

Структура социальной идентичности молодёжи Юга России¹

Л.В. Клименко,
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Юг России формируется как макрорегион на протяжении последнего столетия и обладает сложным многосоставным содержанием, включающим выраженные этнические, конфессиональные, лингвистические, этнохозяйственные компоненты. От других регионов РФ его отличает противоречивая история межкультурного взаимодействия, неоднородность локальных и субрегиональных единиц по выделенным параметрам и по длительности вхождения в состав нового административного образования – Южного федерального округа. В этих условиях актуальной является проблематика изучения структуры множественной социальной идентичности населения ЮФО по осям фиксирования личностной (когнитивной) и групповой (эмоциональной) идентификаций, определение соотношения государственного, примордиального, этнического и регионального компонентов в её составе, исследование этнической, территориальной и возрастной специфики региональной идентификации.

Изучение идентичности показывает ее сложную природу. В исследовании выделено семь позиций, по которым происходит самоотождествление индивида²: 1) положение в аскриптивных группах (половозрастных, семейных, расовой); 2) принадлежность к различным формам культурных групп (цивилизационной, этнической, конфессиональной); 3) принадлежность к реликтовой государственной системе (нации); 4) территориально-региональная принадлежность (поселенческие общности разного уровня – село, город, субъект федерации); 5) профессиональная (экономическая) группа; 6) мировоззренческая принадлежность (партия, группа интересов, идеологическое течение); 7) круг социального общения (приятельская компания, друзья коллеги, по работе и пр.).

Операциональными для задач настоящего исследования явились социологическая схема формирования идентичности индивида, описанная З. Бауманом, и типология идентичности предложенная М.Н. Губогло.

С точки зрения З. Баумана на основании эмпатийной близости и интенсивности контактов формируются первичные группы, которые обеспечивают психологическую

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Идентичность населения Юга России: соотношение общероссийского, регионального и этнического компонентов», проект 11-33-00375а2.

² Денисова Г.С., Дмитриев А.В., Клименко Л.В. Южнороссийская идентичность: факторы и ресурсы. Москва: Альфа-М, 2010.С. 10-11.

безопасность и комфорт и воспринимаются как изначально и объективно заданные (примордиальные). К таким группам можно отнести семью, близкий круг общения. В свою очередь, отдаленность людей и редкость (или отсутствие) контактов дает основание для определения других типов групп – «Они» и «Чужие». Неконтактные и большие по численности группы представляют собой воображаемые сообщества, вторичные группы. К ним относятся такие группы, как класс, поколение, этническая общность, гражданственность³. М.Н. Губогло, в свою очередь, выделяет 4 вида идентичности: примордиально-инструментальную (гендерная, семейная); этнокультурную (этническую и религиозную); социально-конструктивистскую (профессиональную, социальную, собственническую); территориально-гражданственную (региональную и гражданственную)⁴.

Таким образом, в качестве концептуальных рамок изучения идентичности населения полиэтничного региона стало понимание гражданской идентичности как комплекса представлений, норм и моделей поведения, основой которых выступает чувство принадлежности к Российскому государству. Гражданские идентификации связаны во взаимодействии с государственными институтами. Основой *этнической идентичности* выступает чувство принадлежности к конкретной этнокультурной общности. Оно формируется с раннего детства на базе родственных связей, мифов, исторических легенд о происхождении своего народа. Поэтому широко распространено представление о некой «врожденности» этнической идентичности.

В свою очередь *региональная идентичность* представляет собой особый вид социально-общностной идентичности, характеризующейся процессом самоотнесения индивида к определенному территориально ограниченному сообществу (региону). Данный тип идентичности конструируется ее субъектом в течение жизни и при изменении окружающей среды (в результате миграции, смены социально-экономических условий жизни, политического статуса территории и т.д.) в состоянии трансформироваться⁵. В регионах, отличающихся сложной этнической и конфессиональной структурой, региональная идентичность выполняет функцию усиления гражданской идентичности по отношению к этноконфессиональной и локально-территориальной⁶.

Статья посвящена рассмотрению результатов конкретного прикладного социологического исследования в аспекте *выявления структуры множественной социальной идентич-*

³ Бауман З. Мыслить социологически: Учеб. пособие / Пер. с англ. под ред. А.Ф. Филиппова; Институт «Открытое общество». – М.: Аспект-Пресс, 1996.

⁴ Губогло М. Н. Идентификация идентичности: Этносоциологические очерки. – М.: Наука, 2003.

⁵ Грушевский Д.В. Конкурентоспособность и ментальная матрица регионов юга России // Вестник ВолГУ. Серия 3. Экономика. Экология, 2008, № 1 (12), стр. 128-131.

⁶ Денисова Г.С., Дмитриев А.В., Клименко Л.В. Южнороссийская идентичность: факторы и ресурсы. Москва: Альфа-М, 2010. С. 92.

ности молодёжи различных регионов ЮФО по методикам фиксации личностной (когнитивной) и групповой (эмоциональной) идентификаций. Массовый социологический опрос населения был реализован в пяти субъектах юга России – в Ростовской области (опрос 2009 г.) и Волгоградской областях, Краснодарском и Ставропольском краях, Республике Адыгея (опрос 2011 г.)⁷. Для выявления возрастной специфики социальной идентификации населения макрорегиона, из всего массива опрошенных были выделены территориальные подвыборки молодёжи⁸. Разная степень актуализации и влияния этнического фактора на социально-политические процессы в рассматриваемых регионах Юга России, позволяют методом сравнительного анализа выявить роль этничности в структуре социальной идентичности населения конкретного региона, а также характер взаимосвязи гражданского, этнического и регионального компонентов идентичности.

Для эмпирического изучения структуры социальной идентичности в комбинированном виде применялись социально-психологические методики анализа множественных идентичностей:

1. «я-идентификация» как индикатор типичной структуры компонентов социальной идентичности и приоритетных позиций в личностной самоидентификации;
2. «мы-идентификация» как показатель включённости людей в определённый тип общностей.

Методика фиксации я-идентификаций предложена польскими учёными К. Косэлой, М. Грабовской, Т. Шавелем, Е. Колбовской⁹. В нашем случае методика использовалась в адаптированном варианте. Респондентам задавался вопрос: «Что Вы думаете о себе? Из характеристик, предложенных в карточках, отберите те, которые Вы относите к себе и отложите их в сторону. А затем разложите эти карточки по степени важности для Вас».

⁷ В Ростовской области (место опроса г. Ростов-на-Дону) было опрошено 431 жителей, из них 47,9% мужчин и 52,1% женщин. Возрастной параметр выборки представлен следующими группами: 18–20 лет (22 %), 21–30 лет (21,5 %), 31–40 лет (18,0 %), 41–50 лет (14,5 %), 51–60 лет (9,6 %) и старше 60 лет (14,5 %).

В Краснодарском крае (место опроса г. Туапсе) было проинтервьюировано 280 человек, из которых 40% мужчин и 60% женщин в возрасте 18–20 лет (21,4 %), 21–30 лет (27,1%), 31–40 лет (12,9 %), 41–50 лет (14,3 %), 51–60 лет (10%) и старше 60 лет (14,3%).

В Адыгее (место опроса г. Майкоп) в исследовании приняло участие 398 человек, из них 41,6% мужчин и 53,9% женщин. Возрастные группы опрошенных распределились по сегментам 18-24 года – 13,4%; 25-34 года – 28,0%; 35-44 года – 24,9%; 45-54 года – 17,8%; 55-60 лет – 6,8%; старше 60 лет – 9,2%.

В Волгоградской области и Ставропольском крае была опрошена студенческая молодёжь. В г. Волгограде в опросе приняло участие 276 молодых людей (21,4% мужчин и 78,6% женщин), в г. Пятигорске – 126 человек (28,6% мужчин и 78,6% женщин).

В выборке опроса пропорционально представлены основные этнические подгруппы населения соответствующих краёв, областей и республик.

⁸ К молодежи, в социологии, обычно относят людей в возрасте от 16-17 до 30 лет. (Герасимов Г.И., Черноус В.В., Блинова М.С., Галкин М.Н., Головченко Л.В. Корпоративная ответственность в системе ценностей студенческой молодёжи Дона и Юга России. Ростов /Д., 2004. С. 45.)

⁹ Данилова Е.Н. Гражданские и этнические идентификации в России и Польше // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России. - М.: ИС РАН. 2006.

Опрашиваемый получал набор карточек с различными характеристиками, из которых выбирал 10 наиболее ему подходящих. Далее респонденту предлагают ранжировать отобранные характеристики по степени важности, соответственно, по десятибалльной шкале (где 1 – наиболее, а 10 – наименее важная характеристика). Таким образом, для каждого участника опроса получался определенный набор релевантных ему социальных характеристик, дифференцированных по степени их значимости.

Другой применяемый в исследовании подход к фиксации «*мы-идентификации*» представляет собой модифицированный вариант методики используемой в работах В.А. Ядова и его коллег¹⁰. В нашем опросе респонденту нужно было отобрать не более 5 вариантов ответов на вопрос: «Мы часто встречаем различных людей. С одними мы быстро находим взаимопонимание, другие нам представляются скорее чужими. О каких группах Вы можете сказать: «это мы»? К каким группам людей вы себя чаще всего относите?».

Различия указанных методик в том, что они акцентируют внимание на различных механизмах идентификации. Психологический механизм отбора *я-* и *мы-* идентификаций во многом аналогичен – в обоих случаях задействуются когнитивные структуры психики человека. Однако, если при отборе карточек по методике *я-идентификации* респондент фокусирует внимание на самохарактеристиках, рационализируя наиболее значимые для него социальные роли, то в вопросе о *мы-идентификациях* акцент смещается на более эмоциональное отношение респондента к окружающим группам или воображаемым сообществам, соотносясь с которыми, он чувствует их близость или отторжение¹¹.

Эмпирические результаты исследования *я-идентификаций* молодежи **Республики Адыгея** фиксируют, что по уровню распространённости и по степени значимости среди них доминируют примордиальные комплексы когнитивных *я-идентификаций* (семейные и гендерные статусы), которые в рейтинге представленности собирают более 70% респондентов. На следующем по числу ответов месте располагается этническая идентичность, которую отметили 63,9% опрошенных. Собственно гражданская идентификация характерна для 59,0% молодежи, проживающей в республике, что соответствует четвёртому месту в рейтинге распространённости. (табл. 1).

В десятку самых распространённых попадает и региональная идентичность. Позиции «житель Адыгеи» и «житель своего города / села» выбрали 45,9% и 41,8% опрошенных молодых людей. С жителями Северного Кавказа себя отождествляют примерно четвертая

¹⁰ Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. 1993. № 3-4, стр. 167-174; Данилова Е.Н. Изменения в социальных идентификациях россиян // Социологический журнал. 2000. № ¾. С. 76-86.

¹¹ Данилова Е.Н. Гражданские и этнические идентификации в России и Польше // Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России. - М.: ИС РАН. 2006. С. 77.

часть опрошенных. Я-идентификация по конфессиональному признаку занимает десятое место по степени представленности и характерна для 36,9% опрошенных, которые причисляют себя к мусульманам (для сравнения православные указывали на свою религиозную принадлежность в 10,7% случаев). Но если посмотреть на ранговые позиции данного признака, то они не свидетельствуют о ярко выраженной значимости конфессиональной идентичности для указанных групп верующих (табл. 1).

Полученные распределения ответов в блоке когнитивных я-идентификаций фиксируют также наличие значимой доли республиканской молодёжи, которой присуща идентификация через социально-перспективное Я. Около половины респондентов выбрали для описания себя характеристику «человек с будущим», что соответствует 7 месту в рейтинге распространённости и 47,5% опрошенных. Позиции «успешный человек», «человек с достатком» отметили ещё 31,1% и 22,1% респондентов соответственно. (табл. 1).

Проведённое социологическое исследование среди молодёжи **Ростовской области** показывает, что с примордиальной идентичностью усиленно конкурируют гражданские «я-идентификации». И если по степени распространённости семейные статусы выходят на первое место (78,3%), то позицию «гражданин России» выбрали из числа 10 самых важных 75% опрошенных, а также выносят общероссийскую идентичность на первое место по степени значимости 52,2% молодёжи (это один самых высоких показателей в рейтинге важности по всем территориальным подгруппам). Далее по числу ответов располагаются гендерные и поколенческие идентичности (табл. 1).

В первую десятку рейтинга распространённости в сегменте ростовской молодёжи попадают макроуровень региональной идентичности, позицию «житель Юга России» выбрали 40,2% опрошенных, что соответствует 6 месту в рейтинге. Такое же число ответов собирает и этническая идентификация. Другие уровни региональных ассоциаций, представленные в отождествлении себя с жителями Ростовской области или Северного Кавказа, встречаются у 34,8% и 13% респондентов соответственно. Субрегиональная идентичность в отличие от «адыгейского» сегмента среди ростовской молодёжи практически не выражена (6,5%) (табл. 1).

Эмпирические результаты опроса среди молодёжи **Краснодарского края** выявляют приоритетность для этой группы жителей макрорегиона *общегражданской идентификации* – первые места в рейтинге распространённости (82,4%) и по степени важности (53,6% – и это самый высокий показатель по всем подвыборкам). Традиционно важными для краснодарской молодёжи выступают ассоциации с примордиальными общностями (семья, поколение, гендер). Выраженным также является «социально-перспективное Я», когда позицию

«человек с будущим» выбираю 52,9% молодых людей и «успешный человек» – 44, 1% респондентов, что соответствует третьему и пятому местам в рейтинге распространённости (табл. 1).

Региональная идентичность представлена в «краснодарском сегменте» на макроуровне – 35,3% опрошенных (7 место в рейтинге распространённости) причисляют себя к жителям юга России. Идентификация по национальному признаку немного важнее и собирает 38,2% респондентов (6 место по числу упоминаний). (табл. 1).

Молодёжь **Ставропольского края** в равной степени на уровне «я-идентификаций» отождествляет себя и с гражданами России и указывает на гендерные и семейные роли. Каждый из данных параметров идентификации собирает по 82,5% опрошенных. По уровню значимости наиболее важными для молодёжи выступают семейные статусы (38,5%, что соответствует первому месту в рейтинге значимости) и гражданская соотнесённость (30,8% – второе место). Вторые места по уровню распространённости среди ставропольской молодёжи собирают социально-профессиональные комплексы идентичности – принадлежность к студенчеству (81%) и группе людей, имеющих перспективы в будущем (73%). (табл. 1).

Обращает на себя внимание *высокая степень значимости этнической идентичности* для молодёжи из «ставропольского» сегмента. Отождествление с людьми одной с ними национальности важно для 71,4% студентов, что соответствует 4 месту в рейтинге распространённости (табл. 2). Данная ситуация вполне объяснима, так как опрос проводился в г. Пятигорске, который с 2010 г. является административным центром Северо-Кавказского федерального округа. В этой связи формируемые в информационном пространстве Ставропольского края дискурсы, связанные с проблематикой Северного Кавказа, результируются в актуализации этнической и региональной идентичности.

Данный тезис подтверждают также данные касательно представленности всех уровней региональной идентификации. В структуре идентичности молодёжи Ставрополья на 6 месте в рейтинге распространённости располагается локальный уровень территориальной соотнесённости (49,2%), на 8 и 9 месте – макрорегиональный уровень (с жителями Северного Кавказа отождествляют себя 44,4% респондентов, с населением Ставропольского края – 34,9%). В то же время идентификация с макрорегионом юга России не является выраженной среди молодёжи этой группы (14,3%), что также может объясняться приоритетностью проблематики становления г. Пятигорска в качестве административного центра нового Северо-Кавказского федерального округа. (См. табл. 1).

И, наконец, эмпирическое изучение структуры многоуровневой идентичности молодёжи **Волгоградской области** выявляет, что в этом сегменте достаточно низкие показатели выраженности общегражданской идентификации. Отождествление себя с гражданами России характерно для 58% молодых волгоградцев. И хотя это соответствует 2 месту по степени распространённости внутри сегмента, однако сравнительный анализ показателей общероссийской идентификации в различных территориальных подгруппах юга России показывает, что схожее число ответов встречается только в «адыгейской» группе (59%). В других рассматриваемых регионах выраженность надэтнической гражданской идентификации характеризует от 75% до 85,2% опрошенной молодёжи (табл. 1).

Что касается «мы-идентификаций» как показателя включённости в определённый тип общностей, то результаты исследования свидетельствуют, что основное большинство молодёжи рассматриваемых регионов юга России указывает на эмоциональную близость с людьми своего поколения (от 54,3% до 67,8%). Кроме того, достаточно высокий процент молодых респондентов из Ростовской и Волгоградской областей, Краснодарского и Ставропольского краёв указывают на эмоциональную близость к общероссийскому государственному сообществу (41,2%: 37,1%: 36,6%: 43,3%). Данный параметр по частоте указаний занимает второе место в этих территориальных сегментах (табл. 2).

Среди молодёжи Адыгеи на втором месте в рейтинге распространённости располагается групповая идентификация по профессиональному признаку (46,3%). Кроме того, среди республиканской молодёжи наиболее высок процент указаний на мезоуровень региональной идентичности, когда 39,7% опрошенных отмечают эмоциональную близость с жителями Адыгеи. Общность с населением своего края или области собирает 28,8% опрошенных в «волгоградском» и 23,3% – в «ставропольском» сегментах (табл. 2).

Территориальная специфика идентичности молодёжи проявляется также ещё и в том, что важным параметром, определяющим социальную дистанцию, выступает материальный достаток, по которому происходит «идентификационный отбор» у пятой доли молодых людей «ростовской» и «адыгейской» подгруппы. Обращает на себя внимание также процентные показатели политической идентичности, которая в несколько раз чаще демонстрируется в группе адыгейской молодёжи (табл. 2).

Эмпирические результаты опроса показывают, что важной для студентов Ставропольского края является макроуровень региональный уровень групповой идентификации. 31,7% выбирают в качестве «мы-группы» группу «жители Северного Кавказа». Этот показатель более чем в 3 раза выше, чем в других территориальных сегментах. Кроме того, более чем в два раза чаще ставропольская молодёжь указывает на близость к людям своей национальности (41,7%) и к людям одной веры (33,3%). (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов молодёжи на вопрос: «О каких группах Вы можете сказать: «это мы»? К каким группам людей Вы себя чаще всего относите?»

№	Варианты ответов	Республика Адыгея	Ростовская область	Краснодарский край	Волгоградская область	Ставропольский край
1	к людям своего поколения	67,8	55,9	54,3	71,2	61,7
2	к людям своей профессии, рода занятий	46,3	26,5	22,0	27,3	41,7
3	к людям такого же достатка	19,0	20,6	9,7	10,6	5,0
4	к гражданам России	28,1	41,2	36,6	37,1	43,3
5	к жителям своего региона (Республики Адыгея/ Ростовской области / Краснодарского края/ Волгоградской области/ Ставропольского края)	39,7	14,7	10,2	28,8	23,3
6	к жителям Юга России	5,0	14,7	4,3	7,6	5,0
7	к жителям Северного Кавказа	5,0	5,9	10,8	3,0	31,7
8	к людям одной веры	14,0	11,8	15,6	12,9	33,3
9	к людям своей национальности	12,4	17,6	1,6	25,0	41,7
10	к людям определенных политических взглядов	26,4	2,9	4,8	12,9	6,7
11	к группе успешных людей	7,4	11,8	12,4	18,9	25,0
12	я сам по себе и ни к кому себя не отношу	18,2	5,9	2,2	10,6	1,7
Всего		292,6	229,4	184,4	265,9	320,1

По результатам социологического анализа особенностей многоуровневой идентичности молодёжи юга России можно заключить:

1. На уровне личностной идентичности (в которой выражены самохарактеристики молодёжи, рационализируются наиболее значимые для них социальные роли) выявляется доминирование общегражданских идентичностей в ростовском, краснодарском и ставропольском сегментах, и примордиальных этнических идентичностей – в адыгейском.

2. При опросе молодёжи в г. Пятигорске выявляется высокая степень значимости для их личностного самоощущения национальной принадлежности, что можно объяснить новым статусом города и сложностью межнациональных отношений в крае.

3. Особенности личностной идентификации молодёжи Волгоградской области проявляется в относительно слабой процентной выраженности гражданского компонента в

структуре идентичности. Хотя в этом сегменте и не высока степень выраженности конкурирующей этнической идентичности, а также слабо актуализированы разные уровни региональной идентичности; для самосознания волгоградской молодёжи скорее характерно доминирование аскриптивных статусов.

4. Региональный компонент я-идентификаций проявляется в ориентации молодёжи Адыгеи и Ставрополя на локальный (близость с жителями своего населённого пункта) и макрорегиональный уровни идентичности (население Северного Кавказа). В тоже время отождествление себя с жителями макрорегиона юга России в большей степени присуще молодёжи Ростовской области и Краснодарского края.

5. В структуре *мы*-идентификаций молодёжи Юга России (в которой отражается более эмоциональное отношение респондента к окружающим группам или воображаемым сообществам, соотносясь с которыми, он чувствует их близость или отторжение) доминируют реальные группы повседневного общения.

6. Территориальная специфика проявляется в том, что молодёжь республики Адыгеи не выносит на приоритетные места общегражданский компонент идентичности, для них более важным является макроуровень региональной идентификации (близость с жителями своей республики). С другой стороны, для молодых людей Ростовской и Волгоградской областей, Краснодарского и Ставропольского краёв, на втором месте в рейтинге распространённости располагается идентификация с гражданами России. Этнический компонент социальной идентичности и на групповом уровне наиболее выражен среди взрослого населения Адыгеи и молодёжи Ставропольского края.

7. Если рассматривать несовпадение соотношений общегражданских, этнических и региональных компонентов идентичности у различных групп молодёжи юга России через призму дилеммы безопасности, то в этой несогласованности можно увидеть конфликтный потенциал. Видимо, продвижение к утверждению надэтнической и надконфессиональной российской идентичности является необходимым условием процесса укрепления политико-правового пространства страны, основанием которого должно выступать закрепление общегражданских ценностей.

8. В контексте этих проблем – необходимости усиления роли общегражданской идентичности при тормозящей роли актуальности этнического компонента в самоидентификации – требуется разработка и целенаправленное проведение долгосрочной программы, направленной на формирование макрорегиональной идентичности (например, «мы – житель Юга России», «мы – жители Ростовской области/ Краснодарского края»), которая позволяет эффективно соединить общегражданский и этнический компоненты.