

Костяк Т.В. Идентификационные стратегии российских студентов



English version: [Kostyak T.V. Identity strategies of russian students](#)

Психологический институт Российской академии образования, Москва, Россия

[Сведения об авторе](#)
[Ссылка для цитирования](#)

В статье представлены результаты исследования идентичности студентов московских вузов при помощи модифицированной методики самоописаний «Я. Мы. Они». Показано, что социальная идентичность относительно сформирована и в Я-концепциях, и в Мы-концепциях студентов. Большинство обследованных студентов ощущают свою включенность не только в микросоциальные группы (семья, друзья, однокурсники), но и в глобальные социальные общности. Это положение может рассматриваться как благоприятная предпосылка для активной адаптации молодых россиян в условиях современных социальных трансформаций.

Ключевые слова: социальная идентичность, Я-концепция, самописание

Проблема становления личностной и социальной идентичности приобрела особую актуальность в современном российском обществе неопределенности, в котором наряду с утратой большинства традиционных идентификационных моделей начинают формироваться новые механизмы и подходы к самоидентификации и категоризации групп. Коренные изменения общественного строя, всех сфер социальной жизни, социально-экономические, политические и духовные перемены в российском обществе привели к трансформации системы ценностей, качественным и количественным изменениям иерархии социальных групп. Эти и многие другие факторы (отметим смену культурной парадигмы и многократно усилившееся влияние СМИ и СМК, которые стали одним из ведущих агентов социализации подрастающего поколения и молодежи) оказывают влияние на становление идентичности как молодежи в целом, так и отдельных возрастных и социальных групп. В результате социокультурной трансформации, затронувшей российское общество, идентификационное пространство утратило прежние идентификационные границы.

В процессе взаимодействия человека с миром возникает множество вариантов образов Я и возможных ответов на вызовы современной социальной ситуации. Постепенно у человека складывается представление о различных группах идентичности, в которых и происходит его социализация. В структуре гармонично развитой личности множественные образы Я не противоречат друг другу, но выстраиваются в многомерную систему и позволяют человеку конструировать образ мира в соответствии со своими индивидуальными представлениями. Индивидуальные траектории социализации, таким образом, предполагают, что человек свободно выбирает группу, адекватную его идентичности, и стратегии коммуникации с членами этой группы. Однако происходящие в России изменения затрагивают не только социокультурный уровень личностной самоидентификации, но и социогрупповой, вследствие чего индивиды оказались в ситуации «поиска идентичности», а соответственно, и поиска групп, которые помогли бы индивиду сконструировать повседневную идеологию, адекватную новой реальности и предоставляющую защиту и поддержку в условиях социальных трансформаций [Андреева, 1998].

Объектом нашего исследования является идентичность студентов московских вузов. Выбор объекта обусловлен специфическими особенностями студенчества как социальной группы. Отметим главные из них:

- Студенты – это будущие специалисты с хорошим образованием. Их ценностные установки, представления и мировоззрение будут оказывать влияние на перспективы развития общества в

целом.

- Студенты очень чувствительны к изменениям, происходящим в обществе, поэтому могут рассматриваться как «индикатор» процесса трансформации идентичности молодежи.
- Идентичность студентов находится в процессе формирования, поэтому ее изучение может показать не только «точки роста» и позитивные изменения, но и негативные тенденции, которые в дальнейшем могут выявляться и у представителей других возрастных или социальных групп.
- Молодой возраст, образованность, социальная активность, проживание в больших городах, а также сравнительно высокая материальная обеспеченность студентов определяют их высокую адаптивность к происходящим в обществе изменениям.
- Социальная мобильность, этническая неоднородность и принадлежность студентов к разным социальным стратам позволяет изучить ведущие характеристики идентичности и наиболее важные проблемы молодежи.

Организация и методы исследования

Феномен идентичности имеет личностную основу и практически не поддается фиксации с помощью традиционных количественных методов исследования. Наибольшей целесообразностью и оптимальностью обладают качественные методы изучения этого феномена [Баранова, 2002; Климова, 2002].

В нашей работе мы использовали модифицированный вариант методики самоописаний М.Куна и Т.Макпартленда [Кун, Маркпартленд, 1984]. Содержание идентичности изучалось по трем направлениям: «Я» (персональная идентичность), «Мы» (социальная идентичность), «Они» (представление о других общностях).

В исследовании приняло участие 40 студентов московских вузов в возрасте от 19 до 22 лет, из них 18 юношей и 22 девушки.

Анализ идентификационных характеристик респондентов проводился на основе методики, разработанной М.Куном и Т.Макпартлендом, которая была несколько сокращена и адаптирована в соответствии с задачами исследования. Респондентам предлагалось дать по 20 ответов на три вопроса: «Кто я? Какой я?», «Кто мы? Какие мы?», «Кто они? Какие они?». В качестве ответов можно было писать или существительное (человек), или существительное с прилагательным (общительный человек), или просто прилагательное (интересный). Предлагалось отвечать так, как будто человек отвечал самому себе, а не кому-то другому. Располагать ответы следовало в том порядке, в каком они всплывают в памяти без соблюдения каких-либо логических связей.

При обработке полученных данных учитывался тот факт, что провести четко грань между двумя классами идентификации достаточно сложно. Е.П.Абуевская отмечает: «Исследования идентификации показывают, что «Я сам» и «Я в группе» иногда сливаются, то есть их трудно разделить» [Абуевская, 1988, с. 3]. Но, несмотря на прозрачность грани между персональной и социальной идентичностью, на основании ответов респондентов были сформированы три группы классификации: «Я», «Мы», «Они». В структуру социальной идентичности входят такие показатели, как прямое обозначение пола (юноша, девушка; женщина); учебно-профессиональная ролевая позиция (студент, учусь в институте, врач, специалист); семейная принадлежность (дочь, сын, брат, жена и т.д.) или указание на родственные отношения (люблю своих родственников, у меня много родных); этническая идентичность (русский, татарин); гражданство (гражданин, россиянин и др.); местная идентичность (из Ярославля, Костромы, сибирячка и т. д.); мировоззренческая идентичность: конфессиональная, политическая принадлежность (христианин, мусульманин, верующий); групповая принадлежность: восприятие себя членом какой-либо группы людей (коллекционер, член общества).

В структуру персональной идентичности входят такие показатели, как личностные качества, особенности характера, описание индивидуального стиля поведения (добрый, искренний, общительная, настойчивый, иногда вредный, иногда нетерпеливый и т.д.), персональные характеристики (кличка, гороскоп, имя и т.д.); эмоциональное отношение к себе (я «супер», «клеветный»); субъективное описание своих физических данных, внешности (сильный, приятный,

привлекательный); занятия, деятельность, интересы, увлечения (люблю решать задачи); опыт (был в Болгарии).

Результаты исследования

Иерархия компонентов Я-идентичностей в основном состоит из социальных характеристик. В самоописаниях студентов преобладают социальные качества (75%), хотя их доля в индивидуальных самоописаниях может варьировать от 9% до 80%. Полученные в самоописаниях характеристики были ранжированы на основе их распространенности в целом по выборке студентов.

Таблица 1

Иерархия компонентнов Я-идентичности студентов (проценты)

Ранг	Компоненты	Относит. частота
1	Человек	61,9
2	Парень, девушка	60,1
3	Личность	56,8
4	Студент	44,1
5	Друг, подруга	43,9
6	Дочь, сын	39,9
7	Сестра, брат	19,0
8	Представитель этноса, нации	17,9
9	Гражданин РФ	16,6
10	Молодой	13,1
11	Будущий специалист	10,2
12	Индивидуальность	8,9
13	Член общества	8,3
14	Любящий, любимый	7,6
15	Умный	6,3
16	Общительный	5,4
17	Мировоззренческие черты	4,8
18	Симпатичный	4,4
19	Родственник	4,3
20	Муж, жена	4,2

Анализ распространенности этих характеристик в самоописаниях позволил выделить три группы компонентов.

В первую группу включены наиболее значимые для большинства характеристики, которым отдают предпочтение от 39,9% до 61,9% студентов. Чаще всего студенты указывают такие характеристики, как отнесенность к человеческому роду («человек»), полу («юноша, девушка»), психологическому складу («личность», «индивидуальность»), учебной деятельности («студент»), коммуникативно-рекреационной деятельности («друг, подруга»), семейной роли («дочь, сын»).

Во вторую группу были включены характеристики, которые указывают от 10,1% до 19% студентов. Среди таких характеристик в обследованной выборке оказались другие семейные роли («сестра, брат»), этническая принадлежность, гражданство, возрастная категория («молодой»), («будущий специалист»).

В третью группу были включены наименее популярные характеристики. Их указывают от 4,2% до 8,9% обследованных студентов. К этим характеристикам относятся принадлежность к социуму («член общества»), привлекательные качества («любящий, любимый», «умный», «симпатичный», «общительный»), мировоззренческие черты («бескомпромиссный», «честный», «не люблю, когда обманывают»), семейное положение («муж, жена»).

Итак, студенты чаще всего описывают себя при помощи следующих характеристик:

- а) абстрактные глобальные категории («человек», «личность»);
- б) половая идентификация («парень, девушка»);
- в) учебная деятельность и общение («студент», «друг, подруга»);
- г) семейная роль («дочь, сын»).

Изучение компонентов Мы-идентичностей студентов показало, во-первых, сходство в основных характеристиках с описаниями Я-идентичностей, во-вторых, возможность выделения трех групп идентификационных характеристик группы «Мы».

Таблица 2

Иерархия компонентов Мы-идентичностей студентов (проценты)

Ранг	Компоненты	Относит. частота
1	Студенты	71,2
2	Друзья	59,6
3	Люди, жители Земли	49,5
4	Сын / дочь	47,9
5	Молодежь	29,6
6	Группа студентов	24,1
7	Представители будущей профессии	20,7
8	Коллеги по работе	19,5
9	Умные	9,8
10	Общительные	6,9
11	Симпатичные	3,9
12	Мировоззренческие черты	2,5
13	Граждане РФ	1,9
14	Интересы, увлечения	1,6
15	Соседи	1,4
16	Личности	1,2
17	Группы людей	0,9
18	Дети	0,6
19	Москвичи	0,4
20	Активные	0,1

В первую группу включены наиболее значимые для большинства характеристики, которым отдают предпочтение от 47,9% до 71,2% студентов. Чаще всего студенты указывают такие характеристики, как принадлежность к студенчеству («студенты»), к группе общения («друзья»), человеческому роду («люди»), семейной роли («дочь, сын»).

Во вторую группу были включены характеристики, которые указывают от 19,5% до 29,6% студентов. Среди таких характеристик в обследованной выборке оказались возрастная категория («молодежь»), принадлежность к учебной группе («группа студентов», «одногоруппники»), будущая либо уже выполняемая профессиональная роль.

В третью группу были включены наименее популярные характеристики. Их указывают от 0,1% до 9,8% обследованных студентов. К этим характеристикам относятся привлекательные качества («умные», «симпатичные», «общительные»), мировоззренческие черты, интересы и увлечения, гражданство и др.

Согласно полученным данным, социальные категории преобладают в иерархии как Я-идентичностей, так и Мы-идентичностей. Так, лидирующую позицию в иерархии рангов занимает «студенческая» идентификация – ее осознают и в структуре Я-идентичностей, и в структуре Мы-идентичностей

половина респондентов (соответственно 61,9 и 49,5%).

Можно предположить, что преобладание абстрактной категории «студент» – «студенты», символизирующей всеобщность идентификации, подчеркивает такие свойства данной возрастной группы, как глобализм и виртуальность.

Данная идентификация получает свое дальнейшее развитие в группе Мы-идентичностей в идентификации конкретного содержания – с «друзьями, компанией» (59,6%). Эта так называемая дружеско-корпоративная идентификация отражает одну из важных особенностей студенчества: студенты воспринимают себя как определенную корпорацию, в которой тесным образом переплетены учебная деятельность и общение. Осознается данная характеристика и в иерархии Я-идентичностей, хотя несколько ниже, чем в иерархии Мы-идентичностей (43,9 и 59,6% соответственно). Это свидетельствует об устойчивости и стабильности дружеско-корпоративной идентификации.

Эти два доминирующих вида идентификации соотносятся с двумя специфичными для данной категории молодежи видами социальной деятельности: учебной и коммуникативной. Учебной деятельности в вузе непосредственно соответствует номинация «мы студенты». К ней примыкает блок частных идентификаций, связанных с избранной профессиональной сферой, – «мы представители той или иной профессии», «будущие специалисты», «коллеги» (20,7 и 19,5% соответственно), – которые входят в первую десятку ранговых позиций.

На стыке двух указанных видов деятельности наших респондентов (учебной и коммуникативной) образовались такие номинации, как «мы одноклассники, группа студентов» (24,1%).

Однако небольшая доля респондентов, осознающих свою профессиональную идентичность: лишь один из пяти респондентов указал на общность со своими одноклассниками, один из шести – с выбранной профессией, специальностью, а со студентами своего вуза, специальности – всего 3% опрошенных студентов – подтверждает вывод о достаточно высоком уровне абстрактной идентификации современных студентов.

Вторую пару идентификаций в иерархии рангов Мы-идентичностей составляют характеристики: «идентификация с людьми, землянами» – «идентификация с семьей». Почти 50% респондентов идентифицировали себя с данными макросоциальными общностями. Следует признать, что эти номинации дополняются такими же достаточно абстрактными категориями, как принадлежность к группе людей (0,9%), гражданство (1,9%), землячество (0,4%). Это отражает характерный для студенчества как возрастной группы вид идентификации – общечеловеческую идентификацию.

В то же время опрошенные студенты достаточно ясно осознают свою принадлежность к семье как общности, в которой они выступают, прежде всего, в качестве сыновей или дочерей (47,9%) и в меньшей степени – как «дети» (0,6%). Это можно объяснить тем, что категория «дети», скорее всего, входит не в конструкт «родители – сыновья, дочери», а в конструкт «взрослые – дети». Соответственно категория «дети» фиксирует не семейную роль, а возрастной статус и поэтому используется очень редко.

Следующая по значимости категория в структуре Мы-идентичностей – «молодежь» (29,6%). Общечеловеческая идентификация дополняется в иерархии Я-идентичностей идентификацией двумя абстрактными категориями – «человек» (61,9%) и «личность» (56,8%), которые в еще большей степени символизируют обобщенность и умозрительность идентификации, что свойственно данной возрастной группе.

Около трети молодых людей выделили в качестве референтной группы свою поколенческую общность (номинации «молодежь» и т.п.), которая дополняется половой идентификацией Я-идентичности («девушка», «парень»). Эту характеристику назвали более 40% респондентов в иерархии рангов Я-идентичностей. Данные идентификации подтверждают, что период обучения в вузе включает не только получение определенных профессиональных знаний, но и поиск будущих супругов, создание своей семьи. Именно этим обстоятельством объясняется высокий уровень у студентов соотношения себя с полом.

Итак, студенты чаще ощущают общность «Мы» со следующими социальными объектами:

- а) с микросоциальными группами, в которых студенты проводят больше всего времени, с представителями которых чаще всего общаются, – «друзья, компания», «группа студентов», «коллеги, коллектив» (в основном в учебной среде), а также семья;
- б) с глобальным сообществом – «люди, земляне»;
- в) с возрастной группой – «молодежь» и референтными группами «будущие специалисты».

Сопоставление некоторых парных категорий в структуре Я- и Мы-идентичностей показало не только сходство, но и некоторые различия в частоте отдельных характеристик.

Наибольшая разница выявлена в распространенности таких категорий, как «личность» и «гражданство». Это достаточно популярные характеристики в самоописаниях «Я», но практически не встречаются в описаниях «Мы». По-видимому, группа «Мы» идентифицируется по параметру деятельности, полу и возрасту и не воспринимается как сообщество отдельных личностей. Этот факт подтверждает и то, что за категорией «личность» стоит не конкретное содержание (личность как совокупность социально сформированных качеств), а абстрактное понятие. Редкое упоминание гражданства в описаниях «Мы» может быть связано как с тем, что среди студентов есть граждане других государств, так и с тем, что гражданство не является значимой характеристикой группы «Мы».

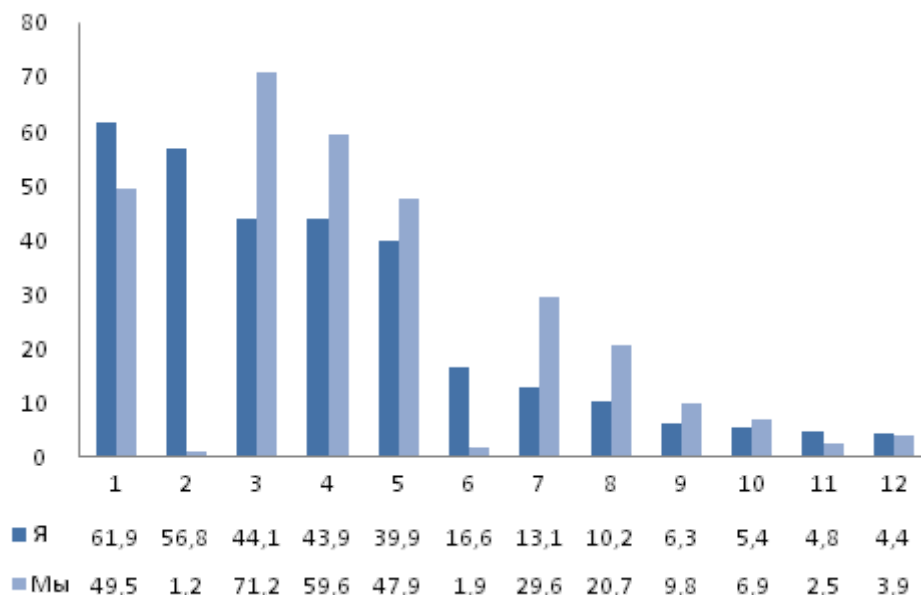


Рис. 1. Парные категории в структуре Я- и Мы-идентичностей (проценты).

1 – человек; 2 – личность; 3 – студент; 4 – друг, подруга; 5 – сын, дочь; 6 – гражданин РФ; 7 – молодой; 8 – будущий специалист; 9 – умный; 10 – общительный; 11 – мировоззренческие черты; 12 – симпатичный.

Существуют различия и в выраженности таких категорий, как «студенты», «друзья», «молодежь», «будущие специалисты». Эти категории чаще встречаются в описаниях «Мы» по сравнению с «Я». Вероятно, данные характеристики являются специфичными именно для группы общения.

Судя по самоописаниям студентов, наиболее предпочитаемые характеристики идентичности сбалансированно представлены в обеих «внутриличностных концепциях» респондентов (как в Я-, так и в Мы-идентичностях). При сопоставлении иерархий двадцати наиболее «популярных» Я- и Мы-характеристик обнаружился целый ряд парных категорий, обозначающих соответствующие частные идентичности личности. Приоритетные места в обеих иерархиях занимают такие пары: «студент – студенты», «человек – люди», «друг (подруга, товарищ) – друзья (компания)», «дочь (сын) – семья», «представитель профессии (будущий специалист) – представители профессии (будущие специалисты)» и др. Заметим, что преобладающее большинство из доминирующих парных номинаций обозначают различные виды социальных идентичностей. Следовательно, среди доминирующих социальных идентичностей наиболее значимы следующие виды: профессиональная

идентичность, дружеская, семейная, поколенческая.

В то же время сопоставление структур Я- и Мы-идентичностей позволяет представить следующую картину личностной идентичности «среднего» студента. Прежде всего отмечаются аскриптивные характеристики: студент является «человеком», осознающим свою половую и этническую принадлежность. Он ощущает себя «личностью», «индивидуальностью» и выделяет те или иные свои социальные роли, социально-психологические характеристики и мировоззренческие черты. В данный период жизни основной вид его социальной деятельности – это учеба, что выражается в осознании своей ролевой идентичности «студент», а также в самовосприятии себя в качестве «представителя выбранной профессии» и «будущего специалиста». Наряду с этим выделяются наиболее важные ролевые идентичности. В микросоциальной среде это, прежде всего, «друг, подруга», затем «сын, дочь». На макросоциальном уровне – он осознает себя «гражданином» своей страны или просто «членом общества».

Анализ описаний группы «Они» позволил выделить категории, по которым студенты идентифицируют другие группы, в которые они не включены, и построить иерархию Они-идентичностей.

Таблица 3

Иерархия компонентов Они-идентичностей (проценты)

Ранг	Компоненты	Относит. частота
1	Люди	74,9
2	Другие, «иные»	60,6
3	Представители противоположного пола	54,5
4	Другой этнос	49,9
5	Взрослые (обладающие жизненным опытом)	24,9
6	Преподаватели	22,1
7	Толпа, масса	20,1
8	Враги	19,5
9	Злые	16,2
10	Страшные, опасные	14,7
11	Незнакомые	13,9
12	Граждане других государств	12,5
13	Соседи	8,9
14	Соперники, конкуренты по бизнесу	7,6
15	Такие, как мы	7,4
16	Инопланетяне	5,2
17	Другие группы людей	4,9
18	Социальные изгои (опустившиеся люди, бомжи)	3,6
19	Приезжие	3,4
20	Необразованные	3,1

Анализ компонентов Они-идентичностей позволил выделить три группы характеристик в зависимости от их распространенности.

В первую группу включены наиболее значимые для большинства характеристики, которым отдают предпочтение от 49,9% до 74,9% студентов. Чаще всего студенты указывают такие характеристики группы «Они», как принадлежность к человеческому роду («люди»), непохожесть, инаковость («другие, иные»), принадлежность к противоположному полу и другой этнической группе.

Во вторую группу были включены характеристики, которые указывают от 12,5% до 24,9% студентов. Среди таких характеристик в обследованной выборке оказались возрастная категория («взрослые»), принадлежность к профессиональной группе («преподаватели»), обезличенная масса людей, толпа;

люди, от которых исходит опасность, и граждане других государств.

В третью группу были включены характеристики, отражающие индивидуальный жизненный опыт студентов. Их указывают от 3,1% до 8,9% обследованных студентов. К этим характеристикам относятся следующие: другие группы людей, соперники, конкуренты, приезжие, люди с более низким социальным статусом и др.

Согласно полученным данным, социальные категории преобладают в иерархии Они-идентичностей так же, как в структуре Я- и Мы-идентичностей. Лидирующую позицию в иерархии рангов занимает «общечеловеческая» идентификация – ее осознают в структуре Они-идентичностей большинство респондентов (74,9%). Можно предположить, что преобладание абстрактной категории «люди», символизирующей всеобщность идентификации, подчеркивает включенность разных групп людей в глобальную общность – «человечество». Данная идентификация получает подкрепление не очень распространенной, но тем не менее существующей характеристикой в идентификации без конкретного содержания – «они – такие же люди как мы» (7,4%). Эта так называемая всеобщая идентификация связывается в структуре Они-идентичностей с категорией «Они – другие, иные, отличаются от нас».

Как в первой, так и во второй ведущей идентификационной характеристике фиксируется абстрактный характер данного сообщества: они – это такие же люди, как мы, только чем-то отличаются от нас (параметры различий не раскрываются). Они – это просто другие люди, которые не входят в группу «Мы», вероятно, по тем показателям, которые являются ведущими в структуре идентификационных характеристик общности «Мы».

Можно предположить, что большинство студентов обладают достаточно смутными представлениями о сообществах людей за рамками их референтных и социальных групп, в пространстве которых происходит их деятельность, общение и развитие. Тем не менее сам факт отличий, инаковости «других» ясно осознается. Кроме того, к этим ведущим характеристикам примыкает частная идентификация «они – толпа, масса», то есть люди, лишённые индивидуальности (21%). Полученные данные позволяют предположить, что в группу «Они» для большинства обследованных студентов входят, прежде всего, другие, непохожие на них и их товарищей, но не интересные им люди.

Эти два доминирующих вида идентификации соотносятся с двумя другими видами идентификации: принадлежностью к противоположному полу и другой этнической группе. Тот факт, что для многих студентов «Они» – это люди другого пола и другого этноса, соотносится с пространством наиболее значимых жизненных событий и вероятных конфликтов: создание пары (семьи) и нахождение своего места в социуме. Опозиция «мужчины–женщины» во многом является стереотипной и отражает расхожие мнения о принципиальной непохожести «мужской» и «женской» психологий; определенную роль в поддержании этой идеи играют СМИ (весьма важный институт социализации молодежи).

Опозиция «одна нация – другая нация» отражает уровень межэтнической напряженности в современном российском студенчестве. Характерно, что категория «они – приезжие» не занимает ведущих позиций в списке идентификационных характеристик Они-идентичностей. По видимому, «Они» для половины респондентов (49,9%) – это россияне с другой этнической идентичностью. К этой характеристике примыкает частная идентификация «они – граждане других государств», которую называют 12,5% студентов. Тот факт, что по распространенности данная характеристика находится примерно на одном уровне с такими идентификационными характеристиками, как «незнакомые» и «соседи», может свидетельствовать в пользу того, что граждане других государств этими студентами воспринимаются нейтрально. Это подтверждает наше предположение о том, что для большинства обследованных студентов «они» – это граждане РФ другой этнической группы, а не иностранцы.

Около четверти опрошенных студентов к группе «Они» относят взрослых, причем не в возрастном, а в социальном аспекте. Взрослые для этих респондентов – это прежде всего люди с жизненным опытом, прочно стоящие на ногах, занимающие определенное (достойное) положение в обществе, ответственные и загруженные проблемами. В этой характеристике раскрывается эмоционально-субъективное восприятие текущего жизненного периода как беззаботного, счастливого времени начинаний, развлечений и низкой ответственности. Для 25% студентов просматривается такая

оппозиция: «мы – веселые, беззаботные студенты» – «они – серьезные, озабоченные взрослые». К этой идентификационной категории примыкает характеристика «они – это преподаватели», дополняющая содержание указанной идентификации «они – взрослые».

От 13,5% до 19,5% студентов указывают на то, что от людей, входящих в группу «Они», исходит угроза: выделяются такие характеристики, как «они – это враги», «злые», «страшные» и др. В данном случае можно говорить об «идентификации от противного»: этим студентам, скорее всего, присуща категоризация аут-групп по принципу «Я и Мы – не такие-то». Респонденты могут локализовать ряд «не своих» общностей, с которыми они точно себя не идентифицируют [Климова, 2002].

Итак, студенты чаще ощущают свои отличия от следующих социальных объектов:

- а) от других, непохожих на них людей, лишенных индивидуальности и не вызывающих интереса (они – это другие, но не интересные люди);
- б) от лиц противоположного пола и представителей других этнических групп;
- в) от представителей другой возрастной и социальной группы («они – это взрослые», «они – это преподаватели»).

Сопоставление полученных данных позволяет выделить «категориальное ядро» Я-, Мы- и Они-идентификаций.



Рис. 2. Категориальное ядро Я-, Мы- и Они-идентификаций.

Выделенное нами категориальное ядро идентификаций представляет собой набор наиболее часто упоминаемых категорий. Категориальное ядро Я-идентификаций включает: абстрактные глобальные категории, личностные характеристики, половую принадлежность, роль друга (подруги), учебные и семейные роли. Категориальное ядро Мы-идентификаций составили: описания близкого социального окружения (группа друзей, коллеги по работе, семья), включенность в глобальное сообщество людей, возрастную и референтную группу. То есть и в социально-групповых, социально-общностных идентификациях респонденты чувствовали не только близость с людьми из своего непосредственного окружения, но и с теми, кто так же молод, получает профессию, задумывается о будущем. Категориальное ядро Они-идентификаций составили: описания неинтересных, непривлекательных людей; лиц противоположного пола, представителей других этнических, возрастных и социальных групп.

Заключение

Сопоставление категорий, используемых студентами в описаниях себя и группы, позволяет судить о степени сформированности идентичности. Можно предположить, что если человек использует одни и

те же социальные категории и при описании себя, и при описании группы, то у него высокий уровень сформированности идентичности. В этом случае ролевые функции становятся частью «Я-концепции». Если же в ответе на вопрос «Кто мы?» он описывает себя категориями, которые отсутствуют в Я-идентификациях, это, скорее всего, свидетельствует о том, что данная социальная идентичность либо ситуативна, либо не интериоризована.

Сопоставление категорий, используемых при описаниях себя и группы, с категориями, используемыми при описании других общностей, показывает две линии разделения общностей: 1) «я и мы – другие, непонятные и неинтересные», 2) «я и мы – представители другой группы (этнической, возрастной, половой, социальной)». Можно предположить, что чем более сформирована идентичность, тем четче и конкретнее будет фокус разделения «мы – они». И, наоборот, у респондентов с несформированной идентичностью «они» скорее всего будут ассоциироваться либо с аморфной группой без ярко выраженных и обозначенных характеристик, либо с неясной угрозой, возможной опасностью. Эти предположения нуждаются в проверке, которая не могла быть осуществлена в рамках настоящего исследования вследствие небольшой выборки респондентов.

Проведенное исследование и анализ общей картины идентификационных стратегий респондентов позволяет сделать следующие выводы.

1. Социальная идентичность относительно сформирована и в Я-, и в Мы-концепциях студентов.
2. Большинство обследованных студентов демонстрируют сравнительно высокую социальную включенность не только в микросоциальные группы, но и в глобальные сообщества.
3. Вышеуказанные тенденции свидетельствуют в пользу благоприятных предпосылок для позитивной социальной идентификации и активной адаптации молодых россиян в условиях современных социальных трансформаций.
4. Определение границ «мы – они» предположительно связано с уровнем сформированности и типом идентичности.

Исследование выполнено при поддержке РГНФ, грант № 08-06-00252а.

Литература

- Абуевская Е.П.* Принадлежность к группе как фактор восприятия личности: Автореф. дис. ... канд. пед. наук. М. 1988. С. 3.
- Андреева Г.М.* К вопросу о проблеме группы в социальной психологии // Вестник Моск. ун-та. Серия 14, Психология. 1998. N 1. С. 41–47.
- Баранова Т.С.* Эмоциональное «Я – Мы» (опыт психосемантического исследования социальной идентичности) // Социология. 2002. N 14. С. 70–101.
- Климова С.Г.* Критерии определения групп «мы» и «они» // Социологические исследования. 2002. N 6. С. 83–94.
- Кун М., Макпартленд Т.* Эмпирическое исследование установок личности на себя // Современная зарубежная социальная психология: Тексты. М. Изд. МГУ. 1984. С. 180–188.

Поступила в редакцию 16 апреля 2009 г.

[Сведения об авторе](#)

Костяк Татьяна Валерьевна. Кандидат психологических наук, доцент; старший научный сотрудник лаборатории психологии подростка, Психологический институт Российской академии образования, ул. Моховая, д. 9, стр. 3, 125009, Москва, Россия.
E-mail: tatianakost@yandex.ru

[Ссылка для цитирования](#)

Костяк Т.В. Идентификационные стратегии российских студентов [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2009. N 4(6). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.20гг).

[К началу страницы >>](#)