

СООТНОШЕНИЕ ПАРАМЕТРИЧЕСКОЙ И КАТЕГОРИАЛЬНОЙ СТРУКТУР СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Микляева А.В.¹, Румянцева П.В.¹

¹ФГБОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Россия (191186, Санкт-Петербург, набережная реки Мойки, д.48), e-mail: polinarum@gmail.com

В статье рассмотрены два вида структурных элементов социальной идентичности личности: параметрические (не связанные напрямую с содержанием процесса социальной категоризации) и категориальные (опосредованные характеристиками групп, принадлежность к которым осознается личностью в ходе социальной идентификации). Для проведения эмпирического исследования была разработана авторская анкета, вопросы которой отражают как параметрические, так и категориальные структурные элементы социальной идентичности. Результаты факторного анализа показали, что структура социальной идентичности представлена как параметрическими, так и категориальными составляющими. Параметрические компоненты включают в себя оценку включенности в социальные группы и общественную оценку этих групп. Наиболее значимыми категориями социальной идентификации для современной российской молодежи являются этническая и национальная принадлежность, вероисповедание, принадлежность к определенной профессиональной группе, а также место жительства. В качестве центрального, системообразующего, компонента социальной идентичности выступает параметр оценки включенности в социальные группы, имеющий отношение к самооценке человеком своего группового статуса и успешности реализации предписываемых членством в группе социальных ролей.

Ключевые слова: социальная идентичность; гендерная, возрастная, этническая, национальная, социально-экономическая, религиозная, городская и профессиональная идентичности

RELATIONS BETWEEN PARAMETRIC AND CATEGORIAL STRUCTURES OF SOCIAL IDENTITY: EMPIRICAL RESEARCH RESULTS

Miklyaeva A.V.¹, Rumyantseva P.V.¹

¹Herzen State Pedagogical University of Russia, St. Petersburg, Russia (191186, Moika emb., 48, St. Petersburg, Russia), e-mail: polinarum@gmail.com

The article represents two types of social identity structure components: parametric (not connected directly to the content of social categorization process) and categorial (depending on the groups membership that is realized by a person). For the purposes of empirical study a questionnaire had been developed, the items included both parametric and categorial social identity structural components. The factor analysis results have shown that social identity structure includes parametric as well as categorial components. Parametric components are group membership evaluation and perceived social evaluation of one's groups. The most important social identification categories for modern Russian youth are ethnicity and nationality, religion affiliation, some professional group membership, and also a place of residence. The most central and basic social identity component is group membership evaluation that refers to one's evaluation of his or her in-group position and success in carrying out social roles determined by a certain social group membership.

Keywords: social identity, gender, age, ethnic, national, social-economic, religious, city and professional identity.

По сложившейся в психологии за последние десятилетия традиции, под социальной идентичностью понимается осознание и переживание человеком собственной принадлежности к различным социальным группам [2, 5]. В современных исследованиях прослеживается тенденция рассматривать социальную идентичность как многокомпонентный конструкт, имеющий сложную структуру. Анализ научной литературы позволяет говорить о сложившейся традиции выделять два вида структурных элементов социальной идентичности личности: параметрических и категориальных.

С одной стороны, структура социальной идентичности может описываться через формальные параметры, не имеющие непосредственного отношения к содержанию процесса социальной категоризации. В частности, ряд исследователей предлагают выделять в социальной идентичности когнитивный, эмоциональный и оценочный компоненты [4]. Jackson (2002) в структуру когнитивного компонента отдельно включает достигнутый уровень само-категоризации, деперсонализации и метаконтраста [6]. В модели, предложенной Luhtanen R., Crocker J. A (1992), выделяется четыре параметра социальной идентичности: оценка включенности в группы, личная оценка групп (степень референтности группы для индивида), общественная оценка групп, оценка идентификации с группами (значимость группы в структуре Я-образа) [7].

С другой стороны, описание структуры социальной идентичности связано с акцентированием содержательных оснований для социальной категоризации, то есть структура социальной идентичности описывается через характеристики основных групп, в которые человек включается в ходе своей жизнедеятельности, и принадлежность к которым он осознает. В этом случае в содержании социальной идентичности выделяется гендерный, возрастной, профессиональный, этнический, национальный, религиозный и другие компоненты [1, 8].

На наш взгляд, актуальной задачей современного этапа изучения социальной идентичности является рассмотрение вопроса о возможном соотношении категориальных и параметрических структурных элементов данного феномена. Именно этим и определяется **цель** проведенного исследования.

Метод и материалы

В качестве основы для разработки эмпирического инструментария была использована упоминавшаяся выше теоретическая модель Luhtanen R., Crocker J. A (1992). Четыре параметра социальной идентичности, предлагаемые авторами, были раскрыты нами в восьми содержательных категориях: гендерной, профессиональной, возрастной, этнической, социально-экономической, религиозной, национальной, сельско-городской. Таким образом была составлена анкета, состоящая из 64 утверждений, степень своего согласия или несогласия с которыми респондентам предлагалось оценить по семи-балльной шкале от 1 (полностью не согласен) до 7 (полностью согласен). Выборку эмпирического исследования составили 214 человек, студентов РГПУ им. А. И. Герцена, в возрасте от 17 до 30 лет (среднее 18,6), 167 женщин и 47 мужчин. Участие в исследовании было добровольным, студенты получали за него дополнительные баллы в рамках изучения курсов общей и социальной психологии. Статистическая обработка проводилась при помощи пакета программ SPSS.

Результаты и их обсуждение

Для определения эмпирической структуры социальной идентичности полученные в исследовании ответы на вопросы анкеты были подвергнуты факторизации. Факторная структура оценивалась с помощью эксплораторного факторного анализа (метод главных компонент, прямоугольное вращение). Всего было выделено 6 факторов, объясняющих в сумме 54,8 % дисперсии. Для дальнейшей интерпретации были отобраны пункты анкеты, имеющие относительно высокие нагрузки на факторы (выше 0,4). Полученные результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Факторная структура ответов испытуемых на вопросы анкеты

	М	SD	нагруз- ка	Объясн енная диспер сия (%)
Фактор 1. Оценка включенности в социальные группы				12,15
2. Я чувствую, что могу внести большой вклад в развитие своей профессии	4,68	1,49	0,65	
9. Думаю, что я достойный представитель своей профессии	4,67	1,52	0,64	
21. Я чувствую, что могу быть полезным своим согражданам	4,90	1,45	0,73	
27. Заниматься своей профессией для меня многое значит	5,01	1,68	0,52	
29. Я чувствую, что являюсь образцовым жителем своего города	4,49	1,60	0,56	
48. Я чувствую, что могу быть полезным своему народу	4,51	1,60	0,71	
55. Вряд ли я являюсь хорошим гражданином своей страны	2,75	1,34	-0,61	
57. Я чувствую, что могу быть полезным своим сверстникам	5,14	1,66	0,56	
Фактор 2. Общественная оценка групп				9,39
6. Большинство людей не видят пользы в моей вере и ее приверженцах	3,34	1,55	-0,47	
10. Мне часто стыдно называть свою национальность	1,48	1,19	-0,52	
26. В основном, в обществе мужчины/женщины пользуются большим уважением	4,58	1,43	0,47	
30. Часто я стыжусь называть страну, откуда я родом	1,59	1,18	-0,42	
35. Я горжусь тем, что являюсь мужчиной/женщиной	5,84	1,39	0,51	
42. Мужчины/женщины не ценятся большинством людей	2,89	1,75	-0,48	
58. Представители других национальностей уважительно относятся к моему народу	4,10	1,41	0,41	
61. В целом, другие не видят пользы в людях, живущих в моей стране	3,23	1,66	-0,52	
Фактор 3. Религиозная идентичность				9,72
14. Моя религия является значимой частью моей личности	3,71	2,02	0,72	

19. Я достойный представитель своего вероисповедания	3,64	1,63	0,55	
31. Я многое могу дать людям, которые придерживаются одинаковых со мной религиозных взглядов	3,23	1,76	0,71	
50.В обществе уважают вероисповедание, которого я придерживаюсь	4,73	1,61	0,42	
54. Мои религиозные убеждения находят отражение в том, как я выгляжу и как обычно себя веду	2,75	1,79	0,60	
60. Для меня не важно, какой вере я принадлежу	3,57	2,18	-0,44	
Фактор 4. Этнически-национальная идентичность				8,78
4.Принадлежность к своему народу значит для меня многое	5,36	1,66	0,49	
22. Моя национальность полностью отражает меня как личность	4,01	1,79	0,52	
25.В целом, для меня не важно, кем по национальности я являюсь	4,13	2,09	-0,68	
40. Для меня очень важно жить именно в этой стране	4,25	2,02	0,43	
63. Для моей самооценки не имеет значение, из какой страны я родом	4,86	1,92	-0,58	
Фактор 5. Городская идентичность				7,80
8.Город, в котором я живу, очень сильно влияет на мое отношение к себе	4,90	1,77	0,61	
23. Для меня очень важно быть жителем именно моего города	4,59	2,15	0,54	
44. Мои личностные особенности тесно связаны с тем, что я живу именно в этом городе	4,29	1,84	0,64	
Фактор 6. Профессиональная идентичность				6,34
18.Мне часто стыдно называть свою профессию другим	2,37	1,79	-0,57	
52.Выбранный мною род деятельности полностью соотносится с моим видением себя как личности	4,66	1,79	0,54	
59. Моя профессия составляет важную часть моего имиджа	3,72	1,78	0,51	
62. В основном, общество уважительно относится к людям моей профессии	5,08	1,37	0,42	

Результаты факторного анализа показали, что структура социальной идентичности представлена как параметрическими, так и категориальными составляющими. Параметрические компоненты включают в себя оценку включенности в социальные группы и общественную оценку этих групп. Наиболее значимыми категориями социальной идентификации для современной российской молодежи являются этническая и национальная принадлежность, вероисповедание, принадлежность к определенной профессиональной группе, а также место жительства. Интересно отметить, что этническая и национальная идентичность объединились у респондентов в одном факторе, то есть осознание принадлежности к определенному народу оказывается тесно связанным с ощущением своей причастности к определенной территориально-государственной общности. Данный факт подтверждает тенденции, обнаруженные нами в предыдущих исследованиях [1]. Как показали результаты факторного анализа, гендерная и возрастная идентичность не

образовали отдельные компоненты социальной идентичности участников опроса, несмотря на неоднократно показанную в литературе значимость данных факторов в процессе социальной перцепции и психологического самочувствия личности в целом [8]. На наш взгляд, это связано с тем, что принадлежность к определенной гендерной и возрастной группе воспринимается респондентами, скорее, в качестве абсолютно неизменных, примордиальных характеристик, а не как основание для социальной категоризации.

Для уточнения структурных взаимосвязей компонентов социальной идентичности был проведен корреляционный анализ переменных, представляющий собой алгебраические суммы ответов испытуемых по выделенным факторам. Результаты представлены на рис. 1.

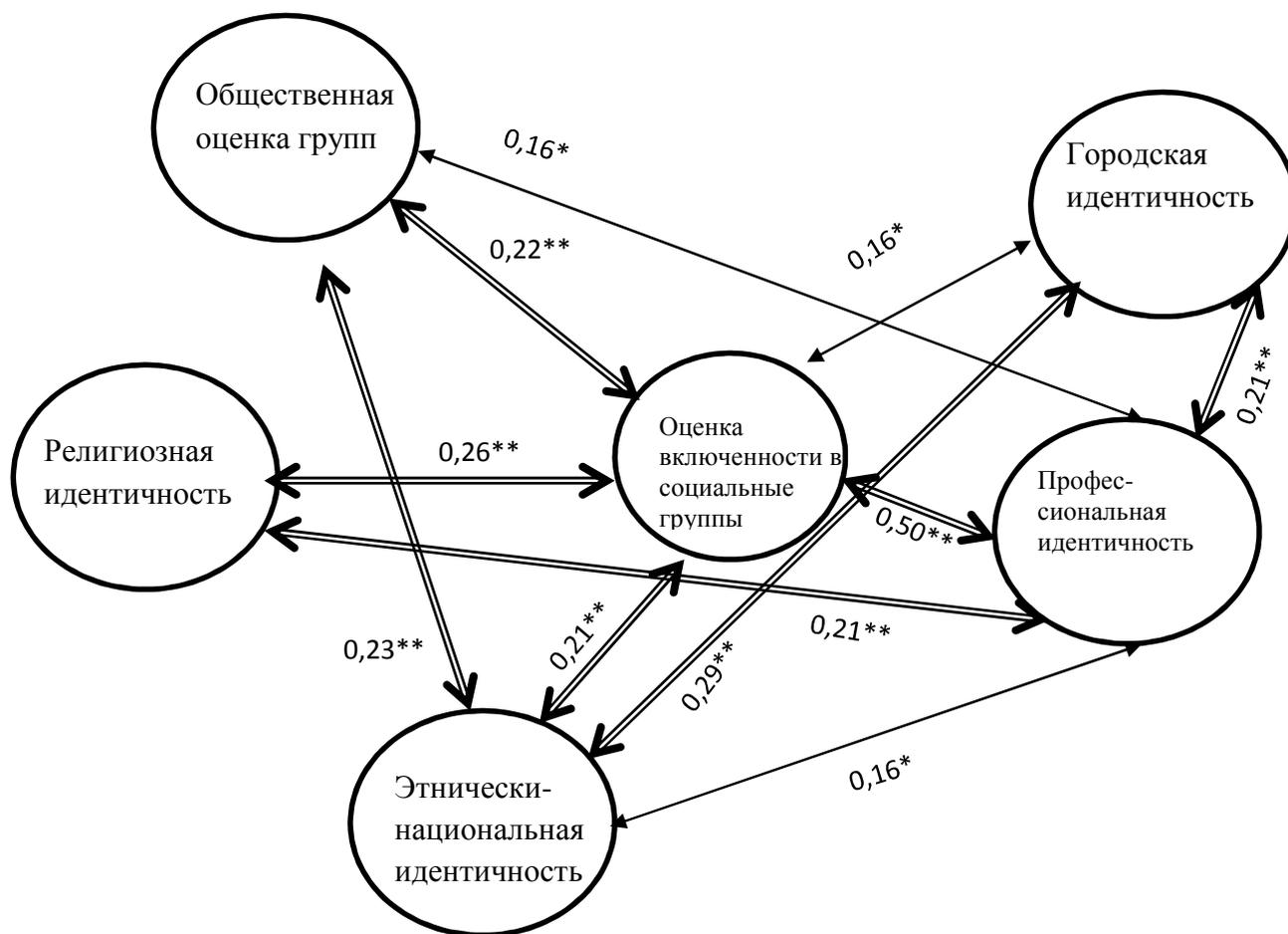


Рис. 1. Корреляционная плеяда, демонстрирующая значимые взаимосвязи между структурными элементами социальной идентичности

Можно отметить наличие значимых корреляционных связей между всеми выделенными структурными элементами социальной идентичности, как категориальными, так и параметрическими. В качестве системообразующего фактора выступает параметр оценки включенности в социальные группы, имеющий отношение к самооценке человеком своего группового статуса и успешности реализации предписываемых членством в группе социальных ролей.

Для определения специфики характеристик социальной идентичности студентов в зависимости от их осознания принадлежности к определенным социальным группам был проведен статистический анализ значимости различий средних значений факторов в подгруппах, выделенных на основании данных анкетного опроса (использовался t-критерий Стьюдента).

По признаку этнической идентичности общая выборка была разделена на две группы: студенты, считающие себя русскими, то есть принадлежащими к этническому большинству (186 человек), и представители разнообразных этнических меньшинств (28 человек). Оказалось, что значимые различия между этими подгруппами респондентов находятся в сфере религиозной идентичности: представители группы этнического большинства демонстрируют менее высокий уровень сформированности религиозной идентичности ($M=21,34$, $\delta = 5,72$), чем студенты, принадлежащие к этническим меньшинствам ($M=23,71$, $\delta = 5,26$; $t = -2,069$, $p \leq 0,05$). На наш взгляд, данный факт может быть связан с тем, что вероисповедание часто рассматривается в качестве одного из важнейших этнодифференцирующих признаков. Кроме того, принято считать, что члены социальных групп большинства часто меньше задумываются над своим групповым членством, чем члены групп меньшинства, обычно обладающие в обществе более низким статусом [8].

В анкетный опрос был включен пункт, касающийся профессиональных планов респондентов. В зависимости от полученных ответов студенты были разделены на две группы: тех, кто собирается работать по получаемой в ВУЗе специальности, и тех, кто собирается профессионально реализовываться в иной сфере. Как оказалось, это достаточно значимый параметр, обнаруживающий взаимосвязь с несколькими структурными элементами социальной идентичности. На наш взгляд, это может быть обусловлено тем, что студенчество – это важнейший этап профессиональной социализации личности, именно в этот период происходит специализация профессиональных предпочтений и осуществляется реализация первого профессионального решения [3]. Оказалось, что собирающиеся работать по специальности студенты, в целом, более позитивно оценивают свою социальную идентичность и себя как достойного члена разнообразных социальных групп (среднее по фактору «Оценка включенности в социальные группы» составила 31,75, $\delta = 7,30$; в подвыборке несобирающихся работать по специальности этот показатель равен 27,98, $\delta = 9,34$; $t = 3,20$, $p \leq 0,01$). Также у собирающихся работать по специальности студентов значимо выше показатели этнически-национальной ($t = 2,35$, $p \leq 0,05$) и религиозной идентичности ($t = 6,91$, $p \leq 0,001$). На наш взгляд, последний результат может быть связан со спецификой сферы профессионального обучения студентов. Опрос проводился в педагогическом ВУЗе, профессия педагога относится к так называемым

«помогающим», в ней традиционно подчеркиваются общечеловеческие и гуманистические ценности, которые занимают важное место во всех основных религиозных учениях.

Религиозная принадлежность респондентов фиксировалась по ответу на вопрос анкеты «Определяете ли Вы свою религиозную принадлежность? Если да, то каким образом?». В соответствии с полученными результатами было сформировано две подгруппы: верующих (N = 138) и неверующих студентов (N = 76). Сравнительный анализ показал наличие значимых различий характеристик социальной идентичности по целому ряду параметров. Верующие студенты позитивнее воспринимают оценку своих групп членства со стороны социального окружения ($t = 2,31, p \leq 0,05$), большую сформированность этнически национальной ($t = 3,67, p \leq 0,001$) и профессиональной идентичности ($t = 2,38, p \leq 0,05$), показатели по фактору религиозной идентичности у них также закономерно выше, чем у неверующих сверстников ($t = 3,77, p \leq 0,001$).

Наконец, участники опроса были разделены на подгруппы еще по одному параметру, связанному с их местом жительства. В выборке оказалось 100 «коренных петербуржцев» и 114 студентов, приехавших учиться в Санкт-Петербург из других городов и регионов. Проведенный сравнительный анализ показал, что показатели городской идентичности значимо выше у «коренных петербуржцев» ($t = 2,83, p \leq 0,01$). На наш взгляд, это может быть объяснено тем, что приезжие студенты находятся в состоянии активного формирования новой городской идентичности, поскольку изменившаяся социальная ситуация объективно требует перестройки ее содержания.

Заключение

Таким образом, проведенное нами исследование позволяет говорить об одновременном наличии в структуре социальной идентичности личности как параметрических, так и категориальных элементов, находящихся друг с другом в тесной взаимосвязи. В качестве центрального, системообразующего, компонента социальной идентичности выступает параметр оценки включенности в социальные группы, имеющий отношение к самооценке человеком своего группового статуса и успешности реализации предписываемых членством в группе социальных ролей. На наш взгляд, этот факт подтверждает сложившиеся в науке представления о значимости эмоциональной составляющей социальной идентичности, ее роли в поддержании психологического благополучия личности в целом. В качестве перспектив проведенного исследования необходимо отметить, в первую очередь, возможность разработки опросника структуры социальной идентичности личности на основании предложенной анкеты.

Список литературы

1. Микляева А. В., Румянцева П. В. Центральные и периферические компоненты в структуре социальной идентичности личности // Психологический журнал 2011. — Т. 32, № 5. — С. 36-45.
2. Павленко В.Н., Корж Н.Н. Трансформация социальной идентичности в посттоталитарном обществе. // Психологический журнал. – 1998. – Т. 19. - № 1. – С. 75 – 88.
3. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг: учеб. пособие. – М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та. – 2004.
4. Cameron, J. E. A three-factor model of social identity. // Self and Identity. – 2004. - № 3. – P. 239–262.
5. Hunter J. A. Inter-Group Evaluative Bias and Self-Esteem among Christians. // Current Research In Social Psychology. – 1998. – Vol. 3 (7). – P. 74 – 87.
6. Jackson, J. W. (2002). Intergroup attitudes as a function of different dimensions of group identification and perceived intergroup conflict. // Self and Identity. – 2002. - № 1. – P. 11–33.
7. Luhtanen R., Crocker J. A Collective Self-Esteem Scale: Self-Evaluation of One's Social Identity // Personality and Social Psychology Bulletin. – 1992. - № 18. – P. 302 – 318.
8. Turner K. L., Brown C. S. The Centrality of Gender and Ethnic Identities across Individuals and Contexts // Social Development. – 2007. - № 16. – P. 4 – 16.

Рецензенты:

Бардиер Г.Л., д.псих.н., доцент, профессор кафедры культурологии и общегуманитарных дисциплин ЧНОУ ВПО «Невский институт языка и культуры», г. Санкт-Петербург;

Дейнека О.С., д.псих.н., профессор, профессор кафедры политической психологии ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет», г. Санкт-Петербург.