

УДК 811.161.2'27:17.023.32

## СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ ВИМІРИ КОНЦЕПТУ НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У ФРЕЙМІ УКРАЇНСЬКОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Петрів Х. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

*У статті проаналізовано результати соціолінгвістичного дослідження, проведеного з метою визначення валідності основних маркерів національної ідентичності, зокрема й мови, в оцінці сучасних українців.*

**Ключові слова:** національна ідентичність, маркер, критерій, соціолінгвістичне опитування, респондент.

*Петрив Х. В. Социолингвистические измерения концепта НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ во фрейме украинской реальности. В статье проанализированы результаты социолингвистического исследования, проведенного с целью определения валидности основных маркеров национальной идентичности, в частности и языка, в оценке современных украинцев.*

**Ключевые слова:** национальная идентичность, маркер, критерий, социолингвистический опрос, респондент.

*Petriv Kh. V. The sociolinguistic aspects of the concept NATIONAL IDENTITY in the frame of the Ukrainian reality. The article analyzes the results of a sociolinguistic study conducted to determine the validity of the main markers of national identity, in particular, language, in the assessment of modern Ukrainians.*

**Key words:** national identity, marker, criterion, sociolinguistic survey, respondent.

**Постановка проблеми та обґрунтування актуальності її розгляду.** У свідомості українців національна ідентичність нині перебуває на етапі формування, що зумовлено складним соціально-економічним і політичним станом країни, а також прагненням України до євроінтеграції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання національної ідентичності постає центральним для зарубіжних та українських учених: лінгвістів, філософів, соціологів і психологів (Т. Кузьо, О. Степико, Е. Геллер, Дж. Джозеф, Е. Сміт та ін.). Однак проблема валідності різних критеріїв ідентичності для представників української нації досі не є достатньо вивченою.

Актуальність запропонованої розвідки зумовлена потребою ефективної моделі збереження національної ідентичності, зокрема в аспекті чинника мовної ідентифікації, що руйнується під тиском глобалізаційних тенденцій.

**Мета статті** – з'ясувати національні ідентичності, що об'єктивуються українським сьогоденням, і визначити валідність чинника національної мови.

**Завдання статті** – проаналізувати сучасні підходи до оцінки чинників національної ідентичності, зокрема й національної мови; розробити анкети для проведення соціолінгвістичного опитування; дібрати коло респондентів різної вікової категорії та представників різних регіонів України; отримані результати проаналізувати й укласти діаграми, що репрезентують відсоткове співвідношення оцінки різних критеріїв ідентичності.

Новизна дослідження полягає в тому, що в статті на основі оцінок пересічних українців здійснено спробу аналізу різних чинників ідентичності на сучасному етапі з огляду на євроінтеграційний контекст.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні нації, як правило, є поліетнічними. Історичний процес засвідчує, що етнічні спільноти на певному етапі політизації можуть створювати націю як поліетнічну єдність. В основі такого процесу лежать прагнення до політичного самовизначення й суверенітету, конституювання через інститут держави, спільні для цілої групи етносів, які проживають на певній території. Отже, субстратом нації є етнічна спільнота, а ідентитетом – політичні й громадянські цінності. Е. Геднер визнає поліетнічність націй, підкреслюючи, що націоналізм є теорією політичної легітимності, згідно з якою етнічні кордони не повинні перетинати кордони політичні [4, 366].

Цей підхід, у якому розмежовуються національна й етнічна ідентичності, забезпечується відповідною ієрархією ідентитетів. Так, Д. Міллер виділяє п'ять найважливіших аспектів визначення ідентитетів національної ідентичності: 1) людські переконання: нація існує доти, доки її члени визнають один одного як співвітчизників, визнають, що їхні спільні характеристики схожі, і спільно прагнуть продовжувати спільне співіснування; 2) спільне історичне минуле (причому не лише переможні моменти, а й спільні поразки), спільні обов'язки та уявлення про спільне майбутнє; 3) спільні дії (рішення, досягнення результатів), тобто дійова ідентичність; 4) постійне проживання в одній країні (батьківщина, держава); 5) спільні характеристики, які об'єднують поняттям «національний характер» і які Д. Міллер називає загальнонародною культурою. Спільна культура, на його думку, включає соціальні норми, релігійні переконання чи прагнення до чистоти національної мови [4, 366].

Дослідження проблеми національної ідентичності потребує не лише її теоретичного аналізу, а й вивчення ставлення представників нації до різних критеріїв, які ідентифікують націю. Надалі це уможливило формування моделі ідентитетів нації, що особливо важливо для України на чинному етапі

розвитку. У процесі дослідження нами проведено анонімне соціолінгвістичне опитування, в якому респондентам запропоновано оцінити різні критерії національної ідентичності від 0 до 5 балів залежно від того, яку роль, на їхню думку, вони відіграють у формуванні нації. Серед критеріїв ідентичності були такі: людські переконання (члени нації визнають один одного як співвітчизників); спільне історичне минуле; спільні дії (рішення, досягнення результатів); постійне проживання в одній країні; спільна мова; спільна релігія; спільна економіка.

З метою проведення об'єктивного дослідження опитано 74 респонденти віком від 14 до 54 років чоловічої та жіночої статей, із яких 39,1% мали вищу чи неповну вищу освіту, решта здобули чи здобувають середню освіту. За територіальним критерієм респонденти представляли м. Київ, Львівську, Івано-Франківську, Рівненську, Житомирську, Чернігівську, Вінницьку, Кіровоградську, Запорізьку, Луганську, Полтавську, Черкаську, Хмельницьку області, а також серед опитаних було троє осіб, що народилися або мешкають поза межами України, але вважають себе українцями. Українська є рідною мовою для 87,8% опитаних, 12,2% респондентів вважають рідною російську.

**Людські переконання** як основний критерій у формуванні нації найвище оцінили 41,9% опитаних. Щоб мати сформовану національну ідентичність, члени нації мають визнавати один одного як співвітчизників. Вагоме значення цей чинник має й для 48,6%, які оцінили його трьома й чотирма балами. Найменший бал цей критерій отримав від 4,1% осіб, які визнали, що цей критерій не заслуговує на увагу (рис. 1).

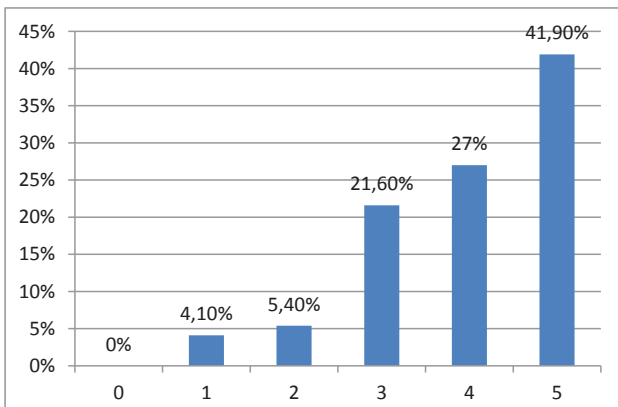


Рис. 1. Оцінювання респондентами критерію «людські переконання»

Оцінювання **спільного історичного минулого** як маркера ідентичності доволі неоднозначне, адже майже рівна кількість респондентів оцінили цю рису трьома (27%), чотирма (28,4%) і п'ятьма (33,8%) балами, що залишає цей фактор одним із найбільш суперечливих. До того ж спостереження за віком респондентів у цьому випадку ситуації не прояснює. Однак достатньо високий рівень оцінки спільного історичного минулого дає змогу стверджувати, що для більшості опитаних спільність обов'язків та уявлень про спільне майбутнє є передумовою формування національної ідентичності (рис. 2). Зауважимо, що Л. Герасименко вважає історичну пам'ять стриж-

нем, на якому тримається й мова, і культура, і духовність, і, зрештою, національна свідомість – ті фундаментальні цінності, які консолідують народ. Отже, історична пам'ять у широкому розумінні – це своєрідний «пантеон національної ідентичності» [2, 120].

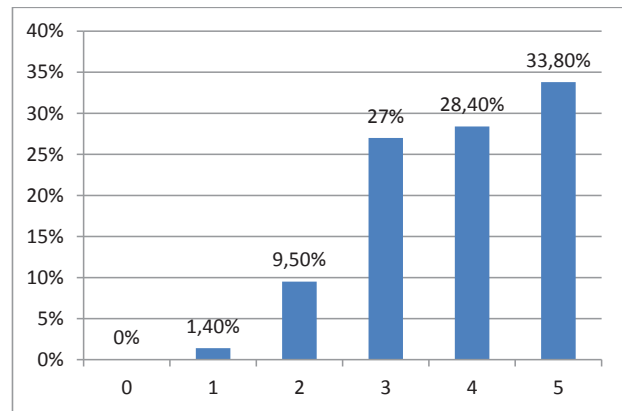


Рис. 2. Оцінювання респондентами критерію «спільне історичне минуле»

Кількісно подібною є оцінювання **спільних дій** у формуванні національної ідентичності. Серед опитаних респондентів 33,8% виставили цьому критерію 5 балів, 32,4% – 4 бали, 24,3% – 3 бали. Двоє респондентів вважають, що цей критерій не має жодного значення в контексті національної ідентичності, оцінивши його нулем. У соціології цей критерій є одним із важливих, оскільки дієва ідентичність – це та, що прагматично спрямована на досягнення мети соціального визнання, що й було підтверджено емпірично.

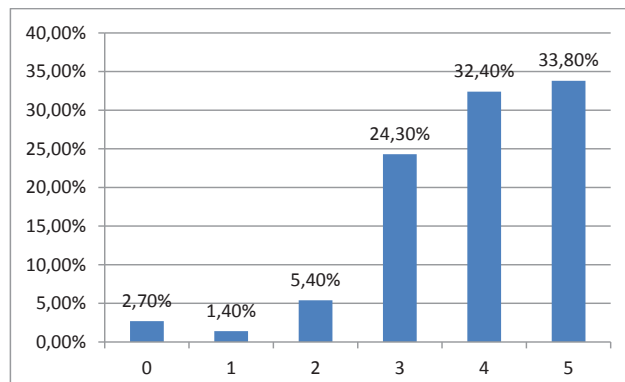


Рис. 3. Оцінювання респондентами критерію «спільні дії»

Ще один критерій, який, до речі, А. Сміт вважає провідним, – **постійне проживання в одній країні**. Однак більшість опитаних не вважають його таким, що безумовно формує національну ідентичність, оскільки 32,4% оцінили цей фактор трьома балами, решта думок респондентів кардинально різні: 13,5% осіб оцінюють його всього одним балом, а близько 19% опитаних – п'ятьма, що свідчить про неоднозначність і сумнів представників нації у важливості цього критерію (рис. 4). Цікаво, що в межах крос-національного опитування, проведеного Pew Research Center у 14 країнах у 2016 р., респондентам

запропонували оцінити схожий територіальний критерій – «місце народження особи». Усупереч риториці, люди, як правило, надають порівняно невелику вагу цьому факторові. Лише 33% європейців вважають, що, для того щоб уважати себе представником певної нації, дуже важливо народитися в цій країні. До того ж переважно представники старшого населення виділяють цей фактор із-поміж важливих, а молодші європейці не надають йому ніякого значення [9]. Отже, ставлення українців до цього чинника фактично збігається з тим, що репрезентують інші європейці: національна ідентичність мінімально співвідноситься з територіальним фактором.

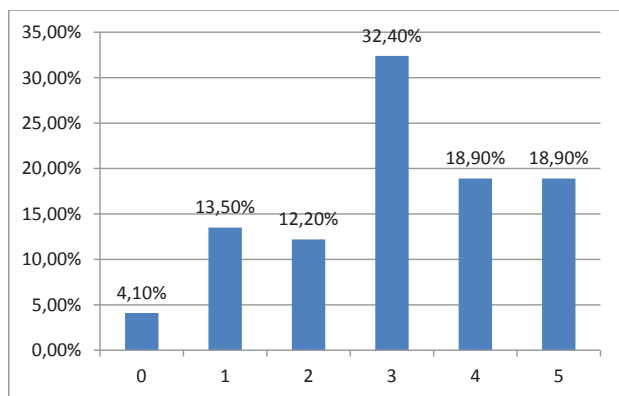


Рис. 4. Оцінювання респондентами критерію «постійне проживання в одній країні»

Думки суттєво розійшлися стосовно **єдиної релігії** як об'єднувального чинника, адже лише 13,5% опитаних надають їй вагомого значення й оцінюють п'ятьма балами. По 21,6% респондентів відзначили релігію двома і чотирма балами, 23% – трьома балами. Є й такі українці, які взагалі не надають релігії жодного значення у формуванні національної ідентичності, виставивши цьому факторові нуль балів (рис. 5). Спостереження за віком опитаних українців ситуації не пояснило, оскільки оцінка релігійного фактора була кардинально різною в представників однієї вікової категорії. Наприклад, відповіді респондентів, вік яких більший за 40 років, розділилися навпіл: одна половина оцінила релігію одним балом, а інша – чотирма чи п'ятьма. Отже, спільність релігії, за результатами проведеного опитування, відіграє мінімальну роль у становленні національної ідентичності. Згідно з дослідженнями TNS MMI, близько 56% українців (станом на 2016 р.) вважають себе віруючими, що на 3% більше, аніж роки тому. Найвищий відсоток віруючих у західних областях України. У всіх регіонах частка православних, які зараховують себе до Київського Патріархату, значно вища за тих, що належать до Московського Патріархату. Найбільш високі показники в Московського Патріархату на півдні України – 36% [6]. Однак оцінка важливості релігії у формуванні ідентичності й регіональний чинник не є взаємозалежними. Громадяни зі Львова, які за дослідженням TNS MMI є найбільш віруючими, оцінюють релігію як чинник ідентичності всього лиш нулем, тоді як більшість киян – трьома-чотирма балами. Іноземне дослідження, про-

ведене Pew Research Center серед європейців, також не дає однозначної відповіді на це питання. Мешканці різних європейських держав дали контрастні оцінки релігійному факторові як маркеру ідентичності: у Греції, наприклад, 54% респондентів вважають, що лише християни можуть бути справжніми греками, а ось у Швеції та Іспанії 57% мислять абсолютно протилежно, не надаючи релігії такого вирішального значення. Pew Research Center також зазначає, що віковий фактор тут відіграє роль: старше покоління більш схильне вбачати зв'язок між релігійністю й національною ідентичністю [5; 9].

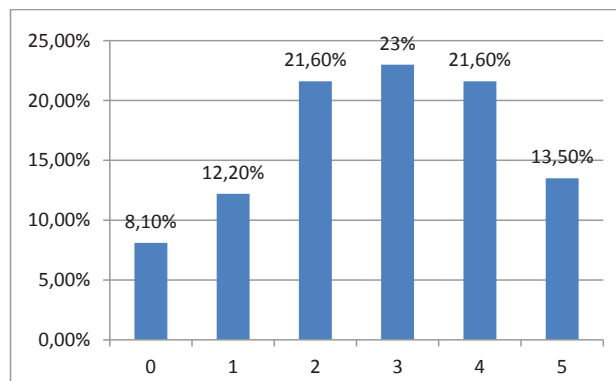


Рис. 5. Оцінювання респондентами критерію «спільна релігія»

Критерій **спільної економіки** також не здобув високої оцінки серед більшості респондентів: 39,2% оцінили його трьома балами, всього лиш близько 36% українців надають йому важливішого значення, оцінюючи найвищими балами (рис. 6). Економічна ідентичність породжена зазвичай мірою оцінки громадянином свого матеріального становища, задоволення ним, а також усвідомленням своєї тотожності з певною соціально-економічною групою. Припускаємо, що низький рейтинг України за індексом людського розвитку (84 місце України з-поміж інших країн світу), величезна кількість населення, що перебувають за межею бідності (близько 60%), а також порівняно невелика кількість людей-представників середнього класу пояснюють середню оцінку українцями цього критерію, адже більшість респондентів, що вважають себе українцями, не ідентифікують себе з іншими представниками нації за цим фактором [1].

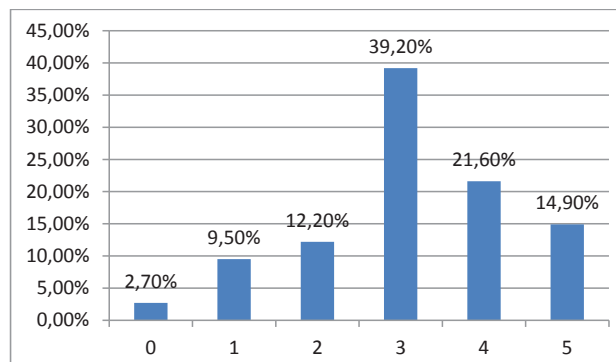


Рис. 6. Оцінювання респондентами критерію «спільна економіка»

**Стосовно мовного критерію опитування дало такі результати:** майже половина (48,6%) усіх опитаних українців оцінюють мову як визначальний фактор, адже виставляють найвищий бал цьому критерію. Переконаність у баченні мови маркером національного самовизначення демонструють 28,4% респондентів, які оцінили мову чотирма балами.

Мінімальну роль (1 бал) мови в конструюванні нації вбачають лише 1,4% осіб – 17-річна російськомовна мешканка Києва. Два бали виставили 6,8% людей: усі вони не мають вищої освіти (школярі 14–16 років), хоча рідною мовою вважають саме українську (рис. 7). Незважаючи на кілька негативних оцінок, половина позитивних відгуків дає змогу вважати, що мова однозначно є визначальним фактором національної ідентичності й навіть основою формування нації. Доречно згадати, що жоден інший критерій не був оцінений найвищим балом такою кількістю людей (48,6%), більше того, цей критерій не отримав оцінки «0» від жодного респондента, що є надзвичайно промовистим фактом, адже вкотре підтверджує, що мова є об'єднавчим чинником нації. Цікаво, що за результатами опитування, репрезентованого в збірнику «Соціолінгвістичний моніторинг мовою статистики» 2006 р., 41% опитаних уважали, що українську мову варто вивчати для того, щоб відчувати національну ідентичність. На кілька відсотків більше респондентів пояснили мету досконалого володіння українською мовою по-іншому: щоб бути по-європейськи освіченою, культурною людиною [8, 50].

Відповідно до результатів Pew Research Center, європейські респонденти також надають особливого значення мові як чиннику формування нації. Більшість із них указує, що для того, аби вважатися справжнім представником нації, потрібно розмовляти мовою тієї нації. Найсильніше зв'язок між мовою та ідентичністю в європейських країнах відчуває старше покоління. Наприклад, у Швеції вміння говорити офіційною мовою є суттєво важливішим для людей у віці від 50 років, аніж для покоління 18–34 років, відсоткова різниця становить 23% [9].

Наше опитування показало, що практично всі респонденти віком від 30 років оцінюють роль мови як чинника формування нації найвищим балом, лише частина молодшого покоління надає мові меншої вартості.

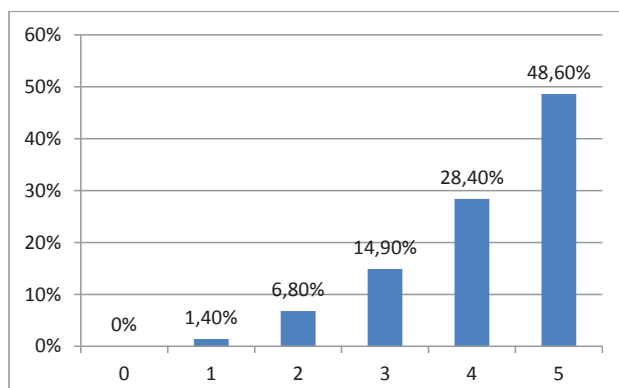


Рис. 7. Оцінювання респондентами критерію «спільна мова»

Проведене опитування дає нам змогу слідом за А. Смітом створити власну схему маркерів національної ідентичності у спадній послідовності – від найважливішого чинника до найменш важливого.

1. Спільна мова.
2. Людські переконання: члени нації визнають один одного співвітчизниками.
3. Спільне історичне минуле.
4. Спільні дії (рішення, досягнення результатів).
5. Постійне проживання в одній країні.
6. Спільна релігія.
7. Спільна економіка.

Варто звернути особливу увагу на те, що проблема ідентичності нині тісно пов'язана з процесами глобалізації, зокрема активний пошук власної ідентичності є побічним ефектом розгортання процесу глобалізації, який є водночас чинником як об'єднання, так і диференціації. Явище глобалізації породило й універсалізацію, й артикуляцію, що є характерним, зокрема, і для України.

Р. Демчук зауважила, що ідентичність «упорядковує внутрішній світ людини, перетворює хаос на лад, вносячи у нього сенс <...> При конституюванні національної ідентичності когнітивний компонент так само стає провідним разом із афектним – оцінкою значущості від перебування у даній спільноті» [3]. Безумовно, вагомою для кожної людини є належність до країни, яку у світі поважають. Р. Демчук пише, що основним критерієм національної ідентичності є не мова, не проживання людей на спільній території, а здатність усвідомлювати себе українцем. Дослідниця зауважила, що багато російськомовних українців також мають розвинену національну свідомість і відстоюють інтереси України, при цьому мова зовсім не заважає їм. Зрештою, вона вважає, що національна ідентичність – це соціокультурна ідентичність, яка об'єднує людей не лише діахронно, а й синхронно, не зумовлена традицією, а й виступає інновацією.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Отже, проведене дослідження дало змогу простежити, що серед критеріїв ідентичності вчені виділяють людські переконання, спільне історичне минуле, спільні дії, постійне проживання в одній країні та спільні характеристики. На основі перерахованих вище критеріїв укладено анкету, дібрано коло респондентів і проведено опитування, яке дало змогу зробити висновок, що мова, людські переконання та спільне історичне минуле відіграють інтегральну роль у формуванні національного світогляду й національної ідентичності. Нація, що не має своєї мови, не має також і своєї духовної самостійності, а тому цілком справедливо говорити про мову як про націєтворчий фактор. Мова духовно обрамлює націю, оберігаючи її від асиміляції, тому ми вважаємо цей фактор визначальним у формуванні мовної особистості та ключовим у творенні національної ідентичності, про що свідчать результати опитування, подані в діаграмах. Критерії людських переконань і спільного історичного минулого тісно пов'язані з поняттям «національна пам'ять», яка є основою самоідентифікації й об'єднання людей у єдину націю.



Найменш суттєву роль для формування ідентичності відіграють економічний і релігійний критерії, оскільки більшість респондентів не вбачають зв'язку між цими критеріями та нацією загалом.

У перспективі дослідження – вивчення концепту НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ на матеріалі публіцистики О. Пахльовської та проекція отриманих результатів на її твори.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. В Україні за межею бідності перебувають близько 60% населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tsn.ua/ukrayina/v-ukrayini-za-mezheyu-bidnosti-perebuvaют-blizko-60-naselennya-oon-905400.html>.
2. Герасименко Л. С. Історична пам'ять в Україні: сучасний стан та виклики майбутнього [Електронний ресурс] / Л. С. Герасименко. – Режим доступу : <http://www.stationline.org.ua/histori/107/20133-istorichna-pam-yat-v-ukra%D1%97ni-suchasnij-stan-ta-vikliki-majbutnogo.html>.
3. Демчук Р. Українська ментальність у репрезентативних міфологемах [Електронний ресурс] / Руслана Демчук – Режим доступу : [http://mentalist-2016.blogspot.com/p/blog-page\\_78.html](http://mentalist-2016.blogspot.com/p/blog-page_78.html).
4. Енциклопедія етнокulturознавства / ред. Ю. Римаренко, В. Чернець та ін. – К. : Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2001. – Ч. 1. – Кн. 2. – 522 с.
5. Мова: наріжний камінь ідентичності нації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zbruc.eu/node/61909>.
6. Нове дослідження: в Україні 60% прихильників УПЦ КП та 24% УПЦ (МП) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.religion.in.ua/news/vazhivo/33672-nove-doslidzhennya-v-ukrayini-60-prixilnikiv-upc-kp-ta-24-upc-mp.html>.
7. Сміт Е. Національна ідентичність / Ентоні Сміт; пер. з англ. П. Тарашука. – К. : Основи, 1994. – 224 с.
8. Соціолінгвістичний моніторинг мовою статистики : [збірник матеріалів / за ред. А. Пономаренко]. – К. : НДІУ, 2006. – 96 с.
9. What it makes truly be 'one of us' [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.pewglobal.org/2017/02/01/language-the-cornerstone-of-national-identity/>.