

ФЕНОМЕН ИДЕНТИЧНОСТИ В ПСИХОЛОГИИ

DOI 10.55000/IPsF.2024.48.35.024

УДК 159.9.07

ЛИЧНАЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ СОЦИАЛЬНО-ПЕРЦЕПТИВНЫХ ОБРАЗОВ

Вараева Н. В.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского,

Нижний Новгород, Российская Федерация

Nadezhdav@yandex.ru

В статье рассматривается проблема идентичности личности современного человека в контексте построения образа Я и значимых социально-перцептивных образов. Содержание образа человека изучалось при помощи методики СОЧ(И) – Собираемый образ человека (иерархический) В. Л. Ситникова. В исследовании приняли участие 70 девушек в возрасте от 18 до 25 лет. Эмпирическое исследование подтвердило гипотезу об интеграции элементов личной и профессиональной идентичности в образе Я. Идентичность личности современного человека противоречива и подвержена влиянию доминирующих в социуме социально-перцептивных образов успешного человека, успешной деловой женщины в частности. Профессиональная самореализация и профессиональная идентичность видится современным девушкам в построении своего бизнеса, что отодвигает на второй план роли матери и жены.

Ключевые слова: личная идентичность, профессиональная идентичность, образ Я.

В современном мире каждый имеет широкий спектр возможностей самоопределения практически в любой социальной сфере: в получении образования, профессии и социального статуса. Очевидное преимущество этой свободы, однако, проявляется субъективным переживанием неопределенности. Как показывает Д. А. Леонтьев, «человек в современном обществе не просто социален, а полисоциален, т. е. входит по разным основаниям во множество разных форм социальной организации, ценности и ролевые требования которых не согласуются между собой. Социальная идентичность полисоциального человека оказывается внутренне противоречивой, расколотой» [4, с. 92]. Вместе с тем «формирование идентичности начинается там, где заканчивается множественная идентификация» [6, с. 129]. Это по-новому ставит вопрос становления идентичности личности современного человека как поиск внутреннего субъективного основания для интеграции различных социальных ролей.

В современном контексте «процесс формирования идентичности основывается не на собственных установках личности, ее ценностях и интересах, а, скорее, на подражании тем образам, которые модны и привлекательны в данной культуре» [1, с. 48]. Активно рекламируемый на протяжении последних десятилетий образ успешного человека, имеющего бизнес или престижную работу и ведущего активный образ жизни, постепенно интериоризируется, встраивается в Я-концепцию и становится определенным эталоном для оценки собственной идентичности. Профессиональная идентичность также подвержена влиянию этого образа успешности, так как именно профессия в современном социуме обеспечивает человеку карьерную и социально-экономическую реализацию. Наиболее ярко это проявляется в период активного становления идентичности в молодом возрасте. В связи с этим представляется актуальным изучение идентичности личности современной молодежи через анализ образа Я в системе социально-перцептивных образов.

Было проведено эмпирическое исследование идентичности личности девушек (будущих специалистов помогающих профессий: психологи, конфликтологи, социальные работники) в контексте восприятия и представления различных женских образов. Проверялись гипотезы: 1) элементы личной и профессиональной идентичности интегрированы и представлены в образе Я как единое целое; 2) содержание образа Я определяется системой

социально-перцептивных образов; 3) образ Я девушек студентов содержит противоречия, что указывает на конфликт идентичности.

В исследовании приняли участие 70 девушек в возрасте от 18 до 25 лет – студенты двух вузов Нижнего Новгорода: ННГУ им. Лобачевского и МГЭУ.

Система социально-перцептивных образов изучалась при помощи методики СОЧ(И) – Собираемый образ человека (иерархический) В. Л. Ситникова [5], адаптированной к целям исследования. Методика СОЧ(И) включает два блока (изучение вербализованной составляющей образа и анализ невербальной, менее осознаваемой или бессознательной, части образа) и построена на основе двух методик: «Тест двадцати высказываний» М. Куна, Т. Макпартленда и «Психогеометрический тест» С. Деллингер.

Респондентам требовалось дать характеристики образов:

- образ я;
- современный человек;
- женщина;
- идеальная женщина;
- успешная женщина;
- работающая женщина;
- домохозяйка;
- женщина в бизнесе (безнесвумен).

Ответы могут представлять собой односложные синонимы, ассоциативные образы или развернутые определения. Затем студентов просили оценить записанные ими характеристики как положительные, отрицательные или нейтральные.

Обработка результатов осуществляется методом контент-анализа и представляет собой категоризацию высказываний испытуемых и подсчет количества ответов (характеристик образа) в каждой категории. Таким образом, получается количественная оценка содержания и структуры образа: число ответов по категориям у каждого испытуемого и для выборки в целом. Категории были выделены с опорой на результаты исследования социально-перцептивных образов в представлении молодежи 2023 года [3, с. 115–117]:

- 1) телесно-физические характеристики (Т-Ф) – вьющиеся волосы, толстая и т. п.;
- 2) характеристики, отражающие манеру одеваться или подавать себя, имидж (Им.) – с макияжем, приятно пахнущая и т. п.;
- 3) характеристики эмоциональной сферы (Эм.) – счастливая, грустная, тревожная и т. п.;
- 4) характеристики черт характера (ЧХ) – добрая, целеустремленная и т. п.;
- 5) характеристики интеллектуально-творческой сферы личности и способностей (Инт.) – умная и т. п.;
- 6) характеристики, описывающие уровень образованности и владения информацией (Обр.) – знания в разных сферах, начитанная и т. п.;
- 7) характеристики навыков и умений (НУ) – вкусно готовит и т. п.;
- 8) характеристики рода занятий, чем занимается, как проводит время (РЗ) – пилатес, путешествия и т. п.;
- 9) характеристики личности как субъекта деятельности (Л-Д) – многозадачность и т. п.;
- 10) социально-ролевые характеристики (С-Р) – студентка и т. п.;
- 11) социально-экономические характеристики (С-Э) – богатая, живет в достатке и т. п.;
- 12) характеристики темпа жизни и готовности ему соответствовать (ТЖ) – динамичная, не люблю опаздывать и т. п.;
- 13) характеристики, выражающие усталость, несамостоятельность, беспомощность и пассивность (БП) – зависит от мнения окружающих, сомневающаяся и т. п.;
- 14) характеристики, отражающие активную личную позицию относительно собственной жизни (АП) – стараюсь добиваться своих целей, много стремлений и желаний и т. п.;

15) ценностно-смысловые характеристики (Ц-С) – ценит семью, ценит свое время и т. п.;

16) характеристики, отражающие социальную активность (СА) – создание новых мероприятий для людей и т. п.;

17) характеристики роли и позиции в общении и отношениях (РПО) – не стремлюсь быть лидером, готова жертвовать собой и т. п.;

18) характеристики, отражающие открытость, интерес и гармонию с окружающим миром и жизнью (ОкМ) – люблю путешествовать и т. п.;

19) характеристики, указывающие на внимательное отношение к себе (ВнС) – забочусь о своем здоровье, ценю свое время и т. п.;

20) оценочные характеристики, выражающие отношение респондента к описываемому образу (Оц) – совершенная и т. п.

21) характеристики, неподдающиеся классификации, случайные характеристики (Др.) – люблю своего кота и т. п.

Удельный вес группы характеристик оценивался по двум параметрам: по количеству характеристик, относящихся к этой группе, и по количеству испытуемых, ответы которых содержат характеристики обозначенной группы. Дополнительно обработка результатов включала в себя:

- содержательный анализ характеристик исследуемых образов;
- составление частотных словарей определений образа Я;
- сравнение содержания и структуры образа Я с другими образами.

Невербализованная составляющая образа оценивается по геометрическим «портретам» из «Психометрического теста» С. Деллингер, которые испытуемым предлагается проанализировать для каждого образа отдельно. Ряды рангов сравниваются между собой при помощи коэффициента ранговой корреляции Спирмена в программе SPSS 16.0.

По результатам исследования со студентами были организованы дискуссии об особенностях различных образов, причинах и возможных последствиях такого восприятия себя и женских социальных ролей.

Результаты и их обсуждение

Прежде всего следует отметить, что характеристики образа Я чаще оценивались студентами как положительные. Отрицательные характеристики в среднем составляют около 15–20 % (по-разному в разных ответах), что говорит о положительной идентичности и достаточно высокой самооценке.

При описании себя большинство испытуемых (93,3 %) перечисляли черты характера. И 60 % девушек указали на активную личную позицию в отношении к собственной жизни. Интересно, что описания социальной активности практически отсутствуют (3,3 %). На третьем месте характеристики роли и позиции в общении и телесно-физические, – их использовали 56,7 % респондентов. Немного меньше (53,3 %) девушек описывали свои эмоции. Практически отсутствуют социально-экономические характеристики (3,3 %), мало характеристик, отражающих интерес и открытость к миру (10 %).

Составление частотных словарей показало вариативность описаний Я-образов разными испытуемыми. Наиболее часто используемыми были характеристики, представленные в таблице 1. Это преимущественно описания черт характера.

Важно отметить, что одни и те же характеристики одновременно относятся к личной и профессиональной идентичности. Перед испытуемыми не ставилась задача описать себя в контексте будущей профессиональной деятельности. Однако доброта, готовность проявлять заботу, любовь к людям, эмпатия и понимание важны в работе специалистов помогающих профессий. А такие качества, как ответственность, готовность к саморазвитию, сила характера, творческий подход и целеустремленность необходимы для профессиональной реализации практически в любом виде деятельности.

Количество испытуемых (в %), использовавшие различные характеристики для описания образа Я и других женских образов

№ пп	Слова	Категории	Образ Я	Совр. чел.	Женщина	Идеал. женщ.	Успешн. женщ.	Работ. женщ.	Домохоз.	Бизнесвумен
1	Добрая	ЧХ	33,3	0	25,0	37,5	0	0	0	0
2	Заботливая	ЧХ	26,7	0	25,0	31,25	0	0	40,0	0
3	Ответственная	ЧХ	26,7	6,3	12,5	0	25,0	46,7	0	40,0
4	Ленивая (лень)	ЧХ	26,7	0	0	0	0	0	0	0
5	Саморазвитие	АП	23,3	56,3	0	12,	31,3	13,3	0	33,3
6	Красивая	ТФ	23,3	0	43,8	50,0	25,0	6,7	0	13,3
7	Любовь (к людям, жизни)	РПО, Эм	20,0	12,5	31,3	37,5	12,5	0	20,0	0
8	Студент(-ка)	С-Р	20,0	0	0	0	0	0	0	0
9	Спорт	РЗ	20,0	0	0	12,5	0	0	0	6,7
10	Умная	Инт	16,7	6,3	0	50,0	18,8	20,0	0	20,0
11	Эмпатичная, эмпат	РПО	16,7	0	0	0	0	0	0	0
12	Человек	Др	13,3	18,8	18,8	0	6,3	0	0	0
13	Ухоженная, уход за собой	ВнС	13,3	0	25,0	18,8	6,3	0	13,3	33,3
14	Эмоциональная	Эм	13,3	0	31,3	0	0	0	0	0
15	Сильная (духом/характером)	ЧХ	13,3	0	37,5	0	6,3	13,3	0	13,3
16	Спокойная	ЧХ	13,3	0	18,8	6,3	6,3	0	6,7	6,7
17	Творческая	Др	13,3	6,3	12,5	0	0	0	0	0
18	Тревожная	Эм	13,3	12,5	0	0	0	0	0	6,7
19	Понимающая	Др	13,3	0	0	0	0	0	0	0
20	Целеустремленная	АП	13,3	6,3	0	6,3	43,8	6,7	0	33,3

Обращает внимание противоречивость описания себя: целеустремленная, но ленивая; спокойная, но тревожная. Эта же тенденция была выявлена в исследовании 2023 года [3, с. 135–136]: самодостаточная, но нервная; импровизатор, но апатичная; юмористка, но стеснительная; злая и одновременно заботливая.

Какая-то часть описания образа Я пересекается по формулировкам с женскими образами (таблица 1). Разные характеристики сближают образ Я с различными обобщенными образами, что косвенно указывает на идентификацию с соответствующими этим образам социальными ролями.

Интересно, что наименьшее количество пересечений было выявлено с образом современного человека. При описании современного человека больше уделяется внимание характеристикам темпа жизни и использования информационных технологий и гаджетов, практически не упоминаемых при описании других социально-перцептивных образов.

Также обращает внимание отсутствие в образе Я характеристик, связанных с будущей ролью жены или матери. С одной стороны, это можно объяснить возрастом респондентов. С другой стороны, есть исследования, показывающие, что «профессиональная занятость женщины имеет обратную корреляцию с родительской идентичностью в уходе за ребенком» [2, с. 95–96]. В образе Я девушек часто встречаются формулировки, более близкие образам успешной и деловой женщины (бизнесвумен): самостоятельная, самодостаточная, постоянно

развивающаяся, целеустремленная. Образы работающей женщины и домохозяйки получили значительно меньше положительных характеристик и значительно больше отрицательных по сравнению с образами успешной, идеальной женщины и бизнесвумен.

Обсуждение результатов исследования со студентами подтвердило предположение о воздействии образа успешной женщины на формирование представления о себе. Причем успешной воспринимается именно женщина, имеющая свой бизнес. Работающая женщина и домохозяйка представляются молодежи уставшими, лишенными свободного времени и погруженными в ту или иную рутину без возможности реализовывать собственные цели и планы, развиваться и совершенствоваться в своей жизни.

Выводы

Проведенный теоретический и эмпирический анализ показывают, что идентичность личности современного человека противоречива и подвержена влиянию доминирующих в социуме социально-перцептивных образов успешного человека, успешной деловой женщины (бизнесвумен) в частности. В образе Я студентов компоненты личной и профессиональной идентичности интегрированы и могут выражаться одними и теми же речевыми конструкциями, что косвенно указывает на значимость профессиональной самореализации для современных девушек по сравнению с выбором ролей матери и жены. Роль домохозяйки представляется не слишком привлекательной, так же как и роль работающей женщины. Профессиональная самореализация и профессиональная идентичность видится современным девушкам в построении своего бизнеса.

Литература / References

1. Благородова Е. А. «Личный брендинг»: потребительская идентичность в культуре постмодернизма // Вестник славянских культур. – 2018. – Т. 49. – С. 41–50.
2. Борисенко Ю. В. Семейные условия формирования родительской идентичности личности в современном мире // Вестник Кемеровского гос. ун-та. – 2015. – № 3(63). – С. 93–97.
3. Вараева Н. В. Образ современного человека в представлениях российской молодежи // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. – 2023. – Т. 8, № 3(31). – С. 110–145.
4. Леонтьев Д. А. Идентичность личности в полисоциальном мире // Философские науки. – 2012. – № 11. – С. 89–105.
5. Ситников В. Л. Образ ребенка (в сознании детей и взрослых). – СПб.: Химиздат, 2001. – 288 с.
6. Эрикссон Э. Идентичность и цикл жизни. – СПб.: Питер, 2023. – 208 с.

PERSONAL AND PROFESSIONAL IDENTITY IN THE CONTEXT OF THE PRESENTATION OF VARIOUS SOCIO-PERCEPTUAL IMAGES

Varaeva N. V.

*National Research Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod,
Nizhny Novgorod, Russian Federation
Nadezhdav@yandex.ru*

The article discusses the problem of personal identity of a modern person in the context of building the Self-image and significant socially perceptual images. The content of the human image was studied using the “Collective image of a person (hierarchical)” technique (V. L. Sitnikov). 70 girls aged 18 to 25 years from two universities of Nizhny Novgorod took part in the study. Empirical research has confirmed the hypothesis about the integration of elements of personal and professional identity in the Self-image. The identity of the personality of a modern person is contradictory and is influenced by the socially dominant socio-perceptual images of a successful man and a successful business woman. Professional self-realization and professional identity are seen by modern girls in building their business, which sidelines the roles of mother and wife.

Keywords: personal identity, professional identity, self-image.