

© 2001 г.

А.Н. ПОМАЗАН, А.В. СЕДУНОВА, Е.Н. ЯДОВА

СОЦИАЛЬНЫЙ РЕСУРС ЛИЧНОСТИ И ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЕ ОРИЕНТАЦИИ РОССИЯН

(Опыт вторичного анализа исследования 1992 г.)

*ПОМАЗАН Александра Николаевна, СЕДУНОВА Анастасия Викторовна - аспиранты
Государственного университета гуманитарных наук. ЯДОВА Екатерина Николаевна -
студентка Московского государственного университета.*

Постановка проблемы и методика

Проблемы личностной идентификации, социальных идентификаций в особенности, резко актуализировались. И это понятно: старшие поколения утратили привычную идентичность, новые пытаются ее обрести в далеко не прозрачном социальном пространстве. Исследования в этой области [1, гл. VII; 2; 3; 4; 5] убеждают в том, что социальные идентичности (кто такие Мы?), как и личностные самоидентификации (Кто Я?) существенно зависят от социального статуса, а точнее - социального ресурса индивидов, потенциала возможностей самостоятельно обустроить свою жизнь.

Данное исследование носит ретроспективный характер. Мы обратились к ситуации начала 90-х годов - времени, которое заставило россиян по-другому взглянуть на себя, на общество, на свое место в нем, мобилизовать все ресурсы на борьбу за это место. Главная цель заключалась в попытке рассмотреть, в какой мере различия ресурсного потенциала сказываются на самоопределении людей в постсоветском социальном пространстве. Термин "постсоветское пространство" мы употребляем именно потому, что имеет место конкуренция, или "сшибка" идентичностей прежнего времени и еще не вполне устоявшихся идентичностей нового.

Эмпирическая база нашего анализа - данные массового представительного опроса россиян, проведенного в 1992 г. П.М. Козыревой и Ю.Н. Козыревым [3]. Респондентам предлагалось *в свободной форме* ответить на два вопроса: (1) "В обществе есть разные группы людей. Скажите, пожалуйста, к какой группе Вы относите себя?" и (2) "Часто несколькими словами можно описать человека. Представьте, что Вам нужно кратко описать себя. Кто Вы?".

Согласно данным, полученным Е. Даниловой, В. Ядовым и их коллегами [5] в мониторинге исследования процессов становления социальных идентификаций, май-декабрь 1992 г. был периодом "устойчивой дореформенной растерянности": люди колебались между своим недавним советским и еще далеко не определившимся постсоветским положением. Резко падал интерес к политике и ослаблялись идентификации с большими социальными общностями. По данным опросов населения Фонда общественного мнения, в 1992 г. 69% опрошенных сожалели о распаде СССР (в нынешнем году их доля возросла еще на 10%).

* Опрос проведен в рамках исследовательского проекта "Структура общества и власти в зеркале массового сознания". N = 2145 россиян старше 16 лет.

¹ ФОМ-ИНФО. 2001. № 09 (358).

Недалек был 1993 год с его трагическими событиями силового противостояния президента и парламента. Люди остро переживали падение жизненного уровня и имущественное расслоение.

Как же в этой ситуации представители "разноресурсных" групп идентифицировали себя и общности, которые полагали "своими"?

Ресурсные группы

В социологической литературе последних лет идея социального ресурса субъектов (акторов) начинает вытеснять другие - классические - концептуализации, с помощью которых описываются социальная позиция, классовая, статусная принадлежность [6]. Динамизм социальных изменений (а в России тем более) предъявляет к людям и сообществам повышенные требования конкурентоспособности. Обладающие более высоким социальным (и личностным) ресурсом имеют преимущества в сравнении с более слабыми в этом отношении.

В рамках известной концепции П. Бурдьё [7] социальное пространство можно представить в виде многомерного пространства социальных позиций. Носителями, или "агентами" позиций являются отдельные индивиды. Дифференциация же позиций основана на различных видах и объеме их символического капитала или властного потенциала. Можно выделить два типа ресурсов: данные от природы (возраст, здоровье, физическая сила) и благоприобретенные в течение жизни (образование, профессия, собственность). Первые ценятся как ресурсы жизненных возможностей человека, причем сам он не властен что-либо изменить. Другие - результат накопления знаний, опыта, престижа - оцениваются как продукт собственных усилий, это можно определить как "заработанный" жизненный капитал. На протяжении жизни человек утрачивает одни ресурсы и приобретает другие либо естественным образом (например, стареет), либо благодаря собственной активности (например, накапливает профессиональный опыт). Конкурентоспособность (если использовать рыночную терминологию) различных позиций зависит от ансамбля, сочетания ресурсов и от их ценности в конкретной социальной ситуации. Можно предположить, что люди, обладающие некоторым набором однотипных личностных ресурсов, занимают схожие социальные позиции. Тем самым в социальном пространстве образуются группы. Это могут быть реальные общности или "просто возможная и часто существующая в действительности основа коллективного действия" [8, с. 20-21].

Осознание этого сходства происходит и через вербальное обозначение социальных позиций. Для вербализации зачастую используется нормативный, официальный язык, заданный теми, кто обладает, по П. Бурдьё, властью номинаций и "монополией на легитимное символическое насилие" (государство и его "доверенные лица": различные элиты, СМИ). Именно они объективируют, делают видимыми, официальными и должными совокупности устойчивых социальных позиций, переводя их с уровня индивидуального на уровень коллективного существования. Они же задают язык описаний социальных позиций, который агенты воспринимают как собственный и используют для самоопределения в социальном мире и в своей идентификации.

Все это справедливо для стабильной ситуации в обществе. Но в трансформирующемся обществе носители "власти номинаций" неустойчивы, одни теряют свою власть, другие приобретают. События сменяют друг друга, социальная реальность преобразуется на глазах. При этом сознание людей, их картина мира и категории ее описания перестраиваются значительно медленнее. Тем самым сохраняется и прежняя структура номинаций, но вместе с тем появляются новые категории, либо актуализируются те, что раньше находились в латентном состоянии. Какие именно категории использовали респонденты в 1992 г., мы рассмотрим ниже, а сейчас опишем состав выделенных для анализа "ресурсных групп". Эти группы были сформированы по следующим критериям: *возрастная когорта* (молодые - до 35 лет, средний возраст - 36-50 лет, пожилые - старше 50 лет); *уровень образования* (респонденты, учившиеся и/или окончившие техникумы, медицинские, педагогические, музыкальные училища и вузы, попали в подгруппу "высокое образование"; остальные были отнесены к подгруппе "низкое образование"); *материальное положение* (три подгруппы - бедные, средние, богатые - сформированы в соответствии с ответами на вопрос; "На что хватает общего денежного дохода Вашей семье?"); *место проживания* (горожане - жители столицы, областных, краевых, республиканских центров; сельчане - жители малых городов, поселков, сел и деревень).

Комбинация указанных четырех "ресурсных" состояний в разных их сочетаниях дает 36 группировок. Например, контрастными по ресурсному ансамблю являются группы: с одной стороны, молодые горожане с высоким образованием и средним достатком и, с другой, противоположная "слаборесурсная" группа пожилых жителей села с низким образованием и низким достатком (группа респондентов, отнесших себя к богатым, крайне малочисленна).

Категоризация ответов на вопросы "Кто Я?" и "Кто Мы?"

Для анализа ответов на вопрос "Кто Я?" и "Кто Мы?"² следовало определить угол зрения, который представляется более адекватным задаче исследования.

Авторы теста на самоидентификацию психологии М. Кун и Т. Маркпартленд [10] предлагали испытуемым дать не более 20 самоопределений, отвечая на вопрос "Кто Я?". Создатели теста выделили четыре категории, а именно: 1. *Физическое Я* - определение себя как объекта во времени и пространстве: "я блондин", "я живу в Москве". 2. *Социальное Я* - место в группе, социальная роль: "я студент", "я сын". 3. *Рефлексивное Я* - отражение индивидуального стиля поведения, особенностей характера. Примерами могут служить такие высказывания как "я веселый", "я люблю рок-музыку". 4. *Трансцендентальное Я* как "абстрактная рефлексия вне зависимости от конкретной ситуации", например, "я живое существо", "я часть вселенной".

Ю.Л. Качанов и Н.А. Шматко [2] выделили двенадцать категоризаций: личные качества, семейные роли, профессия, принадлежность к социальным общностям, членство и роли в малых группах, роли в политической структуре, идеологические самоопределения, склонности и формы активности, стиль интерперсонального общения, компетентность, физическое "Я", самоопределения. В нашем исследовании был избран принцип движения от частного к общему, чтобы избежать надэмпирического "навязывания" номинаций. Принимая во внимание описанные кодификации и отталкиваясь от фактических данных, мы поначалу составили кодификатор из 41 наименования. Например, категория "*Физическое Я*" Куна и Макпартленда была разделена на шесть более частных: особенности внешности (например, "в меру упитанный", "шатен"), возраст, пол, здоровье. В качестве социального ресурса эти характеристики неравнозначны. "*Социальное Я*" также дифференцировалось: по занятости в системе разделения труда, гражданскому самоопределению и др.

Первичные номинации позволяли комбинировать и укрупнять их в соответствии с целевой установкой анализа - проверкой гипотезы о детерминации социального самоопределения респондентов в зависимости от их конкурентоспособности по составляющим реального социального статуса. В итоге многочисленных проб анализа двумерных и многомерных статистик (комбинации "паспортички" и самоопределений) мы остановились на следующих обобщенных кодификациях, относящихся к самоидентификации "Я" и социальной идентификации "Мы" (полагая, что выделенные категории могут быть общими, "сквозными"). Эти категории можно разделить на два класса: преимущественно объектные, в которых люди самоопределяются по их функциям в системе социальных взаимоотношений, и преимущественно субъектные, основанные на восприятии себя как деятельного, рефлексивного субъекта.

К первому классу мы относим следующие:

Семейные идентификации, т.е. соотнесение с семейными ролями (например, "жена", "имеющая своих детей").

Социальное положение: самоописания, в которых респонденты пользуются лексиконом советского времени, терминами, принятыми в тогдашних анкетах отделов кадров: рабочий, крестьянин, служащий, интеллигент, пенсионер. Такие самоопределения устойчиво доминируют во всех группах при ответе на вопрос "Кто Мы?". Определения в терминах "наемный работник", "предприниматель" и т.п., адекватные реальности рыночной экономики, практически отсутствовали. В эту же категорию включались редкие высказывания о социальном происхождении (например, "из семьи рабочих").

Профессия ("инженер", "учащийся" и т.д.) - социально-ролевые идентификации.

Положение на служебной лестнице: высказывания относительно своего места в системе начальник-подчиненный ("начальник цеха", "работяга"). Ясно, что подобные идентификации прямо относятся к самооценке социального ресурса, "властного капитала".

² Все высказывания были подвергнуты итеративной группировке с помощью компьютерной программы "Контент-анализ". Использована версия 1.6, созданная в 1995-1996 гг. Чураковым А.Н. [9].

Экономический статус: отнесение себя к той или иной доходной группе, описание своего материального положения ("малоимущий", "вполне обеспеченный").

Занятость: Отмечается сам факт занятости или незанятости на рынке труда (например, "я безработный", "я работаю"). Последние два типа самоопределений - отражение новой, рыночной психологии.

Гражданство и социокультурная (этнонациональная) идентичность: например, "россиянин", "русский", "советский".

Место проживания. Эта категория фиксирует место жительства ("сельский", "сибиряк"). Такие идентификации являются аскриптивными в отличие от субъектно-нагруженных.

Другие *аскриптивные характеристики* (в противоположность достижительским) - возраст, пол, здоровье, внешние данные.

Во втором, субъектно-нагруженном классе выделены следующие категории.

Кредо. Категория включает в себя высказывания относительно своей жизненной позиции ("живущий одним днем", "пессимист", "человек дела"), политических убеждений ("демократ") и стремлений ("хочу заработать много денег", "хочу, чтобы была интересная работа").

Личностные характеристики. Эта категория доминирует при описаниях Я-идентификаций и представляет собой набор черт характера (добрый, честный, трудолюбивый, умный, общительный и т.п.).

Пристрастия. Имеются в виду разного рода "люблю..." (читать, спать, природу, животных), а также хобби, любимые занятия.

Судьба. Характеристики фатальных представлений о себе и, своей жизни, ("неудачник", "я невезучий"), а также самоописания своей не востребованности, ущемленности, потерянности (или, наоборот, ощущение себя счастливым человеком) из-за внешних обстоятельств, таких как реформы, государственный произвол и т.п. ("остался ни с чем", "никому ненужный", "нищий"). Кроме того, категория включает в себя идентификации с прошлым (например, "фронтовик", "бывший рабочий", "прожившая трудную жизнь", " всю жизнь работал").

Тип темперамента: приписанные клише типа "холерик", "флегматик", знаки Зодиака.

Философия: размышления о том, на какие группы делится общество, какими должны быть люди и т.п. Сюда же относились метафорические самоописания (например, "я - граната, которая лежит, пока ее не дернут за кольцо").

Самоописание в терминах "*Я - простой человек*". Сюда мы включали такие высказывания как "я - простой человек", "хороший человек", "человек", "обыкновенный", "средний" и т.п.: очевидное свидетельство низкой субъектности и "ресурсоспособности".

Неопределенная или несформированная идентификация - отказ от ответа (например, "я не могу ответить", "не знаю", "о себе трудно сказать").

Взаимосвязи Я- и Мы-идентификаций

Обращаясь к эмпирическим данным, прежде всего, отметим, что доля ответивших на вопрос "о Мы-идентификации" превышает число ответивших на вопрос о Я-идентификации (75% и 64% соответственно). Возможное объяснение - традиционная склонность россиян к "Мы-рефлексии". Вместе с тем самоопределения в Я-идентификациях россиян более разнообразны и охватывают 2/3 от общего числа высказываний. Здесь присутствуют ссылки на личностные качества, пристрастия и глубоко интериоризированные роли в первичных группах (семья, друзья).

Мы-идентификация скорее предполагает соотнесение себя с вторичными группами и общностями. Высказывания респондентов о Мы-идентификации в большинстве своем лаконичны и стереотипны. В 1992 г. страна переживала острый экономический кризис и политическую нестабильность. Идентификация с большими сообществами ослабла или была утрачена. Ни один респондент не сказал, что он - россиянин, гражданин России (!).

В самоидентификациях, с одной стороны, и соотнесениях себя с социальными группами, общностями, слоями, с другой, просматривается некоторое *категориальное ядро*. Оно представляет собой набор наиболее часто упоминаемых всеми группами респондентов категорий. Категориальное ядро Я-идентификаций включает: личностные характеристики, жизненное "кредо", аскриптивные, семейные характеристики и суждения типа "Я - простой человек". Категориальное ядро Мы-идентификаций составили: описания социального

положения, экономического статуса, профессии, а также - "кредо". То есть и в социально-групповых, социально-общественных идентификациях респонденты чувствовали не только близость с людьми своего общественного положения, но и с теми, кто разделяет их взгляды на жизнь, жизненную философию.

В Я-идентификациях явно доминируют личностные характеристики, в отличие от Мы-идентификаций, где преимущественно имеют место соотношения с социальным положением, что представляется вполне рациональным. В числе редко упоминаемых категорий личностной идентификации - выделенные по критерию занятости, положению на служебной лестнице, месту проживания, экономическому статусу. Этот факт свидетельствует о том, что респонденты, во-первых, достаточно адекватно понимали различия вопросов относительно "Я - Мы" самоопределения, а, во-вторых, о том, что ролевые и статусные позиции не интериоризованы настолько, чтобы подавить собственно субъектные. Как дальше будет показано, здесь имеются заметные различия в самоопределениях сильноресурсных и слаборесурсных групп.

В социальных идентификациях наименее распространенными оказались гражданские, связанные с положением на служебной лестнице и местом проживания. Как и следовало ожидать, здесь редко упоминались пристрастия, тип темперамента и т.п. субъектные характеристики.

Можно предположить, что глубина личностной идентификации, в частности, выражается в том, что и при личностной, и при групповой идентификациях человек использует одни и те же социальные категории. Ролевая функция становится 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 находится на периферии Я-концепции, т.е. не интериоризована субъектом. Из 17 категорий только одна - категория "кредо" - встречается в Я- и Мы-самоописаниях, причем достаточно часто. Высказывания этого типа выражают мироощущение респондента, например: "любящая жизнь и людей", "не слишком довольный всем человек", а также вербализацию стратегий поведения (например, "всячески стараюсь выжить", "без дела сидеть не могу"). Индивид не ощущает себя одиноким в своей жизненной позиции, которая отрефлексирована и является значимой частью не только его жизненного мира, но и других людей, родственных ему по мировосприятию. В качестве контрастной социальной идентификации можно отметить категорию "экономический статус" (самоописания типа: "малоимущий" или "вполне обеспеченный"). Такие самоопределения имеют место в ответах на вопрос "Кто Мы?", но не встречаются в самоописаниях: люди как бы отторгали, не принимали в свою Я-концепцию эти статусно-ресурсные символы.

Социальный ресурс личности и интенции самоидентификаций

Ситуация социальных преобразований требует от людей способности оценивать внешние условия, собственные ресурсы и в соответствии с этим выбирать стратегии поведения. Различные группы населения в разной степени ощущают себя или в роли субъектов, строящих свою жизнь, или в качестве "жертвы обстоятельств",

В нашем перечне идентификационных категорий есть те, которые относятся к объектным, аскриптивным характеристикам - гражданским, по месту проживания ("сибиряк", например), семейно-родственным, и те, которые отражают субъектность индивидов, как, например, выражения жизненной философии, "кредо", описания личностных свойств, темперамента, пристрастий. В аскриптивных самоопределениях человек воспринимает себя объектом воздействия независящих от него сил, в субъектно-нагруженных, напротив, - скорее в качестве деятельного актора.

Исходя из гипотезы о том, что идентифицированные наклонности так или иначе связаны с объемом социального ресурса индивида, мы выделили полярные "ресурсные группы" и сопоставили пропорции субъектных (S) и объектных (O) идентификаций для каждой из них. В таблице 1 за критерий субъектности были приняты суммарные характеристики по категориям: "кредо", "личностные характеристики", "пристрастия", "тип темперамента", "философия". Критерием объектности выступали аскриптивные самоописания (гражданство, место проживания, семейный статус). В таблице 2 (для контроля) индикатор субъектности - более жесткий - только жизненное "кредо", а показатели объектности - те же аскриптивные самоописания. Приводятся пропорциональные отношения первых ко вторым (S/O).

Таблица 1

Соотношение субъектно-нагруженных (S) и объектно-аскриптивных (O) самоописаний (S объединяет несколько категорий)

Группы	N (чел.)	S/O, Я-идентификация	S/O, Мы-идентификация
Молодежь	794	3.3	1.5
Средний возраст	582	3.7	2.9
Пожилые	703	3.1	1.7
Имеют низкое образование	1004	2.5	1.7
Имеют высокое образование	1075	4.3	2.2
Горожане	704	3.6	2.2
Жители села	1375	3.2	1.8
Бедные	893	3.2	2.3
Люди со средним достатком	1160	3.4	1.7

Таблица 2

Соотношение субъектно-центрированной (S) идентичности ("мое кредо") и объектно-аскриптивных (O) самоописаний

Группы	N (чел.)	S/O, Я-идентификация	S/O, Мы-идентификация
Молодежь	794	1.8	1.1
Средний возраст	582	2.3	2.0
Пожилые	703	1.4	1.4
Имеют низкое образование	1004	1.1	1.1
Имеют высокое образование	1075	2.6	1.5
Горожане	704	1.8	1.6
Жители села	1375	1.8	1.2
Бедные	893	1.5	1.4
Люди со средним достатком	1160	2.0	1.3

Из таблиц видно, что картина пропорций S/O неодинакова при Я- и Мы-идентификациях. В обоих случаях преобладают субъектные, но они более интенсивны при личностной идентификации. В *Я-самоидентификациях* люди среднего возраста, можно сказать, обладали более высоким (накопленным и не истраченным) ресурсом и, вероятно, потому более субъектны: активно включены в социальную жизнь, имеют более устойчивую жизненную позицию, убеждения и оценку будущего (S/O здесь 3.7 в сравнении с 3.1 у пожилых и 3.3 молодежи в таблице 1, а в таблице 2 - 2.3 против 1.4 и 1.8). Горожане, имеющие возможность более широкого выбора самоустройства в кризисной ситуации, также более субъектны в сравнении с селянами (3.6 против 3.2 по суммарным характеристикам, но это не подтверждается в пропорциях "кредо"/"аскриптивные характеристики"). Что касается уровня образования как личностного ресурса, то здесь различия особенно заметны: более образованные демонстрируют наибольшую субъектность перед менее образованными (4.3 против 2.5 и 2.6 против 1.1), что также объясняется более высокими способностями к саморефлексии и вербальному выражению своей позиции. Напротив, минимальная степень субъектности характерна для имеющих низкое образование.

В *Мы-идентификациях* находим аналогичные соотношения. Здесь кажется парадоксальным, что молодые люди наименее субъектны, тогда как в Я-концепции - напротив. Не является ли это следствием подавленности "взрослым" обществом? И еще: нет заметных различий между бедными и людьми со средним достатком. Это вполне объяснимо невысокой разницей в материальном положении: те и другие не принадлежат к "состоятельным". Состоятельные, каковых в выборке из 2079 человек оказалось всего 26, заметно выделялись своими самоописаниями. Примеры: "деловой человек", "бывший бандит, исправившийся, добрый, люблю детей, люблю справедливость и четкость", "старые люди, но крепкие и думающие, знающие жизнь".

Таблица 3

Соотношение по категориям: "личностные характеристики" (S) / "Я - простой человек" и "Мы - простые люди, от нас ничего не зависит" (O)

Группы	N (чел.)	S/O, Я-идентификация	S/O, Мы-идентификация
Молодежь	794	5.4	1.2
Средний возраст	582	5.2	1.1
Пожилые	703	4.0	1.6
Имеют низкое образование	1004	3.2	1.3
Имеют высокое образование	1075	7.2	1.2
Горожане	704	5.4	1.4
Жители села	1375	4.5	1.2
Бедные	893	4.9	1.7
Люди со средним достатком	1160	4.7	1.1

Аналогичные данные мы получаем, сопоставляя пропорции S/O по индикаторам субъектности - "личностные характеристики" против самоописания в терминах "Я - простой человек".

Один из основных выводов: люди отторгают безликость в Я-концепции, но немало и тех (5%), кто в Мы-пространстве ощущает себя в качестве обычных, не отличающихся от других, — не субъектно. Здесь в первую очередь лидируют малоимущие (S/O =1.7 против 1.1, имеющих средний достаток) и близко к ним респонденты в активном возрасте (1.2 и 1.1 против 1.6 пожилого возраста), обладающие неистраченным "естественным" жизненным ресурсом. Городские жители и имеющие высокое образование также демонстрируют некоторые преимущества в этом плане.

Таким образом, *высокое образование, средний (точнее - не пожилой) возраст, проживание в городе (не в сельской местности) и имущественный достаток оказываются, судя по приведенным данным, ресурсной предпосылкой более высокой субъектности в идентификационных побуждениях.*

Советские стереотипы идентичности в 1992 г.

Ю.А. Левада, автор известного проекта "Советской простой человек", отмечает, что в советском обществе "единственным выражением связи человека с общественной системой - была принадлежность к определенной социальной позиции" [4, с. 8]. Некоторые обобщения, сделанные на основании нашей кодификации высказываний респондентов, позволяют приблизиться к ответу на вопрос: насколько прочно сохранялись советские структуры социальной идентичности и в какой мере они замещались иными. Признаком "советскости" мы посчитали самоописания в терминах анкеты отдела кадров советского времени (социальное положение - "рабочий", "служащий"...), название своей профессии и высказывания, соответствующие идеологии трудоцентризма ("жить ради работы...") [11].

Рассмотрим категориальную пару "кредо" - "социальное положение", где первое отражает мировоззренческие позиции респондентов, а второе - самоописания в терминах деления общества на классы и социальные слои, напоминающие заполнение листка по учету кадров. Здесь мы имеем дело с самоописаниями, которые конструируются самим человеком (категория "кредо"), другие же - результат усвоения номинаций официального языка ("социальное положение") (табл. 3).

При Я-идентификации высказываний типа "рабочий", "крестьянин", "интеллигент" встречаются значительно реже, чем высказывания о своей жизненной позиции, тогда как в Мы-идентификациях, - наоборот. Исключение составляют респонденты пожилого возраста и лица с низким образованием, для которых социальное положение значимо в обеих самоидентичностях, что свидетельствует о глубокой интериоризации советских клише.

Как видно из таблицы 4, в Я-концепции более склонными отказаться от стереотипов недавнего прошлого были люди в активном возрасте (9.4 и 5.5 у молодых и респондентов среднего возраста в пользу "кредо" против 1.5 у пожилых), респонденты с высоким обра-

Таблица 4

Соотношение личностных категорий "кредо" (S) / "социальное положение" (O)			
Группы	N (чел.)	S/O, Я-идентификация	S/O, Мы-идентификация
Молодежь	794	9.4	0.36
Средний возраст	582	5.5	0.18
Пожилые	703	1.5	0.15
Имеют низкое образование	1004	1.6	0.18
Имеют высокое образование	1075	9.3	0.24
Горожане	704	7.4	0.21
Жители села	1375	2.7	0.21
Бедные	893	2.2	0.16
Люди со средним достатком	1160	5.1	0.26

зованием (9.3 против 1.6), горожане в сравнении с сельскими жителями (7.4-2.7) и, наконец, более обеспеченные в сравнении с малоимущими (5.1-2.2). Старшее поколение, малообразованные и сельские жители проявили заметно больший консерватизм в своих самоопределениях. Та же тенденция, но намного слабее, прослеживается и в Мы-идентификациях.

Трудоцентристские ориентации в концепции "Я" наиболее выражены у молодежи (простейшая интерпретация - у незамужних и холостых нет ответственности за свою семью). Представители решительно всех других групп свободны от советской идеологии "жить, чтобы работать". В социальных же идентификациях, наоборот, во всех группах доминанта принадлежит трудовым идентичностям. Такое размежевание приватной и публичной сфер самоопределения, скорее всего, общая норма в обществах с рыночной экономикой.

Выводы

Предпринятый анализ имел целью проверить гипотезу о том, что социальный ресурс личности отражается в идентификационных склонностях. С учетом небольших численностей выделенных подвыборок и связанной с этим низкой статистической надежности выводов из приведенных распределений мы можем заключить, что *во всех случаях без исключения* наблюдается тенденция *более высокой субъектности относительно высоко-ресурсных групп*.

Такими группами являются: более молодые (естественный жизненный ресурс), более образованные, жители городов и относительно более состоятельные. Последнее качество личностного "капитала" представляется самоочевидным, но не могло быть аккуратно подтверждено из-за малочисленности материально благополучных респондентов, которые попали в выборку опроса 1992 г.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Г.А. Психология социального познания. М.: Аспект-пресс, 2000.
2. Качанов Ю.М., Шматко Н.А. Семантические пространства социальной идентичности // Социальная идентификация личности / Под ред. В.А. Ядова. М.: Ин-т социологии РАН, 1993.
3. Козырев Ю.Н., Козырева П.М. Дискурсивность социальной идентичности // Социологический журнал. 1995. № 2. С. 23[^]*3.
4. Левада Ю. Координаты человека. К итогам изучения "Человека советского" // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2001. № 1.
5. Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. 1995. № 3-4. С. 158-182.
6. Portes A. Social Capital: Its Origins and Application in Modern Sociology // Ann. Rev. Sociol. 1998. Vol. 24. P. 1-24.
7. Бурдые П. Социология политики. М.: Социо-Логос, 1993.
8. Вебер М. Класс, статус и партия // Социальная стратификация. Часть 1. М., 1991. С. 19-38.
9. Чураков А.Н. Компьютерный контент-анализ. М., 1996.
10. Кун М., Маркпартленд Т. Эмпирическое исследование установок личности на себя // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М.: Изд-во МГУ, 1984. С. 180-188.
11. Магун В.С. Российские трудовые ценности: идеология и массовое сознание // Мир России. 1998. № 4.