускати, що такі ж результати будуть і серед популяції. Проте для того, щоб стверджувати, що на результати опитувальника впливала мова, якою розмовляють опитувані, нам необхідно було провести дисперсійний аналіз для російськомовного та українськомовного опитувальника. Дисперсійний аналіз показав, що ми не можемо стверджувати,

що саме мова, якою розмовляють у вибірках впливає на результати опитувальника, що дозволяє нам робити інші гіпотези, такі як:

1. Існує інший фактор, який впливає на проходження опитувальників, який ми наразі не врахували і який не присутній при аналізі отриманих даних.
2. Справа не у тій мові, якою розмовляють у вибірках і відповідно в особистостях, а в різниці перекладів. Тоді ця гіпотеза наводить нас на наступні роздуми про те, що інколи неможливо буквально перекласти з однієї мови на іншу, зокрема через відсутність відповідника, який би повністю передавав зміст і суть слова чи речення. Такі тонкощі як раз і формують унікальність мови, яка частково формує нас протягом нашого життя, адже як зазначалось раніше, мова – це така собі призма через яку ми досліджуємо світ і себе в тому числі. Тоді ми робимо висновок, що ми не можемо відривати мову від сприйняття світу, і навпаки, сприйняття світу від мови, це взаємопов'язані речі, які ми не можемо відривати один від одного, а навпаки маємо розглядати як складові один одного. Також ще однією проблемою перекладу може бути те, що оригінал опитувальника є англійською мовою і при адаптації опитувальника чи методики науковці намагаються підібрати якомога підходящий відповідник, який передавав суть в конкретному суспільстві, при цьому не втрачав суть, яку вкладав автор методики, але такий переклад не завжди може передавати суть іншого суспільства, так російськомовний переклад може не передавати необхідну суть для українського суспільства через різницю в культурах і суспільствах.
3. Даний підхід не працює на конкретній вибірці і необхідно додатково провести дослідження або змінити підхід до дослідження даної теми.
4. Інші причини.

Проте відкидати вплив мови респондента теж не варто, адже нам також не вдалось заперечити цю причину.

Далі ми досліджували особливості ідентичності в умовах зміни мови і спробували дослідити яке місце посідає мова в цьому процесі.

Для цього ми використовували методику «Модуль дослідження цінностей» Г. Хофстеда для дослідження культурних особливостей ідентичності у вибірках, яка дозволяє поглянути на ідентичність як на те, що формується в культурному контексті певного суспільства і методику вимірювання цінностей Ш. Шварца для дослідження соціальних та індивідуальних особливостей ідентичності, яка дозволяє нам поглянути на ідентичність як на те, що формується також і в розрізі подій і процесів, які відбуваються на даний в момент в суспільстві.

За допомогою методики Г. Хофстеда ми встановили, що для вибірок характерні високі показники індивідуалізму та потурання бажанням та низькі показники дистанції влади, уникання невизначеності, маскулинності та довгострокової орієнтації. Значення для вибірок перебували в одних межах, якщо ці межі ділити на низькі та високі, проте були особливості такі як наприклад: російськомовних більше притаманний індивідуалізм та маскулинність, ніж українськомовним людям чи тим, хто змінив мову спілкування, та менш притаманні уникання невизначеності та довгострокова орієнтація (довгострокова орієнтація також менш притаманна для українськомовних людей, ніж для тих, хто змінив мову спілкування). В той же час для українськомовних людей не так сильно притаманна дистанція влади, як російськомовним чи людям, які змінили мову спілкування.

За допомогою методики Ш. Шварца ми встановили, що для усіх вибірок притаманні низькі показники відкритості змінам, самоствердження, збереження та високі показники самопоходання.

Для того, що б встановити зв'язок між культурними та соціальними і індивідуальними чинниками ми провели кореляційний аналіз, який показав, що існують лінійні взаємозв'язки між збереженням та довгостроковою орієнтацією, тобто чим вищий показник самообмеження і порядку, тим вищий показник довгострокової (стратегічної) орієнтації і навпаки. Також спостерігаємо лінійний взаємозв'язок між відкритістю змінам і індивідуалізмом, що означає чим вищий показник відкритості до нових ідей та змін, тим вищий показник того, що кожна

особа з групи готова радше піклуватись про себе, аніж про групу і навпаки. Водночас є лінійний взаємозв'язок між відкритістю змінам і довгостроковою орієнтацією, тобто чим вищий показник готовності до нових змін та ідей, тим вищий показник довгострокової орієнтації.

Для дослідження тонкощів самоідентичності ми застосували методіку «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда, отримані дані ми обробили за допомогою методу контент-аналізу. За допомогою цієї методіки ми встановили, що загалом найчастіше респонденти згадували інформацію стосовно своєї статі, стосунків із людьми та персональної ідентичності. Для тих, хто змінив мову спілкування найхарактерніше згадувати свою глобальну ідентичність (найчастіше згадувалось «я людина»), персональну ідентичність (прикметники, які описували б характер чи особистість), стосунки та національну ідентичність. Українськомовні люди частіше всього згадували про свою стосунки із навколишнім середовищем, персональну ідентичність та інформацію, яка стосується їхніх уподобань чи улюблених занять. Російськомовні люди найчастіше вказували інформацію пов'язану із персональною ідентичністю та стосунками із навколишнім середовищем.

Проте цікавим спостереженням є те, що тим, хто змінив мову спілкування більш характерно частіше вказувати свою національну ідентичність, ніж російськомовним чи українськомовним людям, з чого ми можемо припускати, що ця частина їхньої ідентичності займає високе місце у структурі особистості цих людей. Щоб перевірити дану гіпотезу в анкеті було прохання вказати чому людина змінила мову. Найчастіше респонденти вказували причиною усвідомлення себе як українця і важливості мови, як частини цієї ідентичності. Також як причину вказували відразу до всього російського, в тому числі російської мови і небажання ідентифікувати себе із всім російським чи будь-чим що пов'язано із Росією. Такі причино можуть бути безпосередньо пов'язані із повномасштабним вторгненням Росії в Україну.

ВИСНОВКИ

Згідно із поставленими завданнями сформулюємо висновки нашого дослідження.

Ми проаналізували сучасні джерела та дані, що описують зв'язок мови із самоідентичністю. Встановили, що мова – це призма через яку ми пізнаємо та досліджуємо світ і себе, за допомогою мови ми комунікуємо із зовнішнім світом, називаємо свої переживання і речі своїми іменами загалом.

Виокремили, що одиницею мови є слово, яке виконує функції знака і значення, тобто позначає предмети та явища і передає їхню суть. Основними елементами мови є її словниковий склад і граматична будова. Словниковий склад характеризує сукупність усіх слів у мові, а граматична будова забезпечує правила зміни цих слів і узгодження їх між собою у реченні. Проте мова існує лише в процесі мовлення, а мовлення є формою існування кожної мови. Процес мовлення розглядається як мовна діяльність, адже за допомогою слів ми виконуємо дії – наказуємо, обіцяємо, критикуємо тощо. Будь-яка діяльність передбачає залучання мислення в процесі. Наразі науковці сходяться на думці, що мова і мислення є взаємопов'язаними, проте не тотожними. Значення слова є нічим іншим як єдність мислення і мови, адже слово без значення не є словом, а лише набором звуків, тобто значення слова є ознакою самого слова, водночас значення слова є нічим іншим як узагальненням, а будь-яке узагальнення є актом думки. Отже, ми маємо право розглядати значення слова одночасно як феномен мислення і феномен мови.

Значення мови не постійним воно змінюється в процесі розвитку суспільства, так само як і особистість. Мовна особистість – це людина, яка має свій набір характеристик і здібностей, які обумовлюють те як вони сприймає тексти і висловлювання, які вирізняються складністю, глибиною і точністю відображення дійсності. Тобто мова як засіб за допомогою якого ми формуємо і формулюємо сенси і відображаємо дійсність обумовлює нашу особистість і навпаки, наша особистість формує те як ми сприймаємо ці сенси і відображення дійсності.

Також ми розглянули поняття рідної мови, другої мови та іноземної мови для того, щоб краще розуміти нейропсихологічні процеси мозку при зміні мови.

Останні дослідження у якому брали участь поліглоти встановили, що незважаючи на кількість мов, які знає людина і наскільки добре ними володіє, мозок краще і з меншими зусиллями обробляє інформацію рідною мовою, хоча при прослуховування аудіо різними мовами задіюються одні й ті ж ділянки мозку.

До того ж ми виокремили функції, які виконує мова, а саме: комунікативну, номінативну, мислетворчу, пізнавальну, естетичну, експресивну, національно-культурну, магичну, ідентифікаційну.

Ми проаналізували психологічні особливості ідентичності при процесі самоідентифікації.

Світогляд, цінності та переконання, особливості емоційно-вольової сфери, її пізнавальна діяльність – все це є складовими життя особистості, які є у взаємодії і становлять «Я» людини, яке керує всіма аспектами внутрішнього життя і зовнішніми проявами його в діяльності та стосунками з іншими. Це «Я» не є істотою, яка живе всередині і контролює нашу поведінку, «Я» – це організований набір сприйняття. Ідентичність є частиною «Я», вона є невіддільною характеристикою кожної людини, яка виражається в усвідомленні себе як унікального і водночас як частини спільноти. Людині властиво мати багато ідентичностей, в тому числі гендерну, національну, професійну, особистісну тощо. Ідентифікація – це процес ототожнення себе із кимось, розпізнання «Я» і «не-Я». Самоідентифікація є частиною ідентифікації і є процесом ототожнення себе із іншою особою, включення в образ «Я» окремих характеристик цієї людини, її цінностей і світогляду.

Мова є основним засобом вираження своєї ідентичності. Рідною мовою нам легше виражати себе, ділитись думками і переживаннями, адже це не вимагає стільки когнітивних зусиль, як ті ж дії, але другою або іноземною мовами. Перехід з однієї мови на іншу може зумовлювати наступні зміни особистості: зміни впевненості в собі, адитивні, субтрактивні, продуктивні, розкол змін або ж ніяк не впливати на особистість.

Будь-які трансформації суспільства завжди супроводжуються кризою ідентичності, що наразі відбувається і в українському суспільстві. Громадяни України втрачають і набувають нових ідентичностей, адже ідентичність не є статичною. Процес глобалізації у світі ще більше ускладнює кризу ідентичності в умовах війни.

Для емпіричної частини дослідження ми використовували наступні методики та методи:

1. Методика «Хто Я?» М. Куна та Т. Макпатленда.
2. Методика Г. Хофстеда «Модуль дослідження цінностей».
3. Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца.
4. Короткий П'ятифакторний опитувальник особистості (ТІРІ) в українському (модифікація І. Галецької, М. Кліманської) та російському (модифікація А. Сергєєва) перекладах
5. Була створена анкета-опитувальник у гугл-формі, яка надсилалась через мережу інтернет трьом категоріям людям: людям, які змінили мову спілкування, а саме російську мову на українську мову, людям, які не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались і спілкуються українською та людям, які не змінювали мову спілкування і завжди спілкувались і спілкуються російською. Після отримання необхідних даних, був проведений аналіз згідно з завданнями дослідження у Microsoft Excel та Jamovi. Для обробки та аналізу відкритих запитань було використано контент-аналіз.

В дослідження взяло участь 92 людей: 70 жінок і 22 чоловіків. Було сформовано дві контрольні групи (російськомовні (n=15) та українськомовні (n=37), які не змінювали мови) та експериментальну групу (люди, котрі перейшли з російської мови на українську мову(n=40)).

Нам не вдалось спростувати чи підтвердити наявність впливу мови на самоідентичність. Результати порівняння Короткого П'ятифакторного опитувальника по кожній із груп російською і українською мовами

продемонстрував різні результати для груп в залежності від мови опитувальника, але провівши дисперсійний аналіз, ми вияснили, що стверджувати, що саме мова стало чинником різниці серед результатів опитувальника. Такий результат наштовхнув нас на такі думки: справа не у тій мові, якою розмовляють у вибірках і відповідно в особистостях, а в різниці перекладів. Проте часто перекласти методику буквально неможливо через відсутність відповідників, які повністю передають зміст і суть значення слова. Такі тонкощі як раз і формують унікальність мови, яка частково формує нас протягом нашого життя, адже як зазначалось раніше, мова – це така собі призма через яку ми досліджуємо світ і себе в тому числі. Тоді ми робимо висновок, що ми не можемо відривати мову від сприйняття світу, і навпаки, сприйняття світу від мови, це взаємопов'язані речі, які ми не можемо відривати один від одного, а навпаки маємо розглядати як складові один одного. Також ще однією проблемою перекладу може бути те, що оригінал опитувальника є англійською мовою і при адаптації опитувальника чи методики науковці намагаються підібрати якомога підходящий відповідник, який передавав суть в конкретному суспільстві, при цьому не втрачав суть, яку вкладав автор методики, але такий переклад не завжди може передавати суть іншого суспільства, так російськомовний переклад може не передавати необхідну суть для українського суспільства через різницю в культурах і суспільствах. Або ж справа зовсім не у мові, якою розмовляють серед представників вибірок, а у факторах, які ми наразі не включили в дослідження, але які впливають на досліджувані феномени або ж підхід, який ми обрали невірний і до вивчення даної теми потрібно підходити по-іншому.

Також ми дослідили фактори, які впливають на процес та протікання процесу самоідентичності в умовах зміни мови.

Ми встановили, що в розрізі культурних особливостей ідентичності для вибірок характерні високі показники індивідуалізму та потурання бажанням та низькі показники дистанції влади, уникання невизначеності, маскулинності та довгострокової орієнтації. Значення для вибірок перебували в одних межах, якщо ці межі ділити на низькі та високі, проте були особливості такі як

наприклад: російськомовних більше притаманний індивідуалізм та маскулинність, ніж українськомовним людям чи тим, хто змінив мову спілкування, та менш притаманні уникання невизначеності та довгострокова орієнтація (довгострокова орієнтація також менш притаманна для українськомовних людей, ніж для тих, хто змінив мову спілкування). В той же час для українськомовних людей не так сильно притаманна дистанція влади, як російськомовним чи людям, які змінили мову спілкування.

В розрізі соціальних та індивідуальних особливостей ідентичності для вибірок характерні низькі показники відкритості змінам, самоствердження, збереження та високі показники самоподолання.

Щоб знайти зв'язок між культурними та соціальними і індивідуальними чинниками ми провели кореляційний аналіз, який показав, що існують лінійні взаємозв'язки між збереженням та довгостроковою орієнтацією, тобто чим вищий показник самообмеження і порядку, тим вищий показник довгострокової (стратегічної) орієнтації і навпаки. Також спостерігаємо лінійний взаємозв'язок між відкритістю змінам і індивідуалізмом, що означає чим вищий показник відкритості до нових ідей та змін, тим вищий показник того, що кожна особа з групи готова радше піклуватись про себе, аніж про групу і навпаки. Водночас є лінійний взаємозв'язок між відкритістю змінам і довгостроковою орієнтацією, тобто чим вищий показник готовності до нових змін та ідей, тим вищий показник довгострокової орієнтації.

Ми встановили, що в процесі самоідентифікації найчастіше респонденти згадували інформацію стосовно своєї статі, стосунків із людьми та персональної ідентичності. Для тих, хто змінив мову спілкування найхарактерніше згадувати свою глобальну ідентичність (найчастіше згадувалось «я людина»), персональну ідентичність (прикметники, які описували б характер чи особистість), стосунки та національну ідентичність. Українськомовні люди частіше всього згадували про свою стосунки із навколишнім середовищем, персональну ідентичність та інформацію, яка стосується їхніх уподобань чи улюблених занять.

Російськомовні люди найчастіше вказували інформацію пов'язану із персональною ідентичністю та стосунками із навколишнім середовищем.

Проте цікавим спостереженням є те, що тим, хто змінив мову спілкування більш характерно частіше вказувати свою національну ідентичність, ніж російськомовним чи українськомовним людям, з чого ми можемо припускати, що ця частина їхньої ідентичності займає високе місце у структурі особистості цих людей. Щоб перевірити дану гіпотезу в анкеті було прохання вказати чому людина змінила мову. Найчастіше респонденти вказували причиною усвідомлення себе як українця і важливості мови, як частини цієї ідентичності. Також як причину вказували відразу до всього російського, в тому числі російської мови і небажання ідентифікувати себе із всім російським чи будь-чим що пов'язано із Росією. Такі причино можуть бути безпосередньо пов'язані із повномасштабним вторгненням Росії в Україну. Отже, трансформації суспільства та події, які приводять до цих трансформацій грають важливу роль в процесі ідентифікації. Ці події формують ставлення особистості до світу і конкретних речей в цьому світі, в результаті особистість змінює свою ідентичність через бажання чи небажання ідентифікувати себе із певними поглядами, світобаченням чи цінностями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Максименко С. Д. Загальна психологія. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2021 – 272 с.
2. Trevor A. Harley. The psychology of language: from data to theory. --- Fourth edition. – 2014 – 607 с.
3. Crystal D. (2010). The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge, UK: Amazon Publishers.
4. Carr-Chellman, Davin J. and Levitan, Joseph (2016). "Adult Learning and Pragmatic Identity Theory," Adult Education Research Conference. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://newprairiepress.org/aerc/2016/papers/7>
5. Spolsky, B. (1999). Second-language learning. In J. Fishman (Ed.), Handbook of language and ethnic identity (pp. 181-192). Oxford: Oxford University Press.
6. Norton, B. (1997). Language, identity, and the ownership of English. TESOL quarterly, 31(3), 409-429.
7. Lightbown, P. M., & Spada, N. (2006). How languages are learned. Oxford University Press.
8. Lambert, W. E. (1981). Social influences on the child's development of an identity. A Canadian social psychology of ethnic relations, 57-75.
9. Gao Yihong, Zhao Yuan, Cheng Ying and Zhou Yan. Relationship between English Learning Motivation Types and Self-Identity Changes among Chinese Students. TESOL Quarterly, Vol. 41, No. 1 (Mar., 2007), pp. 133-155
10. Zana Mahmood Hassan. Language Learning and Learner's Self-identity: A Psycho-Pragmatic Study of EFL Learners in Kurdistan Region. Zankoi slemani Magazine B / for humanity science No (53) Jan 2018
11. Пінчук Ю. В. Риторика, культура та техніка мовлення корекційного педагога. Навч.-метод. посібн. – К. : КНТ, 2015. – 160 с.

12. Holgraves T. (2002). Language as social action: social psychology and language use. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
13. Лозова О. М. Психологічні аспекти засвоєння іноземної мови: Навчально-методичний посібник.– К.: , 2010.–143 с.
14. Kenneth A. Koenigshofer. Mind Design: The Adaptive Organization of Human Nature, Minds, and Behavior. 1st Edition. – 2011. – p. 448.
15. Психологія мовлення і психолінгвістика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. О. Калмикова, Г. В. Калмиков, І. М. Лапишина, Н. В. Марченко ; за заг. ред. Л. О. Калмикової. – К. : ПереяславХмельницький пед. ін-т. ; “Фенікс”, 2008. – 235 с.
16. Загальне поняття мовної особистості. / С. О. Застровська, О. А. Застровський; Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. РОЗДІЛ II. Теоретичні засади лінгвістичних досліджень. 6 (ч. 1), 2011 – 159-163
17. Кулик О. Мовна й мовленнєва особистість: проблема дефініцій / О. Кулик, І. Рубан // Теоретична і дидактична філологія. - 2014. - Вип. 17. - С. 76-89.
18. Functional characterization of the language network of polyglots and hyperpolyglots with precision fMRI / Saima Malik-Moraleda, Olessia Jouravlev, Zachary Mineroff, Theodor Cucu, Maya Taliaferro, Kyle Mahowald, Idan A. Blank, Evelina Fedorenko. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.biorxiv.org/content/10.1101/2023.01.19.524657v1.full.pdf>
19. Handbook of personality: theory and research / edited by Oliver P. John, Richard W. Robins, Lawrence A. Pervin. — 3rd ed. 2008
20. Byram M. Language and Identities. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://rm.coe.int/preliminary-study-languages-and-identities-intergovernmental-conferenc/16805c5d4a>
21. Столяренко О. Б. Психологія особистості. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 280 с.

22. Лісовий О.В. Ідентифікація та самоідентифікація особистості: підходи та концепції / О.В. Лісовий // Вісник Інституту розвитку дитини. Серія: Філософія, педагогіка, психологія: Збірник наукових праць. – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. – Вип. 16. – С. 46-56.
23. Духовна культура України перед викликами часу (до 150-річчя заснування «Просвіти») : тези доп. учасників Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Харків, 23 квіт. 2018 р.). – Харків : Право, 2018. – 212 с
24. Социальные идентификации и идентичности / С.А.Макеев, С.Н.Оксамитная, Е.В.Швачко. – К.: Ин-т социологии НАН Украины. – 1996. – 185 с
25. Резнік О. Політична самоідентифікація особистості за умов становлення громадянського суспільства. – К.: 2003. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://i-soc.com.ua/assets/files/book/reznik.o.s/reznik2003.pdf>
26. Шульга Н.А. Этническая самоидентификация личности. – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1996. – 200 с.
27. Language and identities. Llamas C. and Dominic W. Edinburgh University Press Ltd, 2010.
28. Лісовий О. В. Соціокультурна самоідентифікація особистості. – К., 2012. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://false-science.ucoz.ua/Lisovyi/dis_Lisovyi.pdf
29. Гаврилюх Н.Р. Філософсько-культурологічний аспект соціальної комунікації / Н.Р. Гаврилюх. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/vkhnu/Tk/815/21.html>.
30. О. Казакевич. Роль мови у формуванні національної ідентичності. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Культурологія». Випуск 18. – 2017 р. – 77-79 с.
31. Joseph J. E. Identity and Language / J. E. Joseph // Encyclopedia of Language and Linguistics, 2nd ed., ed. By Keith Brown. – Vol. 5. Oxford : Elsevier, 2006. – P. 486–492.

32. Eric J. Hobsbawm. Nations and Nationalism since 1780: Programme, Myth, Reality. History Workshop No. 31 (Spring, 1991), pp. 189-192
33. Остапенко І. В. Стратегії та технології активізації самоідентифікування молоді : методичний посібник / І. В. Остапенко ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології.
34. Кун М., Макпартленда Т. Емпіричні дослідження установок особистості на себе. С. 186
35. Hofstede G., Minkov M. Values Survey Module 2013 Manual. [Електронний режим] -- Режим доступу: <https://geerthofstede.com/research-and-vsm/vsm-2013/>
36. Schwartz S. H. Refining the theory of basic individual values / S. H. Schwartz // Journal of personality and social psychology. – 2012. – Vol. 103, is. 4. – P. 663.
37. Кліманська М. Б. Галецька І. І. Українська адаптація короткого п'ятифакторного опитувальника особистості ТІРІ (ТІРІ-УКР). Психологічний часопис. 2019. № 5 (9). С. 57–76.
38. А. С. Сергеева и др. Перевод и адаптация краткого пятифакторного опросника личности (ТІРІ-RU) // Экспериментальная психология, 2016. №3. С. 134- 158
39. N. Ramírez-Esparza et al. / Journal of Research in Personality 40 (2006) 99–120
40. Dorneyei Z., Ryan S. The psychology of the language learner revisited. – 2015
41. Наконечний Є. П., «Украдене ім'я. Чому русини стали українцями» / Передмова Я. Дашкевича. — 3-є, доп. і випр. вид. — Львів, 2001. — 400 с. — V. «Осоружний етнос»
42. Ісаєвич Я. Д. // Енциклопедія історії України — К.: Наукова думка, 2012. — 944 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Методика «Модуль дослідження цінностей Г. Хофстеда» (VSM 2013) [33]

Інструкція: «Будь ласка, уявіть собі ідеальне місце роботи, не зважаючи на Вашу теперішню роботу, якщо Ви вже десь працюєте. Подумайте, наскільки для Вас це було б важливим в обраній роботі.»

Питання	Шкала, де 1 – вкрай важливо, 2 – дуже важливо, 3 – відносно важливо, 4 – не дуже важливо, 5 – неважливо або взагалі немає значення
1. Мати достатньо часу на особисте життя та домашні справи	1 2 3 4 5
2. Мати боса (Ваш безпосередній керівник), якого Ви можете поважати	1 2 3 4 5
3. Отримувати визнання, похвалу за добре виконану роботу	1 2 3 4 5
4. Бути впевненим, що Ви не втратите роботу	1 2 3 4 5
5. Працювати з приємними людьми	1 2 3 4 5
6. Виконувати роботу, яка цікава	1 2 3 4 5
7. Приймати участь разом із босом в прийнятті рішень, які стосуються Вашої роботи	1 2 3 4 5
8. Жити в бажаному місці (місті)	1 2 3 4 5

9. Мати роботу, яку поважають Ваші друзі та сім'я	1 2 3 4 5
10. Мати шанс просування по службі	1 2 3 4 5
Наскільки для Вас важливе кожне з наступних висловлювань у Вашому особистому житті?	
11. Залишати вільний час для розваг	1 2 3 4 5
12. Стриманість: мати небагато бажань	1 2 3 4 5
13. Бути щедрим по відношенню до друзів	1 2 3 4 5
14. Скромність: не витратити більше необхідного	1 2 3 4 5
15. Наскільки часто Ви відчуваєтеся нервовим чи напруженим?	1. завжди 2. звичайно 3. іноді 4. зрідка 5. ніколи
16. Ви щаслива людина?	1. завжди 2. звичайно 3. іноді 4. зрідка 5. ніколи
17. Якщо Ви щось захотіли, чи можуть інші люди чи ситуація змінити Ваше рішення?	1. так, завжди 2. так, звичайно 3. іноді 4. ні, зрідка 5. ні, ніколи
18. Як би Ви в цілому описали Ваш стан здоров'я в даний момент?	1. дуже гарний 2. гарний 3. середній 4. слабкий 5. дуже поганий
19. Ви пишаєтесь бути громадянином своєї країни?	1. взагалі не пишаюсь 2. не пишаюсь 3. частково пишаюсь 4. пишаюсь 5. дуже пишаюсь
20. Як часто, на Вашу думку, підлеглі бояться суперечити керівництву (чи студенти – викладачеві)?	1. ніколи 2. зрідка 3. іноді 4. звичайно 5. завжди

Якою мірою Ви погоджуєтесь або не погоджуєтесь з кожним з наступних тверджень?	Шкала, де 1 – цілком погоджуюсь, 2 – погоджуюсь, 3 – не знаю, 4 – не погоджуюсь, 5 – зовсім не погоджуюсь
21. Можна бути гарним менеджером, не знаючи відповіді на кожне питання, яке може поставити підлеглий відносно його роботи	1 2 3 4 5
22. Наполеглива праця (постійні зусилля) – найнадійніший шлях досягнення результатів	1 2 3 4 5
23. Необхідно за будь-яку ціну уникати створення такої організаційної структури, в якій деякі підлеглі мають двох керівників	1 2 3 4 5
24. Правила компанії чи організації не повинні порушуватися, навіть якщо працівнику здається, що це було б в інтересах організації	1 2 3 4 5

Додаток Б

Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца

(Портретний ціннісний опитувальник, PVQ-R) [33; 36]

Інструкція: «Нижче наведені описи різних людей. Будь ласка, прочитайте кожний опис та подумайте, наскільки ця людина схожа чи не схожа на Вас. Виберіть згідно зі шкалою».

Твердження	Шкала, за якою 1 – зовсім не схоже на мене, 2 – не схоже на мене, 3 – мало схоже на мене, 4 – частково схоже на мене, 5 – схоже на мене, 6 – дуже схоже на мене
1. Для неї важливо розуміти речі по-своєму	1 2 3 4 5 6
2. Для неї важливий порядок в суспільстві	1 2 3 4 5 6
3. Для неї важливо гарно проводити час	1 2 3 4 5 6
4. Для неї важливо не тривожити інших людей	1 2 3 4 5 6
5. Для неї важливо захищати слабких та вразливих людей в суспільстві	1 2 3 4 5 6
6. Для неї важливо, щоб люди робили те, що вона їм каже	1 2 3 4 5 6
7. Для неї важливо ніколи не хвалитися і не поводитися зверхньо	1 2 3 4 5 6
8. Для неї важливо берегти природу	1 2 3 4 5 6
9. Для неї важливо ніколи не бути зганьбленою	1 2 3 4 5 6
10. Для неї важливо завжди шукати різноманіття в діяльності	1 2 3 4 5 6
11. Для неї важливо турбуватися про близьких для неї людей	1 2 3 4 5 6

12. Для неї важливо мати владу, яку можуть давати гроші	1 2 3 4 5 6
13. Для неї дуже важливо намагатися не хворіти й берегти своє здоров'я	1 2 3 4 5 6
14. Для неї важливо бути терпимим до різноманітних людей та груп	1 2 3 4 5 6
15. Для неї важливо ніколи не порушувати правила чи вказівки	1 2 3 4 5 6
16. Для неї важливо самостійно приймати рішення, що стосуються її життя	1 2 3 4 5 6
17. Для неї важливо мати амбіційні цілі в житті	1 2 3 4 5 6
18. Для неї важливо підтримувати традиційні цінності та світобачення	1 2 3 4 5 6
19. Для неї важливо, щоб люди, яких вона добре знає, були цілком у ній упевнені	1 2 3 4 5 6
20. Для неї важливо бути багатою	1 2 3 4 5 6
21. Для неї важливо приймати участь в добровільних акціях із захисту природи	1 2 3 4 5 6
22. Для неї важливо ніколи нікого не дратувати	1 2 3 4 5 6
23. Для неї важливо мати свою точку зору	1 2 3 4 5 6
24. Для неї важливо зберігати позитивний імідж в очах інших	1 2 3 4 5 6
25. Для неї дуже важливо допомагати дорогим для неї людям	1 2 3 4 5 6
26. Для неї важливо почуватися захищеною і бути в безпеці	1 2 3 4 5 6
27. Для неї важливо бути надійним другом, що заслуговує на довіру	1 2 3 4 5 6

28. Для неї важливий азарт в житті, навіть якщо він пов'язаний із ризиком	1 2 3 4 5 6
29. Для неї важливо мати владу, щоб змушувати людей робити те, що вона хоче	1 2 3 4 5 6
30. Для неї важливо планувати свої дії незалежно	1 2 3 4 5 6
31. Для неї важливо дотримуватись правил, навіть якщо ніхто не бачить	1 2 3 4 5 6
32. Для неї важливо бути дуже успішною	1 2 3 4 5 6
33. Для неї важливо дотримуватись сімейних чи релігійних звичаїв	1 2 3 4 5 6
34. Для неї важливо слухати й розуміти людей, що відрізняються від неї, наприклад, людей, що належать до різних меншин	1 2 3 4 5 6
35. Для неї важливо, що її країна сильна і може захистити своїх громадян	1 2 3 4 5 6
36. Для неї важливо насолоджуватися задоволеннями, які може дати життя	1 2 3 4 5 6
37. Для неї важливо, щоб кожна людина в світі мала рівні можливості в житті	1 2 3 4 5 6
38. Для неї важливо бути скромною	1 2 3 4 5 6
39. Для неї важливо розширяти свій кругозір	1 2 3 4 5 6
40. Для неї важливо дотримуватися традицій її культури	1 2 3 4 5 6
41. Для неї важливо бути тим, хто вказує іншим, що робити	1 2 3 4 5 6
42. Для неї важливо дотримуватися всіх законів	1 2 3 4 5 6
43. Для неї важливо отримувати різний досвід	1 2 3 4 5 6
44. Для неї важливо мати дорогі речі, що показують багатство	1 2 3 4 5 6

45. Для неї важливо захищати оточуюче середовище від руйнування чи забруднення	1 2 3 4 5 6
46. Для неї важливо користуватися будь -якою можливістю повеселитися	1 2 3 4 5 6
47. Для неї важливо приділяти увагу всім потребам близьких для неї людей	1 2 3 4 5 6
48. Для неї важливо, щоб люди визнавали її досягнення	1 2 3 4 5 6
49. Для неї важливо ніколи не бути приниженою	1 2 3 4 5 6
50. Для неї важливо, щоб її країна могла захистити себе від будь -яких загроз	1 2 3 4 5 6
51. Для неї важливо ніколи не сердити інших людей	1 2 3 4 5 6
52. Для неї важливо, щоб з усіма людьми обходились справедливо, навіть, якщо вона їх не знає	1 2 3 4 5 6
53. Для неї важливо ніколи не наражати себе на небезпеку	1 2 3 4 5 6
54. Для неї важливо ніколи не прагнути до публічної уваги чи схвалення	1 2 3 4 5 6
55. Для неї важливо, що всі її друзі та сім'я можуть повністю покластися на неї	1 2 3 4 5 6
56. Для неї важливо бути вільною самій обирати, що робити	1 2 3 4 5 6
57. Для неї важливо приймати людей, навіть коли вона не погоджується з ними	1 2 3 4 5 6

Додаток В

Формули розрахунку показників PVQ-R для 19 цінностей [33; 36]

Цінності	Формула	Значення цінності
Самостійність – Думки	$SDA = (a16 + a30 + a56)/3$	Свобода розвивати власні ідеї та здібності
Самостійність – Вчинки	$SDT = (a1 + a23 + a39)/3$	Свобода визначати власні дії
Стимуляція	$ST = (a10 + a28 + a43)/3$	Прагнення до новизни і змін
Гедонізм	$HE = (a3 + a36 + a46)/3$	Прагнення до задоволення і насолоди
Досягнення	$AC = (a17 + a32 + a48)/3$	Досягнення успіхів відповідно до соціальних норм
Влада – Домінування	$POR = (a12 + a20 + a44)/3$	Вплив засобом здійснення контролю над людьми
Влада – Ресурси	$POD = (a6 + a29 + a41)/3$	Вплив з допомогою контролю за матеріальними та соціальними ресурсами
Репутація	$FAC = (a9 + a24 + a49)/3$	Захист та вплив з допомогою підтримання публічного іміджу та уникання приниження
Безпека – Особиста	$SES = (a2 + a35 + a50)/3$	Безпека конкретного оточення
Безпека – Суспільна	$SEP = (a13 + a26 + a53)/3$	Безпека суспільства в цілому
Традиція	$COR = (a15 + a31 + a42)/3$	Підтримання та збереження традицій

Конформізм Правила	–	$COI = (a_4 + a_{22} + a_{51})/3$	Дотримання правил, законів та обов'язків
Конформізм Міжособистісний	-	$TR = (a_{18} + a_{33} + a_{40})/3$	Уникання нанесення шкоди іншим людям, прагнення їх не засмучувати
Скромність		$HUM = (a_7 + a_{38} + a_{54})/3$	Визнання малого значення існування себе в світі
Універсалізм Турбота про інших	–	$BED = (a_{19} + a_{27} + a_{55})/3$	Прагнення до рівності, захисту людей
Універсалізм Турбота про природу	–	$BEC = (a_{11} + a_{25} + a_{47})/3$	Прагнення до збереження природи
Універсалізм Толерантність	–	$UNC = (a_5 + a_{37} + a_{52})/3$	Прийняття тих, хто відрізняється
Доброзичливість Турбота	-	$UNN = (a_8 + a_{21} + a_{45})/3$	Відданість групі та благополуччя її членів
Доброзичливість Почуття обов'язку	–	$UNT = (a_{14} + a_{34} + a_{57})/3$	Прагнення бути надійним членом групи, що заслуговує на довіру
де а – відповідне питання			

Додаток Г

Короткий П'ятифакторний опитувальник особистості ТІРІ (ТІРІ-UKR)
(модифікація І. Грецової, М. Кліманської) [37]

Інструкція: «Нижче наведено перелік якостей, які можуть бути, або можуть не бути характерними особисто для Вас. Оцініть, в якій мірі запропонована пара характеристик стосується Вас особисто, навіть, якщо одна з них підходить Вам більше, аніж друга».

Бачу себе як людину, яка є	Шкала, за якою 1 – абсолютно не погоджуюсь, 2 – не погоджуюсь, 3 – швидше не погоджуюсь, 4 – важко сказати, 5 – швидше погоджуюся, 6 – погоджуюся, 7 – абсолютно погоджуюся
1. Товариська, активна	1 2 3 4 5 6 7
2. Критична, конфліктна	1 2 3 4 5 6 7
3. Сумлінна, дисциплінована	1 2 3 4 5 6 7
4. Тривожна, схильна перейматися	1 2 3 4 5 6 7
5. Відкрита до нового, різностороння	1 2 3 4 5 6 7
6. Стримана, тиха	1 2 3 4 5 6 7
7. Тактовна, співчутлива, приязна	1 2 3 4 5 6 7
8. Неорганізована, легковажна	1 2 3 4 5 6 7
9. Спокійна, емоційно стабільна	1 2 3 4 5 6 7
10. Не любить змін і пошуку нових рішень	1 2 3 4 5 6 7

Додаток Д

Короткий П'ятифакторний опитувальник особистості TIPI (TIPI-RU)
(модифікація А. Сергєєвої) [38]

Інструкція: «Вам необхідно оцінити кожне из предложенных личностных качеств по семибалльной шкале, где 1 – совершенно не согласен, 2 – не согласен, 3 – немного не согласен, 4 – ни то, ни другое, 5 – немного согласен, 6 – согласен, 7 – абсолютно согласен».

Я воспринимаю себе как	Шкала, за которой 1 – совершенно не согласен, 2 – не согласен, 3 – немного не согласен, 4 – ни то, ни другое, 5 – немного согласен, 6 – согласен, 7 – абсолютно согласен
1. Открытого, полного энтузиазма	1 2 3 4 5 6 7
2. Критичного, склонного спорить	1 2 3 4 5 6 7
3. Надежного и дисциплинированного	1 2 3 4 5 6 7
4. Тревожного, меня легко расстроить	1 2 3 4 5 6 7
5. Открытого для нового опыта, сложного	1 2 3 4 5 6 7
6. Замкнутого, тихого	1 2 3 4 5 6 7
7. Сочувствующего, сердечного	1 2 3 4 5 6 7
8. Неорганизованного, беспечного	1 2 3 4 5 6 7
9. Спокойного, эмоционально устойчивого	1 2 3 4 5 6 7
10. Обыкновенного, не творческого	1 2 3 4 5 6 7