

Киселева Е.А., Орестова В.Р. Специфика социальной идентичности этнических немцев, проживающих на разных территориях



КИСЕЛЕВА Е.А., ОРЕСТОВА В.Р. СПЕЦИФИКА СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЭТНИЧЕСКИХ НЕМЦЕВ, ПРОЖИВАЮЩИХ НА РАЗНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

English version: [Kiseleva E.A., Orestova V.R. Specificity of the social identity of ethnic Germans living in different territories](#)

Институт психологии им. Л.С.Выготского, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

[Сведения об авторах](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Представлено исследование особенностей социальной идентичности русских немцев, проживающих на разных территориях ($N = 108$). Выборку составили три группы – русские немцы, проживающие на территории РФ, на территории СНГ и в Германии. Изучение структуры социальной идентичности и территориальной идентичности позволило выделить как общие черты для всей выборки, так и специфику каждой из трех групп. Общим для всех русских немцев из нашей выборки является наибольшая значимость семьи и дома в структуре как социальной, так и территориальной идентичности. Самые низкие значения в структуре социальной идентичности для респондентов всей выборки имеют позиции «представитель своей религии» и «житель своего города». Этническая идентичность имеет высокую значимость только для русских немцев, проживающих на территории СНГ, что можно интерпретировать, обратившись к истории этой группы и особенностям их объективного социального пространства. Анализ особенностей территориальной идентичности позволяет отметить ограниченность социального пространства респондентов всей выборки в целом. Для респондентов всех трех групп отмечается отсутствие разнообразия в выборе мест, определяющих содержание как реальной территориальной идентичности, так и идеальной территориальной идентичности. При этом содержание реальной и идеальной территориальной идентичности совпадает для большинства респондентов всех трех групп. Анализ результатов исследования позволил выделить специфику отношения к социальному пространству русских немцев, проживающих в РФ, заключающуюся в том, что их территориальная идентичность, как реальная, так и идеальная, не связана с объективным социальным пространством, с местами их проживания в настоящем, а определяется прошлым, пространством детства и юности. Это объясняется сложностями в процессе ресоциализации при смене страны проживания.

Ключевые слова: идентичность, социальная идентичность, территориальная идентичность, социальное пространство, социализация, ресоциализация

Введение

Исследования идентичности, являясь уже многие годы одним из самых важных направлений психологических исследований, и сегодня не теряют своей актуальности, открывая все новые

перспективы по мере того, как современность ставит новые задачи. В течение многих десятилетий идентичность формировалась в стабильном мире, со стабильными представлениями людей о нормах, ценностях, идеалах, со стабильным образом мира – как физического, так и духовного. Глобализация и массовые миграционные процессы, особенно в последние несколько лет, увеличивают культурную, лингвистическую, социальную множественность. Можно констатировать, что разные аспекты транзитивности связаны с разными трудностями для человека. Если внешние изменения определяют преимущественно возможности человека принять новую ситуацию, новые ролевые и экономические реалии, то внутренняя транзитивность, которая становится все более явной в последнее время, вызывает наибольшие сложности с точки зрения формирования картины мира и образа себя. Транзитивность современного мира, изменчивость и неопределенность задает множество различных конфигураций идентичности, бесконечное разнообразие в соотношении ее видов, неустойчивость баланса идентичностей.

Э.Эриксон рассматривал идентичность в целом как процесс организации своего жизненного опыта в индивидуальное «Я» [Эриксон, 1996]. Теоретическое осмысление проблемы социальной идентичности стало центральным для «теории социальной идентичности» А.Тэшфела и «теории самокатегоризации». Дж.Тернера. А.Тэшфел и Дж.Тернер рассматривали процесс становления социальной идентичности как три последовательных когнитивных процесса. Одним из основных понятий этой теории является понятие социальной категоризации, понимаемое как система ориентаций, которая создает и определяет конкретное место человека в обществе [Андреева, 2000]. В соответствии с позицией Г.Тэшфела межгрупповые и межличностные формы взаимодействия рассматриваются как некоторый континуум, на одном полюсе которого можно расположить варианты социального поведения человека, полностью обусловленные фактом его группового членства, а на другом – такие формы социального взаимодействия, которые полностью определяются индивидуальными характеристиками участников [Tajfel, 1982; Тэшфел, 1984].

Дж.Тернер предлагает рассматривать три иерархизированных уровня процесса самокатегоризации:

1. Уровень категоризации себя как человеческого существа.
2. Самокатегоризация себя как члена социальной группы (уровень социальной идентичности).
3. Личностная самокатегоризация (уровень персональной идентичности).

Исследуя, прежде всего, средний уровень, Тернер определяет социальную идентичность как «общую сумму личностных идентификаций, которые являются специфическими социальными категориями, интернализированными в когнитивный компонент Я-концепции» [Приводится по: Белинская, Тихомандрицкая, 2001].

Социальная среда, в которой живет человек, определяет характер становления идентичности и пути переструктурирования образа Я в современном динамичном меняющемся мире. И здесь имеет смысл обратиться к понятию социального пространства, поскольку социальное пространство играет особую роль в формировании разных аспектов социальной идентичности.

Социальное пространство

Анализ различных теоретических подходов позволяет утверждать, что социальное пространство – это сложный конструкт, в который входят объективные и субъективные составляющие. К реальному пространству относятся физические и географические составляющие – место проживания, страна, город, климат, экономический и жизненный уклад и т.д. Социологическое пространство – это мыслимый конструкт, в котором осуществляются социальные отношения (совокупность всех социальных статусов человека в обществе – этнос, нация, язык, профессия и т.д.). Этот конструкт не является субъективным, так как представление о нем разделяется многими членами общества. Полностью субъективным не является и соотношение пространства-времени (хронотопа), как социального, так и персонального [Марцинковская, 2013].

Объективные пространства являются основаниями для формирования личностного пространства и создания собственно психологического аналога социального пространства. Как таковое пространство и

время не являются предметом психологического исследования. Областью психологического изучения является отношение к ним, то есть отношение к месту проживания, к стране, к профессии, статусу, положению семьи, к месту проживания, к времени (в том числе и к связке прошлое-настоящее-будущее). То есть собственно психологические задачи в исследовании социального пространства решаются путем изучения этнической, территориальной, лингвистической культурной, социальной идентичности [Марцинковская, 2013].

Необходимо отметить, что в современном изменчивом и неопределенном обществе социальное пространство по своей сути не может иметь постоянного, устойчивого и определенного содержания. Поэтому, прежде всего, представляется важным уточнить его собственно психологическое содержание, которое вбирает в себя как внешние, объективные пространственно-временные параметры, так и внутренние, субъективные, на которых, в первую очередь, сказываются социальные трансформации, изменчивость социальных представлений и ценностей, неопределенность норм и установок.

П.Бурдьё представляет социальное пространство как многомерный образ, в котором выделяются (структурируются) различные подпространства (поля). Важным моментом является тот факт, что Бурдьё выделяет в социуме два аспекта – «реальность первого порядка», связанную с физическим пространством и распределением материальных ресурсов, и «реальность второго порядка», существующую в сознании людей. Социальное пространство, в отличие от физического, не имеет жестких границ. Его образующими являются социальные позиции входящих в него социальных агентов, а топология определяется структурной диспозицией полей: экономического, политического, культурного, интеллектуального и т.д. [Бурдьё, 2005].

Территориальная идентичность

Одной из фундаментальных составляющих образа социального пространства является образ окружающего мира. Соответственно, страна, город, любимое место проведения досуга, дом, рабочее место и др. и отношение к ним определяют наше социальное пространство и задают необходимость изучения территориальной идентичности, которая во многих исследованиях понимается как составляющая социальной идентичности.

Опираясь на идеи П.Бурдьё о социальном пространстве, мы можем интерпретировать территориальную идентичность как отношение к месту своего проживания, одновременно эмоциональную и социальную связь, которая формируется в процессе взаимодействия с городской средой и социумом [Голубева, Кончаловская, 2013]. В ситуации увеличения мобильности людей социальное пространство также подвергается частым изменениям, что предполагает необходимость трансформации территориальной идентичности.

Проблема социализации и ресоциализации в современном мире

В настоящее время для многих людей, оказавшихся в новой для них социальной ситуации, вынуждающей их приспосабливаться к непривычным условиям, и сам факт социализации, и сложности и отклонения, которые возникают в этом процессе, осознаются лишь частично. И в этой ситуации необходимо исследовать то, каким образом происходит социализация в новых условиях. Отметим, что в этой ситуации аккультурация, принятие и присвоение культуры, является одним из важных факторов, определяющих успешность социализации. Представление о путях трансформации территориальной идентичности мы можем получить, обращаясь к тем людям или группам, которые добровольно или вынужденно меняют место и условия своего проживания, оказываясь в ситуации необходимости ресоциализации.

Глобализация является для психологии одним из наиболее важных вызовов современности, так как ее следствием становится взаимодействие между людьми разных культур, что приводит к необходимости формирования у людей толерантности к мультикультурному окружению. В другом случае это приводит и к необходимости ресоциализации человека в новом социальном и культурном окружении. Процесс социализации в изменчивом и множественном мире происходит на протяжении всего жизненного пути, в

связи с чем мы говорим о принципиальной непрерывности процесса социализации [Белинская, 2005]. В контексте идеи о непрерывности процесса социализации и возникает термин «ресоциализация».

По Э.Гидденсу, ресоциализация – это вид личностного изменения, при котором зрелый индивид принимает тип поведения, отличный от принятого им прежде [Гидденс, 1999]. По П.Бергеру и Т.Лукману, крайним (и самым ярким) случаем ресоциализации является такое преобразование индивида, когда он «переключается» с одного мира на другой (эмиграция, обретение нового вероисповедания, восходящая вертикальная мобильность, длительная госпитализация, потеря дееспособности). В таком случае процессы ресоциализации напоминают первичную социализацию, поскольку они должны радикально заново расставить акценты реальности. Важнейшим условием успешной ресоциализации является наличие социального базиса, опосредуемого для индивида значимыми другими, и интенсивное взаимодействие индивида с персоналом социализации [Бергер, Лукман, 1995]. Обращаясь к становлению идентичности, следует отметить, что ресоциализация предполагает серьезную трансформацию социальной идентичности, обретение новой социальной идентичности или закрепление достигнутой ранее в новых социальных условиях реконструированной реальности. Близка к ресоциализации вторичная социализация, но в ней настоящее интерпретируется в последовательном взаимоотношении с прошлым. Ресоциализация же не предполагает согласованности с прошлым, здесь оно переструктурируется так, чтобы соответствовать нынешней реальности. Основанием для ресоциализации является настоящее, а для вторичной социализации – прошлое [Бергер, Лукман, 1995].

В современной ситуации социальных изменений, увеличения процессов миграции и мобильности человека интерес представляет то, какова специфика структуры и содержания идентичности у людей, живущих в чуждой этнической и культурной среде, а также как происходит процесс трансформации социальной идентичности у людей, меняющих условия своего проживания, город, страну, культуру. Это обусловило выбор цели данного исследования: изучение структуры социальной идентичности и особенностей территориальной идентичности русских немцев, проживающих на разных территориях. Специфика изучения социальной идентичности русских немцев заключается в том, что мы имеем дело с представителями одной этнической группы, имеющими одни исторические корни, но разный социальный опыт последних десятилетий, что, по нашему мнению, должно определять различия в социализации и конструировании образа себя и образа мира. Подробнее об этом в описании выборки.

Выборка

В исследовании приняли участие представители этнической группы «российские немцы». Всего обследованы 900 человек, составивших три группы по 300 человек: 1-я группа – российские немцы, проживающие на территории РФ (Омск, Томск, Краснодар, Кемерово, Центральная часть России), 2-я группа – российские немцы, проживающие на территории ближнего зарубежья (страны СНГ – Казахстан, Узбекистан, Украина), 3-я группа – российские немцы, проживающие на территории Германии. Возраст респондентов 25–62 года, 73% имеют высшее образование, 27% – средне-профессиональное.

Российские немцы, или немцы России, – этнические немцы, на протяжении ряда поколений жившие или живущие на территории России (Российской империи, Советского Союза и образовавшихся после распада СССР государств). Данный термин употребляется также и по отношению к немцам, репатриировавшимся из всех этих стран в Германию начиная с 1989 года.

Хотелось бы отметить саму специфику выборки. Русские немцы жили на протяжении столетий на территории России. В силу их территориальной разобщенности и различных особенностей исторического и этнического развития в среде российских немцев сформировался ряд этнических (локальных) групп – поволжские немцы, украинские немцы (выходцы из Причерноморья, зачастую разделяющие себя по конфессиональному признаку на лютеран и католиков), волынские немцы, бессарабские немцы, кавказские немцы (или швабы, по месту своего проживания в южной Германии – Швабии) и меннониты (особая этноконфессиональная общность). Представители различных этнических групп немецкого населения долгое время имели и сохраняли особенности в языке, культуре, религии, быту. Но в настоящее время многие различия уже стерлись, и у большинства молодого поколения немецкого населения России и других стран СНГ родным языком является русский.

Не имея возможности подробно рассказывать историю немцев в России, нам представляется важным отметить два принципиальных, переломных периода. Это два момента определивших массовые миграционные процессы представителей этой группы. Первый этап массового переселения был вынужденным – в период Великой Отечественной войны происходила депортация российских немцев в отдаленные регионы страны (Казахстан, Узбекистан, Сибирь) с ликвидацией немецких школ и техникумов, библиотек, изданий и т.п. Депортация произошла в несколько этапов, данный процесс привел к коренной трансформации ареала расселения немцев на территории СССР. Второй этап был связан с открывшейся возможностью переселения в Германию. После посещения СССР в 1955 г. первым канцлером Германии К.Аденауэром и подписания ряда межправительственных соглашений с советских немцев был снят режим спецпоселения и начался процесс переселения немцев в Западную Германию. Массовый выезд немцев с территории бывшего СССР в Германию начался в 1989 году, когда стали выезжать по несколько десятков тысяч человек в год.

Безусловно, каждый из миграционных процессов задавал процессы социализации, а скорее ресоциализации немцев в новом окружении и новой культуре. Ведь даже переселение в Германию означало переезд в чужую социальную среду, во многом даже более чужую, чем республики СССР того времени. Таким образом, мы приходим к необходимости изучения трех групп русских немцев, предполагая, что структура социальной идентичности и содержание территориальной идентичности представителей этих групп будут различаться.

Методики

1. Для исследования структуры социальной идентичности была использована методика «Структура социальной идентичности» [Марцинковская, 2015].
2. Для определения отношения к месту своего проживания участникам исследования применялась методика «Территориальная идентичность» [Марцинковская, 2015].
3. Для исследования лингвистической идентичности использовалась методика «Отношение к родному и иностранному языкам» [Марцинковская, 2015].

Результаты и обсуждение

Результаты, полученные нами по методике «Структура социальной идентичности», позволили нам выделить особенности структуры социальной идентичности для представителей трех групп русских немцев, проживающих на разных территориях.

Для определения наиболее значимых групп мы принимаем первые три позиции.

На первом месте для всех групп оказывается идентификация себя с семьей – 83% респондентов первой группы, 55% респондентов второй группы и 86% респондентов третьей группы ставят семью на одно из первых трех мест. В группе русских немцев, проживающих в РФ, второй по значимости является группа «я как представитель профессии», ее выбирает 50% респондентов, на третье место выходит «гражданин страны» – 43%. Незначительно ниже оказывается значимость группы «представитель человечества» – 40% респондентов указывают ее на первом из трех мест. Самые низкие значения в этой группе имеют позиции «представитель своей религии» (6%) и «житель своего города» (3%).

В группе русских немцев, проживающих на территории СНГ, вторым по рейтингу является выбор «я как представитель национальности» – 41% респондентов указали его на одном из трех первых мест (20% – на первом месте). На третьем месте оказывается профессия (38%), достаточно высокие значения имеет также сфера хобби (33%). В группе русских немцев, живущих в Германии, на втором месте оказывается «гражданин своей страны», а на третьем – «представитель человечества», их ставят на первое место 50% и 43% респондентов этой группы соответственно. Профессиональная идентичность имеет высокую значимость для 40% этой части выборки. Наименьшую значимость для идентификации и в этой группе имеет сфера религии – ни один человек не поставил ее на одном из первых трех мест.

Этническая идентичность является значимой только для русских немцев, проживающих на территории СНГ. Для представителей других двух групп ее значимость значительно ниже – она оказалась на 6-м месте для представителей первой группы и на 5-м месте для представителей второй группы.

Несколько иная, но очень яркая картина получается, если мы обратимся к анализу наиболее значимых выборов – категорий, которые наши респонденты ставили на первое место. В этом случае стоит обратить внимание, что представленными во всех трех группах респондентов и популярными у респондентов всей выборки оказались категории «семья», «человек», «хобби». А категории «житель своего города» и «представитель своей религии» не оказались на первом месте ни в одной группе. Большинство русских немцев на первое место поставили семью – 63% представителей первой группы, 46% представителей второй группы и 66% респондентов из третьей группы. Только 10% русских немцев, проживающих в РФ, поставили на первое место в структуре идентичности «представитель человечества» и «хобби». Близкие результаты демонстрируют представители третьей группы – немцы, проживающие в Германии, – одинаковое число респондентов (16%) также указали в качестве наиболее значимых групп – «представитель человечества» и «хобби». В обеих группах это вторые по популярности позиции. Существенная разница заключается в том, что выборы респондентов первой группы значительно более разнообразны, по сравнению как с третьей, так и со второй группами – на первое место ее респонденты ставят также «представитель своей профессии» (6%), «гражданин своей страны» (3%), «представитель своей национальности» (3%) и «представитель своего поколения» (3%). Представители третьей группы значительно более единодушны в выборе значимых для идентификации социальных групп – на первое место вышли всего три позиции, те, о которых было сказано выше («семья», «человек», «хобби»). Существенно отличаются результаты во второй группе. Среди русских немцев, проживающих в СНГ, вторыми по популярности оказались группы «представитель своей национальности» и «представитель своего пола», их на первое место поставили 20% респондентов. Третьими по популярности ответами здесь оказались группы «представитель человечества» и «хобби».

Таблица 1

Структура социальной идентичности русских немцев (РН), проживающих на разных территориях.

Группа	РН РФ		РН СНГ		РН Германии	
	% респондентов, выделивших группу как значимую (1-е место)	% респондентов, выделивших группу как значимую (первые 3 места)	% респондентов, выделивших группу как значимую (1-е место)	% респондентов, выделивших группу как значимую (первые 3 места)	% респондентов, выделивших группу как значимую (1-е место)	% респондентов, выделивших группу как значимую (первые 3 места)
Семья	63	83	46	55	66	86
Человечество	10	40	6	28	16	43
Гражданин страны	3	43	0	18	0	50
Житель своего города	0	3	0	28	0	10
Национальность	3	20	20	41	0	23
Религия	0	6	0	3	0	0
Профессия	6	50	0	38	0	40
Поколение	3	20	0	21	0	10
Пол	0	23	20	28	0	20
Хобби	10	10	6	33	16	16

Примечания. РН – русские немцы.

Обработка данных, полученных по методике «Территориальная идентичность» позволила нам определить особенности структуры территориальной идентичности русских немцев проживающих на разных территориях, а также определить широту их личного пространства.

Прежде всего обращает на себя внимание ограниченное количество мест, определяющих содержание территориальной идентичности респондентов всех трех групп, причем это справедливо как в отношении ряда компонентов как реальной территориальной идентичности (любимый город, значимое место в городе, личное пространство), так и идеальной территориальной идентичности (город, в котором хотели бы жить, значимые критерии при выборе места проживания, идеальное место проживания).

В выборе любимого города русские немцы, проживающие в РФ, разделились на четыре равные группы: 25% в качестве любимого города называют Раменское, 25% – Санкт-Петербург, 25% – Сыктывкар, 25% – Москву, Калининград. Все респонденты (100%) из группы русских немцев, проживающих на территории СНГ, на вопрос о любимом городе ответили «тот, в котором живу». Для русских немцев, проживающих в Германии, самым любимым городом стал Сыктывкар (50%), для 30% респондентов этой группы любимым городом является Санкт-Петербург, а для 20% любимый город – «родной». Для большинства из тех, кто отметил в качестве любимого города Сыктывкар, он также является либо родным, либо городом, где прошло детство и юность, поэтому можно отметить, что для большинства представителей этой группы любимый город – это город, в котором они жили до переезда в Германию. Примечательно, что ни один респондент из этой группы не назвал в качестве любимого города ни тот город, где проживает сейчас, ни вообще ни один город Германии. Результаты по группам, касающиеся выбора любимого города, приведены в таблице 3, где представлено соотношение реальной и идеальной идентичности.

В выборе наиболее значимого места в городе русские немцы из РФ также разделились на три равных группы: для 33% респондентов первой группы самым значимым местом в их городе является парк около работы, для 33% – Мичуринский парк (то есть 66% предпочитают парк) и для 33% – «Орбита», то есть их любимое место связано с досугом и отдыхом. Для 100% русских немцев, проживающих в СНГ, самое значимое место в их городе – место работы и деятельности.

Интересные результаты получились у русских немцев, проживающих в Германии. Во-первых, их ответы отличаются большим разнообразием, чем у представителей других двух групп. Во-вторых, примечательным является содержание их ответов на вопрос о том, «какое место в вашем городе для вас наиболее значимо». Больше половины респондентов этой группы (55%), отвечая на этот вопрос, отметили место из своего родного города или города, где они жили до переезда в Германию (варианты: КемГУ, Стефановская площадь, д.Тыла-ю, Парк Тенюково, Кировский парк), а 11% в качестве любимого места в городе назвали Невский проспект. Для 12% наиболее значимо место работы, 22% отмечают лес или реку без конкретной привязки к городу или местности. Таким образом, мы видим, что большинство русских немцев, переехав в Германию, тем не менее свою реальную территориальную идентичность определяют через места своего детства и юности, через те места, откуда они уехали, а не через города и места своего реального проживания.

Таблица 2

Выбор любимого места в городе

Какое место в вашем городе для вас наиболее значимо, опишите его	РН РФ %	РН СНГ %	РН Германии %
Место работы и деятельности		100	12
Парк (около работы)	33		
«Орбита»	33		
Мичуринский парк	33		
КемГУ			11
Стефановская площадь			11
Деревня Тыла-ю			11
Парк Тенюково			11
Кировский парк			11
Невский проспект			11
Лес / берег реки			22

Примечания. РН – русские немцы.

Выяснилось, что для большинства русских немцев из всех трех групп нашей выборки местами, с которыми наиболее ассоциируется личное пространство, являются «дом», «семья» и «рабочее место». Для русских немцев, проживающих в РФ, это, прежде всего, «дом» – 43% (сюда также включены ответы «загородный дом»), потом «семья» – 42%, на третьем месте «рабочее место» – 15%. Эти данные можно соотнести со структурой социальной идентичности, где, как было сказано выше, именно семья и профессия занимают соответственно первое и второе места, выступая наиболее значимыми сферами идентификации. Для русских немцев, проживающих в СНГ, одинаковые значения получены для категорий «дом» (33%), «семья» (33%), «рабочее место» (33%). Для большинства русских немцев, проживающих в Германии (45%), личное пространство ассоциируется с «домом» (сюда также включены ответы «загородный дом»). Меньшие значения имеют «семья» (27%) и «рабочее место» (23%). И это единственная группа, где появляется еще одна категория – для 5% «город» в наибольшей степени ассоциируется с личным пространством.

Далее нами были исследованы особенности идеальной территориальной идентичности русских немцев, включающие город, в котором они хотели бы жить, значимые критерии при выборе места проживания, представления об идеальном месте проживания.

Русские немцы, проживающие в РФ, хотели бы жить в Сыктывкаре (50%), Раменском (25%), Калининграде (25%). Для них всех это либо родной город, либо город, где прошло детство, либо город проживания в настоящий момент. Также эти «идеальные» города в большой степени совпадают с выбором любимых городов, то есть расхождения между реальной и идеальной идентичностью здесь минимальны. Все русские немцы из нашей выборки, живущие в СНГ, хотели бы жить в «своем» городе. У них также можно отметить совпадение реальной и идеальной идентичности – эти респонденты хотели бы жить в своем городе, который одновременно и является любимым.

Таблица 3

Соотношение реальной и идеальной территориальной идентичности русских немцев – выбор любимого города и города, где хотел бы жить

	РН РФ		РН СНГ		РН Германии	
	Любимый город %	Хотели бы жить %	Любимый город %	Хотели бы жить %	Любимый город %	Хотели бы жить %
В котором живу / свой			100	100		
Раменское	25	25				
Санкт-Петербург	25	0			30	10
Сыктывкар	25	50			50	60
Москва, Калининград	25	25			20	10
Казань					0	10
Родной					20	30
Изменить место проживания в наст. время нереально					0	10

Примечания. РН – русские немцы.

Интересная картина складывается в группе русских немцев, проживающих в Германии, причем у этих респондентов также много совпадений с выбором любимого города. Наиболее популярный ответ здесь – Сыктывкар (60%), далее идут Казань (10%), Санкт-Петербург (10%) и «родной город» (10%). Таким образом, можно сказать, что для всех групп характерно совпадение реальной и идеальной идентичности. Однако если для респондентов первой и второй группы как реальная, так и идеальная идентичность связаны с их местом жительства, то для русских немцев, живущих в Германии, территориальная идентичность в части выбора любимого города и города, предпочитаемого для проживания, связана с

прошлым и не привязана ни к нынешнему месту проживания, ни даже к стране проживания.

Похожая картина складывается и при анализе ответов на вопрос, в каком округе хотели бы жить респонденты. Все русские немцы из второй группы (100%) хотят жить «там, где живут». Русские немцы, проживающие в РФ, указывают на места в городе проживания – «центр» (50%) и «Орбита» (50%), причем «Орбита», как уже указывалось, также выбиралась одним из наиболее значимых мест в городе (33%). Интересно, что одним из самых популярных выборов желаемого места проживания у русских немцев, проживающих в Германии (33%), также является «Орбита». Столько же респондентов этой группы хотели бы жить в центре, 11% хотят жить в пригороде, 11% устраивает место проживания и 12% не знают, в каком округе города хотели бы жить.

Таблица 4

Идеальное место жительства в своем городе

В каком округе вашего города Вы хотели бы жить?	РН РФ %	РН СНГ %	РН Германии %
Там, где живу		100	
Центр	50		33
Орбита	50		33
Пригород			11
Меня устраивает			11
Нет предпочтений			12

Примечания. РН – русские немцы.

Для большинства представителей первой группы идеальным является пригород большого города (75%), для 25% – мегаполис. 100% представителей второй группы выбирают мегаполис, что создает противоречия в их идеальной территориальной идентичности, так как места, где они хотели бы жить, не являются мегаполисами. Никто из представителей первой и второй группы не выбрал малый город в качестве идеального места для проживания. У представителей третьей группы ответы распределились следующим образом – 40% хотели бы жить в малом городе, 30% – в мегаполисе и 30% – в пригороде. Причем именно в этой части ответы респондентов третьей группы более всего соответствуют их реальной жизни (но и идеальным представлениям тоже).

Наиболее значимым в пространстве проживания для большинства респондентов являются люди. Важнее всего люди для русских немцев, проживающих в РФ, – 66% респондентов этой группы выбирают этот ответ. На втором месте для этой группы стоит инфраструктура (25%), на третьем – культура (8%). Во второй группе (русские немцы СНГ) одинаковую значимость в пространстве проживания имеют люди (33%), язык (33%) и культура (33%). В третьей группе можно отметить большее разнообразие ответов – для 33% респондентов также наиболее значимыми являются люди, на втором месте культура (21%), далее идет инфраструктура (16%) и одинаковые значения имеют язык (11%) и окружающий пейзаж (11%).

Анализ результатов, полученных по двум методикам, позволил нам выделить ряд как специфических для каждой группы особенностей, так и общие черты. Общим для всех русских немцев из нашей выборки является наибольшая значимость семьи и дома в структуре как социальной, так и территориальной идентичности. Для всех групп характерной также является крайне низкая значимость таких категорий, как «религия» и «житель своего города». При этом, как уже было сказано выше, для всех групп характерно совпадение реальной и идеальной территориальной идентичности. Несмотря на низкую значимость городской идентичности, респонденты первых двух групп демонстрируют удовлетворенность местом проживания.

Для немцев, проживающих на территории РФ, характерно существенно большее, чем для других групп, разнообразие в выборе предпочитаемых категорий для самоидентификации (на первом месте оказывается 8 из 10 категорий против 5 во второй группе и 3 – в третьей группе). Но при этом количество мест, определяющих содержание территориальной идентичности, как реальной, так и идеальной, ограничено местами их реального проживания. Это может говорить как об их удовлетворенности условиями

проживания, так и об ограниченности их социального пространства. 66% респондентов этой группы не готовы к переезду. Большинство из них (87%) считают русский язык родным, а в структуре социальной идентичности «гражданин» занимает третье место.

Говоря о русских немцах, проживающих в СНГ, прежде всего, хотелось бы отметить, что только для этой группы этническая идентичность является значимой категорией для самоидентификации. Это может объясняться следующими моментами. Изначально в ситуации депортации они попали в среду, сильно отличающуюся с точки зрения не только культуры, но и, что тоже важно, языка, причем после распада СССР эти особенности только увеличились. Причем, как показывают данные методики «Отношение к родному и иностранному языкам», разработанной Т.Д.Марцинковской (результаты которой мы не приводим полностью в данной статье, так как обсуждение результатов выходит за рамки нашей темы), для 100% представителей этой группы родным является русский язык. На настоящий момент русские немцы в СНГ живут в наиболее чужой этносреде, причем в среде этнически более гомогенной, чем в РФ или Германии, и при этом нередко достаточно активно и порой даже агрессивно утверждающей собственную этническую идентичность. То есть они оказываются чужими своему окружению, как по национальности, так и по языку. Будучи вынужденными функционировать в окружении, которое отличается от «них» по многим параметрам, определяемым в данном случае национальными особенностями, – язык, быт и уклад жизни, ценности, они часто чувствуют себя неуютно в попытке преодолеть тревогу и страх быть «самими собой», что приводит к усилению идентификации со своей этнической группой. Социализация представителей этой группы связана, прежде всего, с осознанием себя частью семьи и национальности.

Также интересным представляется, что и реальная, и идеальная территориальная идентичность определяется через понятие «свой» город, без названия. Это может говорить о том, что любимое и желаемое место – это там, где я, где моя семья, дом и работа, а не конкретная территория. Это можно попытаться объяснить через историю принудительной смены места проживания, и часто не одного, в истории этих семей (в результате депортации). Но это предположение нуждается в дальнейшей проверке.

Русские немцы, живущие в Германии, демонстрируют следующие особенности структуры и содержания социальной и территориальной идентичности. Определяя социальное пространство через хронотоп и переживание, субъективное отношение к данной социальной реальности [Марцинковская, 2013], мы можем определить некоторые особенности социального пространства представителей этой группы. Их социальное пространство не расширяется при изменении физического пространства, а многие содержательные компоненты территориальной идентичности остаются теми же, что и тех, кто остался в РФ или СНГ. Большинство русских немцев, живущих в Германии, обращаются не к объективному физическому социальному пространству, а исключительно к субъективному пространству, которое по временной оси привязано к прошлому. Это, прежде всего, связано с проблемами в процессе ресоциализации. Многие в попытке социализации на новом месте столкнулись с тем, что общество их не приняло в качестве своих, полноценных членов своего общества, что является необходимым условием формирования идентичности [Стефаненко, 2014]. Прежде всего, это касается тех, кто не смог состояться в профессии. Таким образом, многие из тех, кто переехал в Германию, не смог выстроить новую целостную идентичность, определяя свое социальное пространство семьей и домом, а также прошлым. Скорее всего, эти особенности характерны для многих из тех, кто переехал в другую страну и культуру во взрослом возрасте, и для эмиграции в целом. Для дальнейших выводов необходим более детальный анализ особенностей выборки, с учетом возраста, возраста переезда, профессии и рода деятельности на новом месте (степени успешности), а также сравнение с другими этническими группами, находящимися в подобных обстоятельствах.

Выводы

1. В структуре социальной идентичности представителей всех трех групп наиболее значимой категорией для самоидентификации является семья. Самые низкие значения для респондентов всей выборки имеют позиции «представитель своей религии» и «житель своего города».
2. В группе русских немцев, проживающих в РФ, второй по значимости является группа «я как представитель профессии», на третьем месте – «гражданин страны». В группе русских немцев,

проживающих на территории СНГ, вторым по рейтингу является выбор «я как представитель национальности», на третьем месте оказывается «профессия». В группе русских немцев, живущих в Германии, на втором месте оказывается «гражданин своей страны», а на третьем – «представитель человечества».

3. Этническая идентичность имеет высокую значимость только в группе русских немцев, проживающих на территории СНГ.

4. Можно отметить ограниченность социального пространства респондентов всей выборки в целом, поскольку присутствует однообразие в выборе мест, определяющих содержание как реальной территориальной идентичности, так и идеальной территориальной идентичности. При этом содержание реальной и идеальной территориальной идентичности совпадает для большинства респондентов всех трех групп.

5. Для русских немцев, проживающих в РФ, территориальная идентичность, как реальная, так и идеальная, определяется прошлым, связана с местами детства и юности и не привязана к физическому социальному пространству.

Литература

Андреева Г.М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2000.

Белинская Е.П. Человек в изменяющемся мире – социально-психологическая перспектива. М.: Прометей, 2005.

Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. М.: Академия, 2001.

Бурдье П. Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетейя, 2005.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995.

Гидденс Э. Социология. М.: Эдиториал, 1999.

Голубева Н.А., Кончаловская М.М. Территориальная идентичность и ценностные ориентации как факторы структурирования социального пространства. Психологические исследования, 2013, 6(32), 7. <http://psystudy.ru>

Марцинковская Т.Д. Социальное пространство: теоретико-эмпирический анализ. Психологические исследования, 2013, 6(30), 12. <http://psystudy.ru>

Марцинковская Т.Д. (Ред.). Идентичность и социализация в современном мире. Сборник методик. М.: МПГУ, 2015.

Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: Учебник для вузов. М.: Аспект Пресс, 2014.

Тэшфел А. Эксперименты в вакууме. В кн.: Современная зарубежная социальная психология. М.: Мос. гос. университет, 1984. С. 229–243.

Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996.

Tajfel H. Social psychology of intergroup relations. Annual Review of Psychology, 1982, Vol. 33, 1–39.

Поступила в редакцию 25 февраля 2018 г. Дата публикации: 29 апреля 2018 г.

Сведения об авторах

Киселева Екатерина Александровна. Кандидат педагогических наук, доцент, заместитель директора, институт психологии им. Л.С.Выготского, Российский государственный гуманитарный университет, Миусская пл., д. 6, 125993 Москва, Россия.

Е-mail: vita_ek@mail.ru

Орестова Василиса Руслановна. Доктор психологических наук, заведующая кафедрой психологии личности, институт психологии им. Л.С.Выготского, Российский государственный гуманитарный университет, Миусская пл., д. 6, 125993 Москва, Россия.

Е-mail: v.r.orestova@gmail.com

[Ссылка для цитирования](#)

Стиль psystudy.ru

Киселева Е.А., Орестова В.Р. Специфика социальной идентичности этнических немцев, проживающих на разных территориях. Психологические исследования, 2018, 11(58), 5. <http://psystudy.ru>

Стиль ГОСТ

Киселева Е.А., Орестова В.Р. Специфика социальной идентичности этнических немцев, проживающих на разных территориях // Психологические исследования. 2018. Т. 11, № 58. С. 5. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг).

[Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка". Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

Адрес статьи: <http://psystudy.ru/index.php/num/2018v11n58/1551-kiseleva58.html>

[К началу страницы >>](#)