

УДК 159.9

Чистовский Д.И.

*Московский государственный психолого-педагогический университет
127051, г. Москва, ул. Сретенка, д. 29, Российская Федерация*

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ОБ ИНГРУППЕ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Аннотация. В статье приводятся данные микроисследования социальных представлений московских студентов об ингруппе в структуре гражданской идентичности у московских студентов. Изучение гражданской идентичности является актуальной задачей в рамках реализации государственной политики. Важным аспектом изучения этой проблемы является выявление ингруппы, которая в том числе определяет направленность гражданской идентичности. Последние эмпирические исследования ингруппы в России были проведены в начале 2000-х гг., поэтому важно изучить вопрос на актуальном материале. Микроисследование было проведено с помощью метода свободных ассоциаций. Результаты были проанализированы по частоте появления понятия в ответах респондентов и рангу появления понятия. Из предложенных для ассоциации понятий ингруппой для идентификации являются «Россия» и «россияне». Таким образом, гражданская идентичность московских студентов является государственной (когда понятия нации и государства в понимании респондентов совпадают).

Ключевые слова: гражданская идентичность, национальная идентичность, ингрупповая идентификация, микроисследования социальных представлений, ингруппа.

D. Chistovsky

*Moscow State University of Psychology & Education
29, Sretenka st., Moscow, 127051, Russian Federation*

STUDENTS' SOCIAL REPRESENTATIONS ABOUT THE IN-GROUP WHILE RESEARCHING CIVIL IDENTITY

Abstract. The article presents data of microanalysis of Moscow students' social representations about the in-group inside the civil identity structure. The study of civic identity is an urgent problem of the state policy implementation. An important component of researching this problem is to identify the in-group, which includes civil identity orientation. Recent empirical studies of the in-group in Russia were conducted in the early 2000's, so it is important to consider it taking into account the current material. The microanalysis is conducted with the use of the free association method. The results were analyzed according to the frequency

of occurrence of the concept in the respondents' answers, and according to the emergence of the concept rank. "Russia" and "Russians" are among the concepts proposed for the association of concepts by the in-group. Thus, Moscow students' civil identity is a state identity (when concepts nation and state coincide with each other in respondents' understanding).

Keywords: civil identity, national identity, in-group identification, microanalysis of social representations, in-group.

В настоящее время в свете реализации государственной политики весьма актуальным является изучение гражданской идентичности. Так, государственная программа «Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016–2020 годы», утверждённая постановлением Правительства Российской Федерации от 30.12.2015 № 1493, отмечает важность формирования российской гражданской идентичности при патриотическом воспитании обучающихся. С принятием федерального закона от 22.10.2013 № 284-ФЗ в сферу полномочий органов власти всех уровней вошли вопросы укрепления гражданского единства, которое невозможно без формирования гражданской идентичности. Согласно федеральным государственным образовательным стандартам, одним из целевых ориентиров общего образования на всех его уровнях является формирование у школьников патриотизма и гражданской идентичности. В научных исследованиях последняя описывается с помощью двух из основных феноменов теории социальной идентичности – ингрупповой идентификации и отношения к аутгруппе, которые определяют направленность гражданской идентичности. Поэтому при изучении гражданской идентичности и в практической работе по её формированию возникает вопрос о том, с какой ингруппой идентифицируют себя респонденты. Об этом в социальной психологии и социологии имеются различные точки зрения.

Сразу стоит отметить различное понимание гражданской идентичности в зарубежных и отечественных психологии и социологии, поскольку это влечёт за собой различие и в понимании ингруппы для данных областей исследования. Если в западной науке понятия национальной (гражданской) и государственной идентичности совпадают, то в российской – они разведены. Это связано с тем, что в западном обществе совпадают и такие термины, как гражданство (сообщество граждан государства) и нация, поскольку в Европе и Америке формирование политической нации-государства было связано со становлением самоуправляющегося народа, отчего государственная и гражданская идентичности сложились как равнозначные [6, с. 19; 7, с. 104]. В России, где государство доминировало над

гражданским обществом, государственная идентичность (идентификация с государством – Россией) была прочнее, чем гражданское самосознание россиян [4, с. 13–14].

На отечественной выборке исследования по определению ингруппы проводились при изучении гражданской идентичности в 1990-х гг. и начале 2000-х гг. Так, согласно исследованиям под руководством Л.М. Дробижевой, в этот период в российских национальных республиках и регионах со смешанным этническим населением прослеживается изменение в гражданской (национальной) идентификации – увеличение общности как с гражданами России, так и со своим этносом [4, с. 18].

В эмпирических исследованиях Е.Н. Даниловой, проведённых в 1998 г. и 2002 г., гражданская идентификация связывается с такими уровнями и формами отношений с государственными институтами и институтами гражданского общества, как «граждане России», «россияне», а также с надгосударственными идентификациями «европейцы» (граждане Европы) и «всё человечество» (граждане мира). Локальные идентификации в России, связанные с местными поселениями («жители одного поселения, местности»), не выявлены. По данным Е.Н. Даниловой, в России идентификация с государством и этносом идёт наравне с гендерной и семейной. Так, на первом месте в идентификации респондентов в России выступают такие понятия, как «Гражданин России», «Мужчина / Женщина» и «Русский». Близость (соотнесение себя с «мы-группой») по этническому признаку с «людьми моей национальности» (более 70%) представлена в ответах чаще, чем с «россиянами» (более 60%) [3, с. 77–79]. Доля гражданских идентификаций в сравнении с этнокультурными у россиян выше, хотя россияне в большей степени выражают идентичность именно с государством – и с современным российским, и с бывшим советским [3, с. 108].

После публикации результатов указанных работ в России не проводились эмпирические исследования по определению ингруппы для изучения гражданской идентичности. Поэтому в целях актуализации данных возникла необходимость в определении ингруппы для исследований гражданской идентичности в настоящее время.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках изучения гражданской идентичности студентов нами было проведено исследование содержания представлений о таких понятиях, как «Россия», «Россияне», «Граждане России», «Жители России», использовавшиеся в указанных выше исследованиях. Респондентами выступили 36 московских студентов, обучающихся на первом и втором курсах по направле-

ниям подготовки «Организация работы с молодёжью» и «Психолого-педагогическое образование» (уровень бакалавриата).

Целью исследования было выявление структуры (ядра и периферии) социальных представлений об ингруппе, к которой относят себя студенты при гражданской идентификации.

Методологической основой исследования является подход Ж.-К. Абрика (школа Экс-ан-Прованса) к изучению социальных представлений. Этот подход основан на ассоциативных методиках. Они позволяют получить символический материал, являющийся основным для анализа представлений [2, с. 10]. Исследование с использованием этого подхода включает два этапа – выявление содержания представления по средствам метода свободных ассоциаций и формирование гипотезы о строении его ядра [2, с. 10, 13].

В ходе исследования респондентам предлагается назвать 3–5 ассоциаций с указанными понятиями. Полученные ассоциации, были проанализированы согласно теории П. Вержеса по двум параметрам:

- частота появления понятия в ответах респондентов (сколько раз оно было названо испытуемыми),
- ранг появления понятия (каким по счёту оно было в перечне ассоциаций у конкретного респондента).

Первый показатель является критерием консенсуса, являющегося одним из определяющих ингрупповую идентификацию в теории социальной идентичности. Второй же критерий определён законом К. Марба о прямой зависимости между частотой употребления ассоциации и скоростью её появления. На основе этого показателя можно судить о значимости понятия для респондента [2, с. 11–12].

РЕЗУЛЬТАТЫ

При обработке данных был выделен перечень ассоциаций, связанных с понятиями «Россия», «Россияне», «Граждане России», «Жители России», с указанием для каждой из них частоты появления (количества употреблений испытуемыми) и среднего ранга (среднего арифметического порядкового номера в ассоциативных рядах респондентов). По медиальным значениями частоты и среднего ранга понятий (при пересечении их медиан) выделяется четыре области, как показано в таблице 1.

Таблица 1

Схема представления результатов методики П. Вержеса

Частота понятий	Ранг понятий	
	низкий (<среднего ранга)	высокий (≥среднего ранга)
высокая частота понятия (≥медианы частоты)	Область I	Область III
низкая частота понятия (<медианы частоты)	Область II	Область IV

Ядром исследуемых представлений являются те элементы, которые располагаются в первой области. Это «стереотипы и прототипы, ассоциирующиеся с объектом», имеющие наибольшее число связей с другими элементами представления и за счёт этого выполняющие функцию организации представления [2, с. 11–12]. Ядро обуславливает структуру всего представления и описывается такими характеристиками, как стабильность и устойчивость к изменениям. Ядро представления в своей сути связано с ценностями и нормами группы [5].

Остальные три области создают периферию представлений, которую можно разделить на два уровня. К первому из них (так называемой первой периферической системе) относятся ассоциации второй и третьей областей – важные или по своему рангу (элементы, высказанные меньшинством в первую очередь в отношении объекта представления), или по частоте упоминания (элементы, которые ассоциируются с объектом у значительного числа респондентов, но не в первую очередь). Они являются потенциальной зоной изменения, источником потенциального изменения и трансформации представления. Последняя область (ассоциации с высоким рангом и низкой частотой) – вторая (собственно) периферическая система [2, с. 12].

Приведём распределение ассоциаций, полученных в нашем исследовании, по представленным областям согласно методике П. Вержеса.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АССОЦИАЦИЙ С ПОНЯТИЕМ «РОССИЯ»

Понятие «Россия» в ходе эмпирического исследования вызвало 66 ассоциаций. В зону ядра и периферии представления о России вошли 25 ассоциаций (37,88% от общего числа ассоциаций, высказанных респондентами). Проанализировав содержание ядра представления о России, мы можем сделать вывод о том, что в сознании респондентов Россия ассоциируется с такими понятиями, как «родина», «страна», «большая, огромная, широкая», «великая», «могучая», «береза», «природа», «Русь», «матушка», «леса», «поле» (табл. 2).

Таблица 2

Структура понятия «Россия»

Частота понятий	Ранг понятий	
	низкий (<среднего ранга)	высокий (≥среднего ранга)
высокая частота понятия (≥медианы частоты)	родина (22; 1,5) страна (13; 2,08) большая, огромная, широкая (7; 2,57) могучая (4; 2) береза (4; 1,75) природа (4; 1,5) Русь (4; 2) леса (3; 2,33) матушка (3; 2,33) поле (3; 2,67)	Москва Путин гордость матрешка
низкая частота понятия (<медианы частоты)	государство Кремль Медведь мороз	деревня империя красивая Крым многонациональная страна шапка-ушанка

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АССОЦИАЦИЙ С ПОНЯТИЕМ «РОССИЯНЕ»

Понятие «Россияне» вызвало 68 ассоциаций. В зону ядра и периферии представления о россиянах вошли 11 ассоциаций (16,18% от общего числа ассоциаций, высказанных респондентами). В ядре представления о россиянах находятся такие понятия, как «народ», «жители», «патриотизм, патриоты», «сила, сильные духом, сильные люди», «дружелюбные, дружба», «сплочение, сплоченность» (табл. 3).

Таблица 3

Структура понятия «Россияне»

Частота понятий	Ранг понятий	
	низкий (<среднего ранга)	высокий (≥среднего ранга)
высокая частота понятия (≥медианы частоты)	народ жители патриотизм, патриоты сила, сильные духом, сильные люди дружелюбные, дружба сплочение, сплоченность	граждане, гражданин, гражданство Путин семья, семьянин
низкая частота понятия (<медианы частоты)	гостеприимные отвага доброжелатели, добрые люди	могущество отзывчивые брат, братья национальность, нация стойкий народ, стойкость

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АССОЦИАЦИЙ С ПОНЯТИЕМ «ГРАЖДАНЕ РОССИИ»

Понятие «Граждане России» вызывает 91 ассоциацию, причём в ядро понятия попало только 3 ассоциации (люди, граждане, закон), в первую периферийную систему – 4 ассоциации (народ, гордость, демократия, свободные), а в периферию – 6 (табл. 4).

Таблица 4

Структура понятия «Граждане России»

Частота понятий	Ранг понятий	
	низкий (<среднего ранга)	высокий (≥среднего ранга)
высокая частота понятия (≥медианы частоты)	люди граждане РФ, своей страны, гражданство закон	народ
низкая частота понятия (<медианы частоты)	гордость демократия свободные	военные патриоты страны, патриотизм ответственные люди, ответственность за себя и за других талантливые, талант паспорт русский

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АССОЦИАЦИЙ С ПОНЯТИЕМ «ЖИТЕЛИ РОССИИ»

Понятие «Жители России» в ходе эмпирического исследования вызвало 78 ассоциаций, причём в ядро понятия попала только 1 ассоциация («доброта»), в первую периферийную систему – 6 ассоциаций («многонациональность», «сильные», «все, кто живет в России», «город», «деревня», «разнообразие»), а в периферию – 9 (табл. 5).

Таблица 5

Структура понятия «Жители России»

Частота понятий	Ранг понятий	
	низкий (<среднего ранга)	высокий (≥среднего ранга)
высокая частота понятия (≥медианы частоты)	доброта	многонациональность сильные
низкая частота понятия (<медианы частоты)	все, кто живет в России город деревня разнообразие братство гордость русские	бедные гостеприимство приезжие взаимопомощь волевые герои национальность сельское сплоченность

ОБСУЖДЕНИЕ

Сравнение содержания и структуры представлений об изучаемых понятиях позволяет сделать вывод о том, что представления студентов в отношении понятий «Россия» и «россияне» более согласованы и однородны, чем представления о гражданах и жителях России. У первой пары понятий в ядре представлено больше составляющих, чем у второй пары – по отношению к понятиям «граждане» и «жители России» было высказано сравнительно большее количество уникальных (неповторяющихся) ассоциаций.

При анализе полученных данных стоит учитывать два фактора. В первую очередь отметим, что составляющие ядра представления невозможно отделить от самого объекта представления, потому что они являются его символами [2, с. 14]. С другой стороны, одним из компонентов ингрупповой идентификации является сплочённость (единение), которая помимо прочего включает в себя разделение членами группы общих ценностей и целей [1, с. 144–145]. В отечественных социальных исследованиях в национальное

самосознание включаются не только отнесение себя к той или иной национальности, но и автостереотипы, т. е. представления о национальности, её языке, культуре, истории, территории и государственности [4, с. 11]. Поэтому мы можем заключить, что из предложенных для ассоциации понятий ингруппой для идентификации являются «Россия» и «россияне».

Сравнения полученные нами результаты с данными указанных исследований, можно заключить, что гражданская идентичность московских студентов 2010-х гг. не претерпела значительных изменений по сравнению с 1990-ми гг. и является государственной (когда понятия нации и государства в понимании респондентов совпадают).

ЛИТЕРАТУРА

1. Агадуллина Е.Р., Ловаков А.В. Модель измерения ингрупповой идентификации // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2013. Т. 10. № 4. С. 143–157.
2. Бовина И.Б. Стратегии исследования социальных представлений // Социологический журнал. 2011. № 3. С. 5–23.
3. Данилова Е.Н. Гражданские и этнические идентификации в России и Польше // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России / отв. ред. В.С. Магун. М.: Издательство Института социологии РАН, 2006. С. 74–102.
4. Дробижева Л.М. Государственная и этническая идентичность: выбор и подвижность // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России / отв. ред. В.С. Магун. М.: Издательство Института социологии РАН, 2006. С. 10–29.
5. Муращенкова Н.В. Структура социальных представлений молодежи об экстремизме и патриотизме [Электронный ресурс] // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. № 12(20). URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/12/murashchenkova.pdf> (дата обращения: 18.01.2017).
6. Хухлаев О.Е. Психология национализма в зарубежных исследованиях // Социальная психология и общество. 2012. № 4. С. 15–29.
7. Черныш М.Ф. Этнические и общегражданские ценности в сознании россиян // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России / отв. ред. В.С. Магун. М.: Издательство Института социологии РАН, 2006. С. 103–113.

REFERENCES

1. Agadullina E.R., Lovakov A.V. The Measurement Model of In-Group Identification. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki* [Psychology. Journal of the Higher School of Economics], 2013, vol. 10, no. 4, pp. 143–157. (in Russ.)
2. Bovina I.B. Strategy for the Study of Social Representations. *Sotsiologicheskii zhurnal* [Sociological Journal], 2011, no. 3, pp. 5–23. (in Russ.)
3. Danilova E.N. Civil and Ethnic Identifications in Russia and Poland. *Grazhdanskie, etnicheskie i religioznye identichnosti v sovremennoi Rossii* [Civil, Ethnic and Religious Identity in Modern Russia]. Moscow, Publishing House of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2006, pp. 74–102. (in Russ.)

4. Drobizheva L.M. State and Ethnic Identity: Choice and Mobility. *Grazhdanskie, etnicheskie i religioznye identichnosti v sovremennoi Rossii* [Civil, Ethnic and Religious Identity in Modern Russia]. Moscow, Publishing House of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2006, pp. 10–29. (in Russ.)

5. Murashchenkova N.V. Structure of Social Representations of Youth about Extremism and Patriotism. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem (elektronnyi nauchnyi zhurnal)* [Modern Research of Social Problems (Electronic Scientific Journal)], 2012, no. 12(20). (in Russ.) Available at: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/12/murashchenkova.pdf> (accessed 18.01.2017).

6. Khukhlaev O.E. The Psychology of Nationalism in Foreign Studies. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2012, no. 4, pp. 15–29. (in Russ.)

7. Chernysh M.F. Ethnic and Civic Values in the Minds of Russians. *Grazhdanskie, etnicheskie i religioznye identichnosti v sovremennoi Rossii* [Civil, Ethnic and Religious Identity in Modern Russia]. Moscow, Publishing House of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 2006, pp. 103–113. (in Russ.)



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Чистовский Дмитрий Иванович – преподаватель, редактор управления «Пресс-служба», аспирант кафедры этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования Московского государственного психолого-педагогического университета, редактор управления «Пресс-служба»; e-mail: d.chistovskij@gmail.com

Chistovskii Dmitrii I. – Lecturer, Editor of “Press Service” Board, Postgraduate Student of the Department of Ethnic Psychology and Psychological Problems of Multicultural Education, Moscow State University of Psychology & Education, Editor of “Press Service” Board; e-mail: d.chistovskij@gmail.com



ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / THE CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Чистовский Д.И. Социальные представления студентов об ингруппе при исследовании гражданской идентичности // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 1. URL: www.evestnik-mgou.ru

Chistovsky D.I. Students' Social Representations about the In-Group while Researching Civil Identity. *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2017, no. 1. Available at: www.evestnik-mgou.ru