

ПСИХОЛОГИЯ

УДК159.99

ИССЛЕДОВАНИЕ СПОСОБОВ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

В. Н. Куликова

В данной работе проверялась гипотеза о существовании связи между вербальными и невербальными способами репрезентации социальной идентичности. Использовались методы: «Графический тест идентичности» А.А. Гудзовской и М.С. Мышкиной (ГТИ), контент-анализ нарративного рассказа «Я – человек». В качестве респондентов выступили школьники, учащиеся 9-х классов, всего 34 человека. В результате анализа эмпирических данных были сделаны следующие выводы. Графический способ социальной идентичности и вербальный способ, содержат сходные черты. Как стало понятно из исследования, в нарративном рассказе среднее количество слов, существенно различается у школьников с разными типами социальной идентичности. И наблюдается некое соответствие, при котором, самые большие показатели количества слов, количества категорийных слов и слов категории «Человек» относятся к типу множественной социальной идентичности. При типе диффузной социальной идентичности показатель количества слов самый низкий, по сравнению с другими группами, остальные показатели низки аналогично. Частое использование слов категории «Я» наблюдается при эгоцентрическом типе социальной идентичности.

Ключевые слова: социальная идентичность, когнитивная репрезентация идентичности, графический тест идентичности, контент-анализ, множественная идентичность.

На планете Земля насчитывается более восьми миллиардов жителей. И за редким исключением, каждый из них находится в окружении других людей, как минимум одного человека. Но на самом деле круг нашего общения значительно больше. С людьми постоянно рядом находятся другие люди. Осознает человек или нет, хочет он того или нет, но он принадлежит к целому ряду социальных групп и сообществ, которые в той или иной степени влияют на самого человека, его поведение, его мировоззренческие установки.

А.В. Петровский говорил, что индивид стремится быть личностью и превращается в личность путем влияния социальной среды. Один тип влияния мы видим, ощущаем, осознаем, другой является бессознательным для нас. Но в любом случае значение окружающей среды для человека неоспоримо и неосценимо [1]. Человек зависит от других людей. У

любого из нас наблюдается два аспекта формирования личности: внутренний и внешний. К первому относится непосредственно личностная идентичность, а второй – это идентичность социальная. Они взаимозависимы, обладают обоюдным влиянием друг на друга. И одно без другого существовать не может.

К сожалению, проблематика социальной идентичности, крайне мало исследована, по ряду разных причин. Активно в психологии заниматься это проблемой стали только в последние годы.

Ценность социальной идентичности отметил Курт Левин в 1948 году. По его мнению, ощущение групповой принадлежности крайне важно человеку для ощущения внутреннего комфорта [2]. Но еще до него стало ясно, что существует какая-то такая нужда и зависимость, присутствующие практически у каждого человека. И в 1920 году о социальной

© Куликова В. Н., 2023.

Куликова Василиса Николаевна (vasilisa121277@gmail.com),

студент III курса психологического факультета Самарского университета,
443086, Россия, г. Самара, Московское шоссе, 34.

идентичности заговорил Уильям Джеймс, подчеркивая, что идентичность, самоотождествление личности представлено двумя составляющими: личностная и социальная. Определение идентичности в двух подходах: социальный и индивидуальный было дано Эриком Хомбургером Эриксоном. Согласно его представлениям, идентичность - это когнитивная система, несущая роль регуляции поведения в определенных условиях [3].

Наконец, Генри Тэджфел и Джон Чарльз Тернер разработали теорию социальной идентичности и теорию самокатегоризации, соответственно, в 1979 году, ввели в эту научную проблематику экспериментальный научный метод [4]. Генри Тэджфел предложил понимать социальную идентичность как важную часть Я-концепции, возникающую из понимания своего членства в определенной социальной группе (группах) вместе с эмоциональным и ценностным знанием, прилагаемым к этому членству.

Проблематика социальной идентичности является максимально актуальной на сегодняшний день. Такая позиция обусловлена огромным значением социальной идентичности для психики человека в частности и состояния общества в целом. На данный момент перед практикующими психологами стоят вопросы, на которые ответы не получены или получены не в полной мере. Как влияет социальная идентичность на продуктивность деятельности, что важно для бизнеса. Как влияет развитие разных компонентов идентичности на эмоциональное благополучие человека, что важно в консультационной психологии; как влияют особенности идентичности на успешность образования, что важно для педагогики и педагогической психологии.

Отечественные психологи стали применять понятие идентичности не так давно – примерно двадцать – двадцать пять лет назад. Теоретическое и эмпирическое изучение ранее им не занималось. К психологам, которые работали над сходной проблематикой, заложили методологические основы исследований в этой отрасли психологии, провели экспериментальные исследования, отметили основные аспекты изучения, относятся: Т.В. Румянцева, А.В. Микляева, Н.Л. Иванова и другие [5–8].

Социальная идентичность – это характеристика индивида с точки зрения его

принадлежности к какой-либо социальной общности, группе (половой, возрастной, этнической и др.). Социальная идентичность рассматривается в рамках двух основных подходов: номотетического и идеографического.

Номотетический подход основан на структурно-функционалистской позитивистской традиции. На методическом уровне исследуемая личность сравнивается с другими и типологизируется в соответствии с существующими социальными группами.

Идеографический подход, который продолжает традиции феноменологической понимающей психологии, ориентирован на описание личности как особой уникальной целостности. В рамках идеографической психологии разрабатываются методические приемы, позволяющие взглянуть на мир глазами другого человека и не просто понять, но и объяснить и научиться предсказывать оценки и отношения конкретных людей. Авторы многих современных исследований сочетают два этих подхода.

Для диагностики характеристик идентичности разработан ряд психодиагностических методик, среди которых:

- методика исследования социальной идентичности (МИСИ);
- графический тест для исследования уровней самосознания С.М. Меджидовой;
- опросник стилей идентичности М. Берзонски [9];
- проективная методика «Рисунок малой группы» Е. К. Агеенковой и А. В. Драпеза [10];
- методика «Символические задания на выявление «социального Я» (Б. Лонг, Р. Зиллер, Р. Хендерсон).

Целью настоящего эмпирического исследования явилось определение взаимосвязи характеристик вербального и невербального способа репрезентации социальной идентичности.

В качестве гипотезы исследования проверялось предположение о существовании связи между вербальными и невербальными способами репрезентации социальной идентичности.

Процедура проведения исследования

Исследование осуществлено на базе типичной городской школы г. Самары. В нем приняли участие учащиеся двух девятого классов, всего 34 человека, из которых 13 человек девушки и 21 – юноши. Возраст

обследованных 14–15 лет. Форма проведения – групповая, после получения предварительного письменного согласия родителей на тестирование.

Использовались следующие методы: Контент-анализ нарративного рассказа «Я – человек» и «Графический тест идентичности».

Нарративный рассказ «Я – человек». Респондентам предлагался чистый лист бумаги формата А4 и стандартная инструкция. Текст инструкции: «Что для вас значит выражение «Я – человек»? Подумайте и дайте письменный ответ в виде свободного рассказа. что значат для Вас эти слова? Как Вы их понимаете? Каждый должен написать то, что считает важным и нужным. Грамматические и орфографические ошибки не имеют значения». Респонденты отвечали в письменной форме, время не ограничивалось, по факту не превышало 20 минут. В данном методе очень важна свобода выражения мысли респондентов. Поэтому при возникновении вопросов у респондентов, повторялся текст инструкции, делался акцент на неважности ошибок, выражалась эмоциональная поддержка: «Все, что Вы пишете – важно и интересно. Не обращайте внимания на ошибки».

Обработка проводилась с помощью контент-анализа, было выделено 28 категорий ответов [5]. Главными показателями для этого исследования мы взяли количество слов в рассказе, количество категориальных слов, количество слов «человек», количество местоимений «Я» и производных от него.

Графический тест идентичности А.А. Гудзовской и М.С. Мышкиной (ГТИ) [5]. Респондентам предлагался чистый лист бумаги формата А4 и инструкция: инструкции: «Вам нужно на листе нарисовать 6 кругов, каждый из которых обозначает одну из категорий: Я, Семья, Группа, Самара, Россия, Все люди. Нарисуйте для каждого из элементов круг на этом листе, где Вам захочется и подпишите его. Круги могут быть разных размеров, по-разному располагаться на листе и друг относительно друга».

В случае возникновения дополнительных вопросов у респондентов, цитировался заново текст инструкции и предлагалась эмоциональная поддержка: «Любой Ваш рисунок будет важен, не имеет значения правильность нарисованных кругов».

Показателями этой методики являются диаметры кругов и оценка типа социальной идентичности по взаимному расположению кругов. Выделяют следующие четыре типа социальной идентичности.

1) Диффузная (ДИ): все круги одинакового размера. В этом случае для респондента значимость социальных групп является не актуальной. Все группы воспринимаются индифферентно, одинаково, что говорит об отсутствии личной окрашенности групп из предложенного списка. Этот тип социальной идентичности самый незрелый.

2) Эгоцентрическая (ЭИ): круг, изображающий себя – «Я» – является самым большим по сравнению с остальными общностями. Для такого респондента самая большая значимость придается себе.

3) Иерархическая (ИИ): все круги изображаются разных размеров, соответствующих условной величине общности, которую он обозначает. Для респондента изображенные общности имеют разную субъективную значимость.

4) Множественная (МИ): круг «Я» является входящим (или пересекающимся) одновременно в другие круги. Рисунок передает осознанность респондентом собственной включенности в разные общности одновременно. Множественная идентичность является зрелым типом социальной идентичности.

Результаты и их обсуждение

Для возрастной группы девятиклассников наиболее важной категорией при вербальной репрезентации идентичности является категория «Я» (в среднем 4,68 слов). Т.е. для большинства респондентов идентичность заключается прежде всего в них самих. Следующей по значимости идет категория «Человек» (в среднем, 2,97), что означает освоенность такой идентичности.

Категория «семья» при вербальной диагностике идентичности находится на третьем месте по встречаемости и значимости (в среднем 0,09 слов для всех сочинений). Категории: «Класс», «Самара», «Россия» являются неактуальными у современных девятиклассников и практически не используются в нарративном рассказе.

Данные о представленности разных типов социальной идентичности представлены на рисунке 1.

В связи с тем, что по результатам исследования, у общего потока лидирует иерархическая социальная идентичность, то респонденты, в общем, склонны к дифференциации групп идентичности. Таким образом, опытным путем выяснено, что разные категории идентичности имеют разное значение для учащихся девятого класса и занимают разное место по частоте представленности.

На рисунке отражено среднее количество слов, которые использовали в нарративных рассказах респонденты: от 15 (в группе с диффузной идентичностью) до 81 (в группе с множественной идентичностью). Таким образом, можно говорить о связи вербального и графического способов репрезентации идентичности. Большое количество слов в рассказе о себе как человеке свидетельствует о том, что респондент хорошо знаком с

предметом рассказа, находит в нем много разных сторон и аспектов.

Сравнение вербального и графического методов диагностики социальной идентичности показало взаимосвязь для таких социальных общностей как «человек», «семья» с выраженностью персональной идентичности.

Как видно из рисунка 2, среднее количество слов, использованных в нарративном рассказе, существенно различается у школьников с разными типами социальной идентичности. Множественная социальная идентичность – наиболее зрелый тип. Ему соответствует самый большой показатель «количество категорийных слов» и слов категории «Человек». Диффузная идентичность – самый психологически незрелый тип – общее количество слов – самое низкое (15 слов), также, как и остальные показатели. Для эгоцентрического типа социальной идентичности характерно наиболее частое использование слов категории «Я».

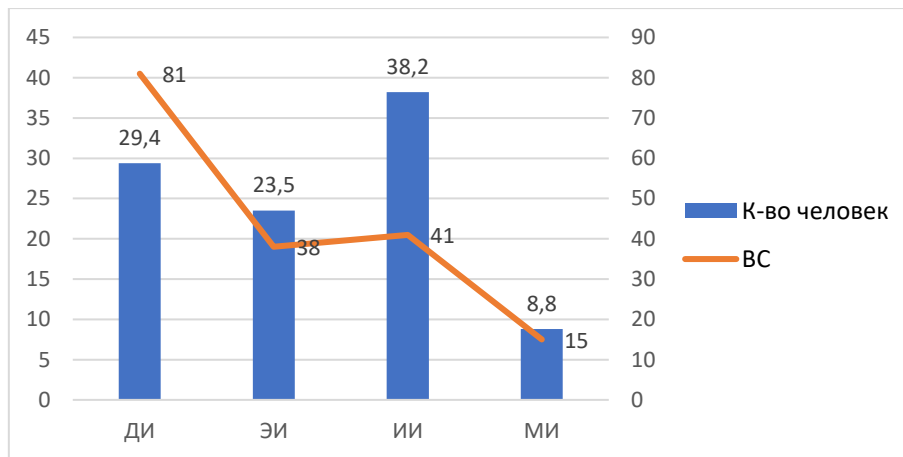


Рис. 1. Частота встречаемости разных типов социальной идентичности и среднее количество слов в рассказе (график)

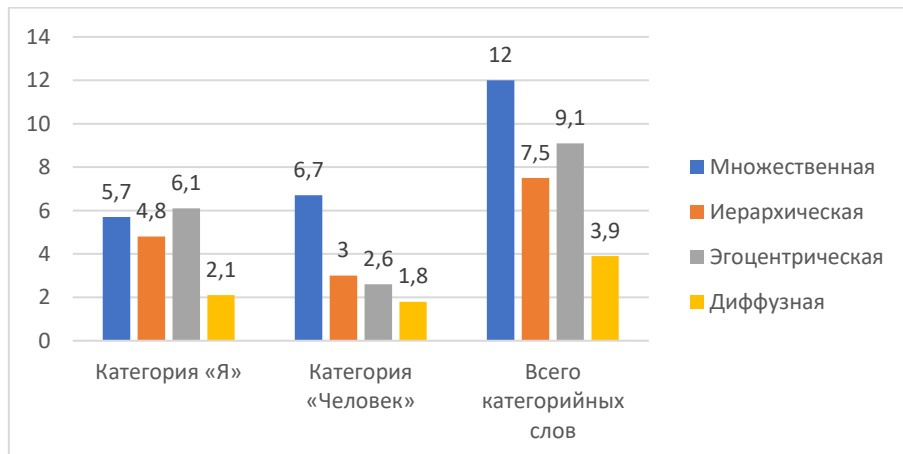


Рис. 2. Использование категорий респондентами с разным типом социальной идентичности

Гипотеза исследования подтвердилась. Вербальный и графический способы репрезентации идентичности имеют черты сходства.

Тема социальной идентичности является актуальной особенно в периоды динамичных изменений в обществе. Социальная идентичность отражает сформированность чувства принадлежности к той или иной социальной группе.

Заключение

Таким образом, целью исследования был анализ взаимосвязи между показателями разных методик: вербальной и графической. Цель исследования достигнута. Сравнительный анализ разных способов репрезентации идентичности показал, что эти способы имеют под собой единое основание, требующее дополнительных исследований.

Практическая значимость работы состоит в том, что подобные исследования можно проводить почти в любой сфере деятельности общества. Это может касаться личных отношений, профессиональной сферы, например, при выборе профессии и т.д. любого рода социальных взаимоотношений. Подтверждение гипотезы говорит о том, что подобный метод можно применять в психоанализе, как индивидуального плана, так и группового. Более того, можно увеличивать охват аудитории респондентов. Так как для проведения исследования не нужны какие-либо особые условия. А результат достаточно быстро интерпретируется.

Особенно удачным может оказаться исследование групп респондентов в лонгитюдных методах. Это будет важно в педагогической деятельности, а также в социологических исследованиях. Иногда человек сам не понимает, что с ним происходит, не может расставить акценты в своей жизни. Благодаря подтвердившейся гипотезе, ему, при помощи специалиста, конечно, можно будет четко

осознать свое место в окружающей среде, понять, что является для него значимым, расставить приоритеты.

Литература

1. Петровский Артур Владимирович / В. А. Петровский [и др.] // Культурно-историческая психология. 2008. Т. 4. № 2. С. 112–118.
2. Антонова Н. В. Проблема личностной идентичности в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии // Вопросы психологии. 1996. № 1. С. 131–143.
3. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Флинта, 2006. 341 с.
4. Turner J.C. Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior, 2010. С. 243–272.
5. Гудзовская А. А. Психология социальной зрелости: монография. Самара: СИПКРО, 2014. 256 с.
6. Иванова Н. Л. Проблема психологического анализа социальной идентичности // Психология. 2006. Том 3. № 4. С. 14 – 38.
7. Иванова Н. Л., Румянцева Т. В. Социальная идентичность: теория и практика. М.: Изд-во СГУ, 2009. 453 с.
8. Микляева А. В., Румянцева П. В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: Монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. С. 8–47.
9. Белинская Е. П., Бронин И. Д. Адаптация русскоязычной версии опросника стилей идентичности М. Берзонски // Психологические исследования. 2014. Т. 7. № 34. 12 с. DOI:10.54359/ps.v7i34.630
10. Агеенкова Е. К., Драпеза А. В. Проективная методика. Рисунок малой группы [Электронный ресурс]. URL: <http://psylist.net/promet/rimalgro.htm> (дата обращения: 18.02.2023).

THE STUDY OF THE WAYS OF REPRESENTATION OF SOCIAL IDENTITY

V. N. Kulikova

This work tested the hypothesis that there is a connection between the verbal and non-verbal ways of representation of social identity. We used the following methods: "Graphic Identity Test" by A.A. Gudzovskaya and M.S. Myshkina (GTI), content analysis of the narrative story "I am a person". The respondents were schoolchildren, students of the 9th grade, a total of 34 people. The following conclusions were drawn as a result of the analysis of the empirical data. The graphic way of social identity and the verbal way, contain similar features. As it became clear from the study, the average number of words in a narrative story, significantly differs among students with different types of social identity. And a kind of correspondence is observed, in which, the highest indicators of the number of words, the number of category words and words of the category "Person" refer to the type of multiple social identity. At the type of diffuse social identity the indicator of the number of words is the lowest, in comparison with other groups, other indicators are low similarly. Frequent use of words of the category "I" is observed in the egocentric type of social identity.

Key words: social identity, cognitive representation of identity, graphic identity test, content analysis, multiple identities.

Статья поступила в редакцию 30.07.2023 г.