

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ: ПРОБЛЕМА АНАЛИЗА

© 2004 г. Н. Л. Иванова

*Доктор психол. наук, доцент кафедры психологии
Ярославского государственного педагогического университета, Ярославль*

Анализируются результаты эмпирического исследования структуры социальной идентичности. В психологии пока не существует эффективной модели, отражающей иерархичность компонентов данного вида идентичности и особенностей их содержания и функционирования. В исследовании сделана попытка преодоления этих трудностей на основе представлений о социальной идентичности как целостном образовании. Проводится анализ структурных компонентов социальной идентичности, основанных на взаимосвязи когнитивных и ценностно-мотивационных особенностей личности.

Ключевые слова: социальная идентичность, теория социальной идентичности, самоидентификация, система конструкторов личности, ценности, мотивация.

В последнее время в отечественной и зарубежной психологии усилился интерес к проблеме социальной идентичности, что отражает реакцию науки на изменение социальных условий в обществе [1, 3, 6, 15 и др.]. Актуальность исследований в этой области обусловлена ситуацией в общественной и экономической жизни России, обострившей вопрос о механизмах построения социального мира, необходимости изучения сущности, психологической структуры и способов трансформации социальной идентичности в условиях нестабильности.

Социальная идентичность в определении А. Тэдшфела рассматривается как та часть индивидуальной Я-концепции, в которой заключение знаний индивида о его принадлежности к социальной группе или группам вместе с ценностными и эмоциональными ее проявлениями [27].

Социальная идентичность имеет сложную структуру, но вопрос о взаимовлиянии различных ее видов, иерархическом построении остается еще слабо изученным [13, 16]. Попытки создать упорядоченную модель идентичности показывают сложность и противоречивость этого вопроса [28, 30]. Существующие подходы не позволяют выйти за пределы эриксоновской классификации идентичности на личностную и социальную, отойти от выделения видов социальной идентичности только по принципу их соответствия реальным группам (профессиональным, этническим, семейным и др.), операционализировать предложенную Дж. Тернером иерархическую модель идентичности [3, 13 и др.].

В современном мире благодаря развитию системы коммуникаций происходит заметное увели-

чение субъективной причастности к различным реальным и виртуальным группам [1, 3, 17]. Поэтому изучение соподчиненности и противоречий в структуре социальной идентичности личности приобретает особую значимость [5, 6, 13 и др.]. Это важно для построения социально-психологических прогнозов, развития психотерапевтической практики, повышения эффективности подготовки специалистов для работы в новых социально-экономических условиях.

Несмотря на большое количество исследований социальной идентичности, пока еще мало известно о соотношениях различных видов идентификационных характеристик, взаимосвязях когнитивных, мотивационных и смысловых компонентов идентичности, их изменения под влиянием различных социальных условий. Во многих работах вообще не рассматривается социальная идентичность как некоторая целостность, являющаяся предметом специального изучения, а для анализа выделяются только отдельные ее виды, прослеживаются их признаки, способы конструирования, зависимость от социального контекста. Поэтому мы считаем необходимым специально проанализировать структуру социальной идентичности.

Существует много трудностей, связанных с ее изучением [13]. При анализе процесса самоидентификации, как правило, предполагается, что исследователю известно о социальной принадлежности испытуемых, на основе которой происходит приписывание критериев отнесения себя к той или иной общности. Поэтому возможно расхождение исследовательских и субъективных критериев, что снижает достоверность результатов и приводит к необоснованности выводов.

К социальной идентичности часто обращаются, подразумевая социологический смысл этого понятия, а именно – выраженность у респондентов социальной отнесенности к гражданским, политическим, этническим и другим общностям, без учета психологических причин и последствий процесса самоидентификации [6]. Мы попытались включить данную проблематику в рамки психологического анализа, рассмотреть отдельные компоненты социальной идентичности комплексно, в сочетании с другими личностными характеристиками.

Начало экспериментального анализа структуры социальной идентичности связано с теорией социальной идентичности (Тэдшфел, Тернер). Основная его задача была направлена на изучение многочисленных видов групповых принадлежностей и поисков ответа на вопрос: влияет ли принадлежность индивида к нескольким группам на уровень внутригруппового фаворитизма и межгрупповой дифференциации [27, 30].

Попытки структурировать разнообразные идентификационные характеристики делаются и в рамках других подходов. Например, структура социальной идентичности анализируется Дж. Мидом на основе соотношения отраженных точек зрения человека на свою социальную позицию и ее восприятия другими [5]; С. Струкером – через определение психологического веса интериоризированных ролей [26]; М. Ярумович – путем выделения черт идентичности, в которых человек описывает себя [24]; У. Дойз вслед за С. Московичи – через комплекс социальных представлений в структуре Я [21] и т.д.

Первым упорядочил различные виды идентичности Тернер, выдвинув гипотезу о существовании трех уровней самокатегоризации, которые рассматриваются им одновременно и в качестве уровней идентичности [28, 29]:

- суперординатный высший – определение себя как части широкой, подчиняющей практически все известные группы, общности;
- промежуточный (средний) – определение себя в терминах групповой принадлежности, например, профессиональной;
- субординатный, подчиненный – определение себя в индивидуальных, личностных качествах как уникального индивида.

В дальнейшем эта гипотеза проверялась в работах, которые в основном конкретизировали данные уровни [19, 20, 24 и др.].

В отечественной психологии экспериментальные исследования структуры идентичности проводились на примере профессиональной и этнической идентичности. Так, Т.Г. Стефаненко выделила следующие основные ее компоненты [13]: а) когнитивный (самоидентификация; понимание оснований этнической идентичности; определе-

ние содержания авто- и гетеростереотипов; представления о “дистанции” между своей и релевантными ей этническими группами); б) аффективный (чувство принадлежности к этнической общности; осознание внутригруппового фаворитизма, проявляющееся в этнических аттитюдах и направленности этнических стереотипов).

Теоретические разработки данной проблемы позволяют сказать, что социальная идентичность – сложно организованное образование: когнитивная ее составляющая взаимосвязана с мотивационными и ценностными особенностями личности (Тэдшфел, Эриксон, Фромм, Кул, Струкер, Брейкуэлл и др.).

В изучении мотивации идентификации мы придерживались устоявшихся в психологии положений и рассматривали ее как часть в более общей мотивационной структуре личности [10, 12]. Учитывая, что возможны различные виды и уровни идентификации, мы предположили, что они связаны с разными видами актуальных мотивов.

В социальной идентичности были выделены когнитивная (содержание), ценностная (смысловая) и мотивационная (побуждение) составляющие.

Опираясь на подход Тэдшфела [27], теорию личностных конструктов Келли [25], представления о сущности идентичности, развиваемые в социальной психологии [1, 2, 13], *социальную идентичность мы рассматриваем в качестве целостного динамического образования, выступающего как система ключевых социальных конструктов личности*. Она активно конструируется субъектом в процессе жизнедеятельности, в ходе социального взаимодействия и сравнения, является когнитивно-мотивационным основанием восприятия ценностей группы, а также определения допустимых границ поведения. Под конструированием, вслед за Г.М. Андреевой и Т.Г. Стефаненко, мы понимаем приведение информации о мире в систему, организацию этой информации в связанные структуры, способствующие постичь ее смысл.

Определение идентичности с опорой на понятие “социальный конструкт”, по нашему мнению, наиболее полно подчеркивает ее природу, происхождение в ходе социального взаимодействия и опыта. Социальные конструкты – это способы истолкования мира, его конструирования, фокус пригодности которых сосредоточен на социальных общностях. Принципиальный вопрос теории Келли касается переосмысления Я, интерпретации человеческого языка. Конструкт определяется “как симультанная констатация сходства и различия” [25 с. 9].

В теории Келли конструкт – центральный смыслообразующий компонент личности, имею-

щий когнитивно-аффективную природу и влияющий на ценностно-смысловую сферу, мышление и поведение. В соответствии с этим структура социальной идентичности должна включать в себя когнитивные элементы субъективной схемы (знание принадлежности к социальным общностям), мотивационные и ценностные компоненты, в которых проявляется единство активизирующего, оценочного, смыслового и регулирующего функционального значения идентичности.

Поскольку конструкт – базовая единица анализа, то логично предположить, что социальная идентичность образуется целостной, внутренне взаимосвязанной системой конструктов, главная задача которой – помочь субъекту избежать противоречий в прогнозировании [25]. Система конструктов может иметь различные проявления в зависимости от индивидуальных особенностей субъекта [4, 11, 14, 25].

Такой подход, по нашему мнению, позволяет продвинуться в понимании структуры социальной идентичности, поскольку учитывает включение в нее компонентов, обеспечивающих сохранение определенности и ориентацию человека в новых социальных условиях, а именно подструктуры а) базовых конструктов в идентификации себя на индивидуальном, субъектном и личностном уровнях; б) характеристик идентичности (когнитивной, ценностно-мотивационной и аффективной). Кроме того, этот подход дает большие возможности в сочетании номотетического и идеографического инструментария в исследовании идентичности. Как известно, идеографические методы ориентированы на описание личности как уникального феномена, что предполагает объяснение сложного целого, номотетические методы ориентированы на изучение общих законов, справедливых для любого частного случая, поэтому основные структуры и процессы раскрываются с помощью экспериментальных процедур.

Цель исследования: выявление основных структурных компонентов социальной идентичности. Первый шаг в ее достижении – конкретизация и операционализация понятия социальной идентичности как системы социальных конструктов. Последующий – проверка гипотезы: действительно ли структура социальной идентичности – это система компонентов, которые представляют собой единство когнитивных и ценностно-мотивационных особенностей личности.

Задачи исследования: выявить ключевые социальные конструкты испытуемых; сопоставить индивидуальные системы конструктов и выделить группы для последующего сравнения степень выраженности когнитивных, мотивационных и смысловых компонентов; установить взаимосвязи между когнитивными и ценностно-

мотивационными компонентами идентичности и выделенных для сравнения групп.

Этапы исследования: на первом – анализ системы конструктов личности, сопоставление выявленных конструктов и отбор испытуемых с различными базовыми конструктами (использовался метод сравнения крайних групп); на втором – сопоставление данных, полученных с помощью методики выявления конструктов, с идентификационными характеристиками, мотивационными и ценностно-смысловыми особенностями личности испытуемых.

МЕТОДИКА

Использовался комплекс методик. В качестве основной идеографической техники в исследовании применялся тест личностных конструктов Келли. Номотетические техники представлены в методиках, направленных на выявление особенностей мотивации, ценностей, идентичности испытуемых.

1. Тест Келли [25] направлен на анализ сложившейся системы конструктов личности. Модификации методики уже нашли применение в исследованиях идентичности [3, 6, 7, 12]. Мы использовали следующие процедуры.

Испытуемым предлагались различные категории для сравнения, которые в терминологии Келли называются элементами. По Келли, подбор элементов не столь важен для определения системы конструктов по сравнению с процедурой выявления конструктов, поскольку сравнение любых феноменов может дать возможность выявить конструктивную систему личности [25]. Тем не менее, он должен быть адекватен задаче исследования и отражать субъективную оценку, выступающую предметом анализа. Так как мы изучаем социальную идентичность, для нас важно рассмотрение в качестве элементов либо самих идентификационных характеристик, либо тех социальных реалий, которые служат основой формирования идентичности. Поэтому после предварительного пилотажного исследования мы остановились на варианте, более соответствующем поставленным целям и задачам. Он позволяет проверить гипотезу о смысловой сущности стереотипического отношения к другим людям как представителям большой социальной общности, живущей в определенных конкретно-исторических условиях. В качестве списка элементов выбраны различные по широте идентификационные характеристики: 1. Студент. 2. Друг. 3. Иностранец. 4. Гражданин. 5. Коллега. 6. Мать. 7. Врач. 8. Сестра. 9. Человек. 10. Девушка. 11. Спортсмен. 12. Инженер. 13. Менеджер. 14. Счастливый человек. 15. Гость. 16. Родственник. 17. Свободный человек. 18. Жена. 19. Дочь. 20. Педагог.

Элементы для сравнения предъявлялись в виде триад. Согласно инструкции, испытуемые должны были выбрать два близких, по их мнению, элемента и сказать, чем они похожи и чем отличаются от третьего. В результате этого выявлялись субъективные признаки восприятия идентификационных характеристик. Процедура сравнения повторялась 10 раз. Общие качества фиксировались в таблице в графе “выявленные признаки”, которые в дальнейшем подвергались статистической обработке.

Соподчиненность конструктов определялась на основе кластерного анализа, который наиболее распространен при использовании теста личностных конструктов [4, 11, 14]. Он включал определение уровня сходства-различия каждой пары признаков, выявление количества образовавшихся кластеров, а также содержания, на базе которого выделены данные кластеры. На их основе проводился анализ типов когнитивных решеток испытуемых.

При сопоставлении когнитивных решеток использовались различные критерии, чаще всего сложность (дифференцированность) или простота (не дифференцированность). Дополнительно учитывался преобладающий конструкт. Поэтому анализ решеток проводился путем сравнения двух видов кластерных деревьев: конструктов (выявление ведущего конструкта) и элементов (выявление типа решетки).

2. Методика “Двадцать утверждений” [9] для определения идентификационных характеристик личности на основе самоописания. В отечественной литературе она часто называется как тест М. Куна “Кто Я?” и широко применяется в социально-психологических исследованиях идентичности [3, 5, 6, 12, 31, 32].

Испытуемому предлагается 20 раз ответить в письменной форме на вопрос “Кто я есть”. Ответы анализируются в соответствии с выработанными критериями [6, 12, 18, 31, 32]. Мы классифицировали ответы по 20-ти показателям, выделенным в ходе предварительного анализа и в наибольшей степени удовлетворявшим поставленным целям и задачам исследования. Это: личные качества; учебно-профессиональная ролевая позиция; семья; национальная, поло-ролевая и локальная идентичности; религия; гражданство; дружба; деятельность; общение; перспектива деятельности и общения; самооценка способности к деятельности и социальных навыков; субъективное и фактическое описание своих физических данных; переживаемое состояние в настоящий момент; собственность; глобальные, экзистенциальные характеристики.

Производился подсчет количества ответов испытуемых, относящихся к каждому показателю. На основе сопоставления количества ответов по каждому показателю проводилось выявление наиболее выраженных идентификационных характеристик.

3. Методика выявления ценностей. На основе опросника Н.В. Клюевой – В.И. Чиркова [8] составлен следующий список ценностей, которые ранжировались испытуемыми по порядку их субъективной значимости (1 – минимальная; 15 – максимальная): 1 – демократия в обществе; 2 – безопасность, защищенность жизни; 3 – общественная польза; 4 – лидерство; 5 – известность; 6 – автономия; 7 – материальное благополучие; 8 – развитие способностей; 9 – успех; 10 – здоровье; 11 – семейное благополучие; 12 – внешняя привлекательность; 13 – разнообразный отдых; 14 – общение; 15 – приобщение к культуре.

Проводилось сравнение ранговых мест ценностей у каждого испытуемого.

4. Маст-тест (А. Эллис). Методика, предложенная А. Эллисом [22] и опробованная П.Н. Ивановым и Е.Ф. Колобовой [8], позволяет провести диагностику индивидуальных представлений субъекта как совокупности “иррациональных” идей, сводящихся к тому, что человек непременно должен получить абсолютизированные требования к миру и себе. Поскольку Эллис предполагает, что иррациональные идеи определяют содержательную сторону направленности личности и составляют ядро жизненной активности, то данная методика используется для выявления ценностно-мотивационных особенностей личности, в частности, мотивации как побуждений, определяющих направленность ее активности.

Ведущие темы в ответах испытуемых сопоставлялись со следующим классификатором: 1 – профессиональный рост; 2 – работа о своем здоровье; 3 – общение; 4 – материальное благополучие; 5 – комфорт; 6 – поддержание моральных устоев; 7 – состояние внешней среды; 8 – общественная полезность; 9 – семья; 10 – автономия. Для снижения фактора субъективности интерпретация ответов производилась с привлечением не менее трех экспертов-психологов. Основным показателем были ведущие темы, которые выявлялись путем подсчета количества тем по каждому разделу классификатора. Результаты обрабатывались с помощью корреляционного анализа (критерий согласия Пирсона), общей ста-

тистики (пакет STATISTICA 5.0); достоверность значимости различий определялась при помощи F-критерия Фишера.

В исследовании приняли участие 177 студентов (возраст 19–20 лет, девушки – 131, юноши – 46).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. *Базовые конструкты.* В процессе анализа выделены следующие основные типы когнитивных решеток в зависимости от степени их дифференцированности:

Когнитивно сложная решетка состоит из нескольких кластеров, разделенных и в то же время взаимосвязанных между собой. Наблюдаются различные степени уровней связи кластеров, поэтому данный вариант решетки может характеризоваться как двумя–тремя согласованными кластерами, образующими определенную целостность, так и фрагментарными, изолированными, слабо связанными когнитивными компонентами (несколько кластеров), в которых проявляется различная степень дифференциации признаков. В литературе эти решетки получили название артикулированных и фрагментарных [11]. Когнитивно простая решетка – когнитивная структура, включающая в себя центральный кластер, построенный на основе прочных связей между элементами.

Анализ кластерных деревьев конструктов показал, что ответы испытуемых очень разнообразны. Все решетки располагаются в континууме от когнитивно простых до когнитивно сложных. Большинство ответов приходится на промежуточный тип (артикулированные решетки с несколькими, двумя–четырьмя кластерами, связанными между собой).

Выявлены следующие соотношения типов решеток в целом по выборке: когнитивно сложные – 85.4% (из них артикулированные – 79.5%, фрагментарные – 20.5%); когнитивно простые – 14.6%.

Различия в системах социальных конструктов испытуемых определялись в соответствии с типом когнитивных решеток и характером ведущих конструктов.

Выделено семь групп испытуемых, имеющих слабо дифференцированную решетку и достаточно явно выраженный ведущий конструкт. В процессе анализа из них отобраны три наиболее часто встречающиеся группы испытуемых (31 человек).

После сопоставления всех данных из общего числа испытуемых (177 человек) сформированы три группы, в которых проводилась дальнейшая работа: “базисная” (9 человек); “индивидуально-личностная” (12); “профессионально-деловая” (10). В дальнейшем для упрощения изложения эти группы будут обозначаться следующими сокращениями: “базисная” – БГ; “индивидуально-

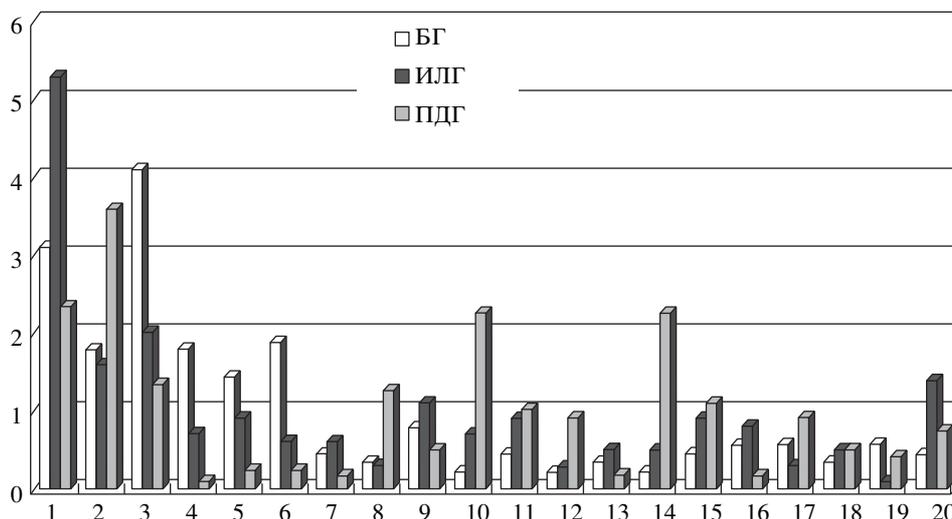


Рис. 1. Идентификационные характеристики в трех группах. По горизонтали – идентификационные характеристики: 1 – личностная; 2 – учебно-профессиональная позиция; 3 – семейная; 4 – этническая; 5 – поло-ролевая; 6 – локальная; 7 – религиозная; 8 – гражданская; 9 – дружба; 10 – деятельность; 11 – общение; 12 – перспектива деятельности; 13 – перспектива общения; 14 – самооценка деятельности; 15 – самооценка общения; 16 – субъективная внешность; 17 – физические данные; 18 – состояние; 19 – собственность; 20 – экзистенциальная. По вертикали даны средние значения степени выраженности показателей в группах: БГ – “базисная”, ИЛГ – “индивидуально-личностная”, ПДГ – “профессионально-деловая”.

личностная” – ИЛГ; “профессионально-деловая” – ПДГ.

В первой группе в основе системы конструктов преобладают признаки, близкие семейной, национальной, т.е. данной от рождения субкультуре, например, родственные отношения, внешнее сходство и т.д. Они связаны с отнесением себя к определенной группе, близкой испытуемому по признаку родства, психофизической природы (например, родственники, земляки, имеют общую историю, память и т.д.). Эту группу мы обозначили как “базисную”.

Во второй – у испытуемых основными являются конструкты, в которых выражены признаки культуры, взаимоотношений, общения. В них проявляется ориентация на признаки несколько иные по сравнению с национальной общностью, например, нравственные нормы, искусство, язык, традиции и т.д. Большое внимание уделяется культурным нормам, отношению с окружающими, духовному развитию и самосовершенствованию, личностному росту, культурному контексту общения. Социальные явления преломляются через призму принципов и требований человека. Группа получила название “индивидуально-личностная”.

В третьей группе базовыми оказались конструкты, больше применимые к профессиональной и деловой субкультуре (например, необходимость обучения, наличие карьерного роста). Их можно отнести к признакам динамичных социальных обществ, которые человек при желании выбира-

ет и меняет (место жительства, профессия, круг друзей и т.д.). Группа получила рабочее название “профессионально-деловая”.

Каждая из трех систем истолкования имеет свой диапазон пригодности: “базисная” – по отношению к социальным явлениям, близким субъекту и появляющимся на ранних этапах социализации общности; “индивидуально-личностная” – по отношению к тем общностям, которые не имеют четкой физической или географической границы, но означают принятие определенных нравственных, культурных эталонов для оценки социальных процессов и явлений; “профессионально-деловая” – по отношению к социальным явлениям, которые становятся доступными субъекту на более поздних этапах социализации и связаны с профессионально-деловым миром.

2. *Идентификационные характеристики.* В трех выделенных для сравнения группах проводился анализ идентификационных характеристик. Результаты показали, что одни характеристики выражены примерно одинаково у всех испытуемых, другие – по-разному, т.е. сильно проявляются в одной группе, а слабо – в других (рис. 1).

Статистическая проверка полученных данных (F-критерий Фишера) выявила значимые позитивные различия между группами по ряду показателей. В первой группе преобладают семейная (60.8), этническая (19.66), локальная (21.51), поло-ролевая (19.46) характеристики ($P = 0.05$). Во второй – идентификационные характеристики в целом очень близки первой, но значимо выше

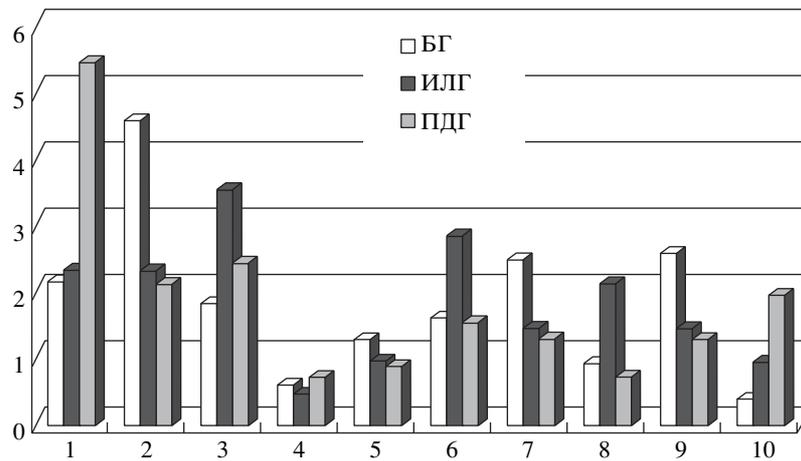


Рис. 2. Выраженность ценностно-мотивационных компонентов в трех группах. По горизонтали – ведущие маст-темы: 1 – профессиональный рост; 2 – забота о своем здоровье; 3 – общение; 4 – материальное благополучие; 5 – комфорт; 6 – поддержание моральных устоев; 7 – состояние внешней среды; 8 – общественная полезность; 9 – семья; 10 – автономия. По вертикали даны средние значения степени выраженности показателей в группах: БГ – “базисная”, ИЛГ – “индивидуально-личностная”, ПДГ – “профессионально-деловая”.

показатели личностной (23.65) и экзистенциальной (5.94) идентичности ($P = 0.05$). В третьей – более выражены характеристики, относящиеся к восприятию своей учебно-профессиональной позиции (29.01), к деятельности (18.99), самооценке деятельности (10.78), а также к гражданской идентичности (8.69) ($P = 0.05$).

Если сопоставить эти данные с существующими представлениями о видах идентичности (персональная, этническая, групповая, политическая, религиозная и др.), то можно отметить преобладание некоторых из них в каждой группе. Например, в БГ преобладает семейная идентичность, в ИЛГ – личностная, в ПДГ – профессиональная. Каждый индивид одновременно является членом различных социальных общностей, что отражается в его самосознании. Но, видимо, в какие-то периоды времени под влиянием определенных условий отдельные виды идентичности могут выступать на первый план и снижать значение для жизнедеятельности остальных видов. Предполагается, что данный процесс наблюдается в трех крайних группах, выбранных для сравнений.

3. Ценностно-мотивационные особенности. Сравнение данных, полученных с помощью Маст-теста, показало, что наблюдается ряд существенных различий выявленных показателей (рис. 2).

В первой группе значимо выше преобладают темы здоровья (9.90), семьи (5.16); во второй – общественной значимости (20.50) и смысла жизни (5.77), общения (4.98); в третьей – темы профессионального роста (24.16) и автономии (32.90).

Проведен анализ соотношения “маст-тем” со следующими жизненными мотивами: а) самозащиты – стремление чувствовать себя безопасно,

стабильно; б) самоуважения – желание быть уважаемым в обществе; в) самореализации или саморазвития – стремление проявить себя в деятельности, реализовать свои способности и расширить свое профессиональное пространство – стремление к изучению зарубежного опыта. Можно сказать, что наиболее выраженными в трех группах оказались мотивы: БГ – самозащиты, ИЛГ – самоуважения, ПДГ – саморазвития.

Результаты сравнения жизненных ценностей испытуемых показали, что наблюдаются различия между группами по параметру ценностей (рис. 3).

Сравнение средних показателей выраженности ценностей в каждой группе показало, что испытуемые первой группы более важными считают ценности, связанные с безопасностью и защищенностью жизни (28.68); семейным благополучием (10.75); второй – ценности общения (33.67), полноценного приобщения к культуре (13.48); третьей – профессиональный рост (7.63), демократическое преобразование общества (5.82). В то же время для первой группы по сравнению с двумя другими менее значима автономия (11.24), социальное влияние (13.52). Для второй – в сравнении с двумя другими – менее значимы материальные блага (8.95) и здоровье (18.25). Значимость, различий проверялась по методике Фишера ($P = 0.05$).

Корреляционный анализ показал, что мотивация самозащиты сочетается со стремлением к семейному счастью, материальному благополучию, заботе о здоровье. Мотивация самоуважения – со стремлением к творчеству и поддержанию хороших отношений с окружающими; мотивация саморазвития – со стремлением к успеху в учебе и

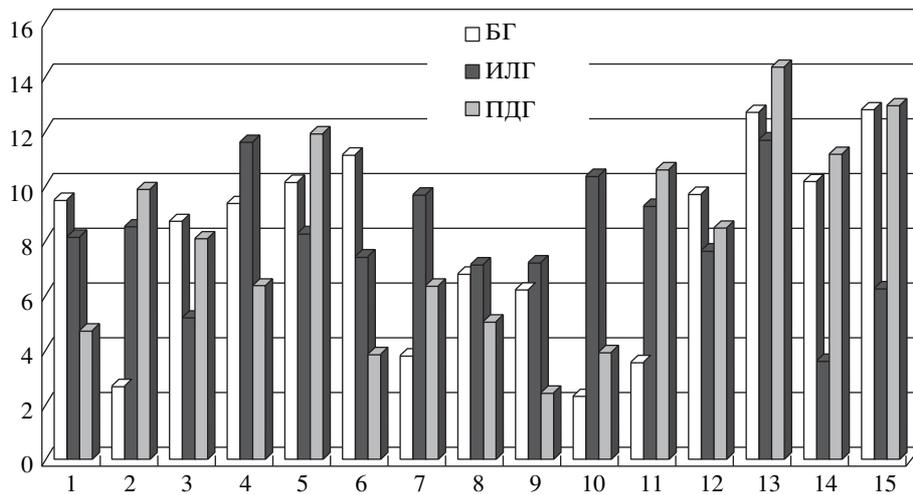


Рис. 3. Выраженность жизненных ценностей в трех группах. По горизонтали – ценности: 1 – демократия в обществе; 2 – безопасность, защищенность жизни; 3 – общественная польза; 4 – лидерство; 5 – известность; 6 – автономия; 7 – материальное благополучие; 8 – развитие своих способностей; 9 – успех; 10 – здоровье; 11 – семейное благополучие; 12 – внешняя привлекательность; 13 – разнообразный отдых; 14 – общение; 15 – приобщение к культуре. По вертикали даны средние значения степени выраженности ценностей в группах: БГ – “базисная”, ИЛГ – “индивидуально-личностная”, ПДГ – “профессионально-деловая”.

делах, независимости, автономии, расширению собственного профессионального сообщества.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Анализ идентификационных и ценностно-мотивационных характеристик показал, что выделенные группы существенно отличаются друг от друга. Это позволяет сделать обоснованное допущение, что социальная идентичность представляет собой комплекс когнитивных и ценностно-мотивационных компонентов, которые по-разному проявляются у людей в зависимости от преобладающих социальных конструктов, т.е. способов толкования социальных реалий. В основе этого комплекса лежит система конструктов, имеющая специфические проявления на индивидуальном уровне.

Выявлены три основные группы испытуемых, имеющие разные конструктивные системы: базисную, индивидуально-личностную, профессионально-деловую.

В первой группе наблюдается преобладание идентификационных характеристик: семейных, этнических, локальных (связанных с местом проживания); больше выражены мотивации самозащиты и ценности безопасности жизни, материального и семейного благополучия.

Во второй – идентификационные характеристики в целом очень близки первой, но у них выше показатели личностной и глобальной (экзистенциальной) идентичности, мотивации самоуважения, ценности дружбы, общественной пользы, общения, приобщения к культуре.

В третьей – больше выражены: идентификационные характеристики, относящиеся к учебно-профессиональной позиции, участию в деятельности, самооценке способностей, мотивации саморазвития и ценностям, связанным с достижением автономности, к личностному и профессиональному росту.

В исследовании показано, что существуют различные виды социальной идентичности, в которых выражается комплексное представление человека о социальном мире и своей групповой принадлежности. По итогам исследования мы можем выделить три вида социальной идентичности: базисную, индивидуально-личностную, профессионально-деловую.

Развивая гипотезу Тернера, можно допустить, что эти компоненты образуют иерархическую последовательность социальных идентичностей: в основе – базисная идентичность, над ней – индивидуально-личностная, и далее – профессионально-деловая. Это значит, что профессиональная идентичность, которая относится к третьей группе, формируется на базе первых двух, что отчасти подтверждается данными: в условиях кризиса социальной идентичности наблюдается снижение уровня профессионально-деловой идентичности по сравнению с личностной.

Результаты исследования позволяют по-иному подойти к проблеме изучения мотивации, связанной с процессом идентификации. Начиная с Тэдшфела, психологи подчеркивают связь идентичности с чувством самоуважения. Потребность в позитивном самоуважении удовлетворяется в условиях усиления идентификационных процес-

сов через релевантное позитивное сравнение своей группы с чужими [16, 19, 23]. В рамках теории социальной идентичности (ТСИ) самоуважение рассматривается как основной мотив межгрупповой дискриминации, а следовательно как основная мотивация идентификации, которая действует на социальном и индивидуальном уровнях, приводит в движение социальное поведение и влияет на тенденцию позитивно оценивать собственное членство в группе. Концепция самоуважения получила развитие в работах М. Хога и Д. Абрамса. Согласно их гипотезе межгрупповая дискриминация возникает под влиянием желания достичь и увеличить позитивное самоуважение [23].

В ТСИ рассматриваются две модели категоризации, ответственные за социальную стабильность (социальные изменения) и самоуважение. М. Билинг предположил, что они представляют собой когнитивно-мотивационный конструкт [18]. В свое время Тернер подчеркивал, что контекстуальная последовательность различных социальных идентичностей может быть рассмотрена в связи с тем, насколько они пригодны в жизни, имеют значение для человека [29].

ВЫВОДЫ

Полученные результаты, а также существующие представления о функционировании конструктивных систем, подтверждают выдвинутую гипотезу и позволяют выделить как минимум три основных блока в структуре социальной идентичности:

а) “базисный”, узко локализованный, обусловленный преимущественно ситуацией, данной человеку от рождения, который связан с мотивацией самозащиты и стремлением укрепить свои позиции на уровне национальной, региональной и семейной общности;

б) “индивидуально-личностный”, который проявляется в мотивации самоуважения и направленности на овладение требованиями культуры как узкого, так и более широкого сообщества;

в) “профессионально-деловой”, проявляющийся в мотивации самореализации и стремлении к расширению субъективного пространства, в анализе изменений, происходящих в обществе.

Будучи динамично взаимосвязанными и постоянно присутствующими в самосознании, эти компоненты актуализируются в соответствии с определенной мотивацией: первому соответствует мотивация самозащиты; второму – самоуважения, третьему – самореализации.

Социальная идентичность образует единый иерархический комплекс, в структуре которого представления личности о своем групповом членстве имеют специфическую связь с мотивационными и смысловыми ее характеристиками.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 2000.
2. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М., 2001.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995.
4. Иванова Н.Л. Качественный анализ: репертуарные личностные методики. Ярославль, 1999.
5. Иванова Н.Л. Социальная идентичность и проблемы образования. Ярославль, 2001.
6. Киселев И.Ю., Смирнова А.Г. Формирование идентичности в российской провинции. М., 2001.
7. Климов И.А. Психосоциальные механизмы возникновения кризиса идентичности // Трансформация идентификационных структур в современной России. М., 2001. С. 54–82.
8. Ключева Н.В. Социально-психологическое обеспечение деятельности педагога (ценностно-рефлексивный подход): Автореф. дисс. ... докт. психол. наук. Ярославль, 2000.
9. Кун М., Макпартленд Т. Эмпирические исследования установок личности на себя // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984. С. 180–188.
10. Лебедева Н.М. Социальная идентичность на постсоветском пространстве: от поисков самоуважения к поискам смысла // Психол. журн. 1999. № 3. С. 48–58.
11. Леонов Н.И. Психология конфликтного поведения: Автореф. дисс. ... докт. психол. наук. Ярославль, 2002.
12. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М., 1998.
13. Стефаненко Т.Г. Социальная психология этнической идентичности: Автореф. дисс. ... докт. психол. наук. М.: МГУ, 1999.
14. Франселла Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности. М., 1987.
15. Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности // Социальное самосознание. Самара, 2000. С. 589–602.
16. Augoustinos M., Walker I. Social cognition. London–New Delhi, 1995.
17. Benedict M. On Cyberspace and virtual reality // Man and Information technology. Stockholm, IVA., 1995.
18. Billing M. Social representation, objectification and anchoring: A theoretical analysis // Social behavior. 1985. № 3. P. 1–16.
19. Brown R.J., Turner J.C. The criss-cross categorization effect in intergroup discrimination // British J. of Social and Clinical Psychology. 1979. P. 371–383.
20. Chante L. Categorical race versus individuality belief as determinants of discrimination // Experimental Social Psychology. 1996. V. 32. P. 129–140.
21. Doise W. Social Representations in Personal Identity // Social Identity (international perspectives). London–New Delhi, 1998. P. 13–24.

22. *Ellis A.* Reaction and emotion in psychotherapy. Secaucus, N.J., 1962.
23. *Hogg M., Abrams D.* Social motivation, self-esteem and social identity // *Social identity theory: Constructive and critical advances.* Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1990. P. 28–47.
24. *Jarumovicz M.* Self – We – Others schemata and social identifications // *Social identity (International perspectives).* London, 1998. P. 44–53.
25. *Kelly G.A.* The psychology of personal constructs. NY, 1995. v. 1,2.
26. *Stryker S.* Identity theory: Developments and extensions / *Self and Identity.* NY, 1986. P. 89–104.
27. *Tajfel H.* Individuals and groups in social psychology // *British J. of Social and Clinical Psychology.* 1979. P. 183–190.
28. *Tajfel H.* Human groups and social categories. Cambridge, 1981.
29. *Turner J.C.* A self-categorization theory // *Rediscovering the Social Group: A Self-Categorization theory.* Oxford, 1987. P. 42–67.
30. *Turner J.C.* Towards a cognitive redefinition of the social group // *Social Identity and Intergroup Relations.* Cambridge, 1982.
31. *Yardley K.* What do you mean “Who am I?”: Exploring the Implications of a Self-Concept Measurement with Subjects / *Self and Identity.* Psychological Perspectives. Chichester, 1987. P. 211–231.
32. *Zurher L.* The mutable self: A self concept for social change. Beverly Hills, 1977.

STRUCTURE OF PERSONALITY’ SOCIAL IDENTITY: THE PROBLEM OF ANALYSIS

N. L. Ivanova

Dr. sci. (psychology), docent of the chair of psychology, Yaroslavl State Pedagogic University, Yaroslavl

There are analyzed the results of empirical research of social identity structure. It’s assumed that there is no proper models of social identity that emphasize components hierarchy, their essence and functioning. The attempt was made to overcome these problems using the notion of social identity as an integral issue. There are analyzed the structural components of social identity that are based on interrelation of cognitive and value-motivational personal traits.

Key words: social identity, theory of social identity, self-identification, system of personal constructs, values, motivation.