

СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ГРАЖДАН В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье показаны результаты социологического исследования по выявлению процессов социальной идентификации в социокультурном пространстве Мурманской области. Автор рассматривает социальную идентичность как результат нахождения индивидов в той или иной группе или сообществе, исследует конструкции социального пространства в восприятии «своих» и «несвоих» общностей и групп.

Социальная идентичность, идентификация, социокультурное пространство, социальные группы, общности.

Идентичность человека представляет собой феномен, формирующийся в определённых социокультурных условиях посредством освоения социальных ролей и в ходе межличностных взаимоотношений.

Современные социокультурные условия идентификационных процессов российского общества характеризуются рядом значимых черт, среди которых следует отметить произошедший распад и последующую реорганизацию политических и экономических систем, усложнение социально-стратификационной структуры общества, расширение культурных границ и социальных связей, увеличение информационных потоков, нарастание процессов глобализации, а также трансформацию нормативно-ценностной си-

стемы и моделей социального поведения индивидов. Эти и другие факторы социокультурной среды требуют постоянной адаптации современных россиян.

Социально-экономическая нестабильность в обществе осложняет достаточно противоречивую ситуацию на Кольском Севере, связанную прежде всего с неудовлетворительными демографическими и миграционными процессами, межнациональными и этническими отношениями, что непосредственно отражается на особенностях поведения, самосознания и идентичности северян.

Как известно, большая часть населения Мурманской области сформировалась за счёт миграции из регионов средней полосы и юга нашей страны в течение XX столетия. Если численность жителей Мурманской области в 1959 году составляла 568,2 тыс. чел., то в 1989 году – уже 1146,7 тыс. чел. [7].

В Мурманской области находятся десятки военных объектов, рыбопромышленных и горнодобывающих производств, морских судоходных компаний, судоремонтных комплексов, обусловивших приток населения в регион. Однако



ЖИГУНОВА Галина Владимировна
доктор социологических наук,
доцент ФГБОУ ВПО
«Мурманский государственный
гуманитарный университет»
galina-zhigunova@yandex.ru

в последующие годы мы наблюдаем отток населения, в результате которого на начало 2012 года в Мурманской области осталось 787,9 тыс. чел. [8]. Одной из причин оттока населения с этой территории является тот факт, что поколение людей, приехавших на Север, в большинстве своём имело установку на возвращение в родные места. Кроме того, многие, живя на Севере, в силу определённых причин так и не стали ощущать себя коренными северянами. Другими причинами стали упадок экономики, недостаточно развитая социальная инфраструктура области, отсутствие широких возможностей для самореализации, а также сложная природно-климатическая среда и неблагоприятная экологическая обстановка, оказывающие негативное влияние на состояние здоровья людей.

Несмотря на значительную миграционную убыль населения, в последние годы вновь нарастает число прибывших. Так, в 2009 году в Мурманскую область прибыло 13873 чел. (выбыло – 18677 чел.), в 2010 году – 15863 чел. (22576 чел.), в 2011 году – 28967 чел. (35039 чел.) [3].

Согласно данным Всероссийской переписи населения 2010 года, в Мурманской области проживает 89% русских от общей численности населения, 4,7 – украинцев, 1,7 – белорусов, 0,8 – татар, 0,5 – азербайджанцев, по 0,2% – коми, мордвы, саамов, карелов [4]. Кроме того, здесь живут армяне, чуваша, башкиры, поляки, ненцы, марийцы и другие народности. Особенностью данной местности является её близость к странам Скандинавии, потому $\frac{2}{3}$ всех приезжающих иностранцев – это граждане этих стран, а также Германии и Великобритании [5].

Таким образом, формирование идентичности населения Кольского Севера происходит, во-первых, в среде мигрантов, во-вторых, в условиях происходившего оттока населения, а вместе с ним

нарастающего дефицита социального капитала. В данных условиях социологический анализ идентификации становится чрезвычайно актуальным.

Идентичность неизменно связана с отождествлением людей с общностями и группами, среди которых они живут, работают и удовлетворяют свои потребности. Представители групп и общностей, с которыми человек себя идентифицирует, обозначаются им в качестве «своих», или «мы-сообществ», с которыми отсутствуют идентификации, – «чужих», «несвоих», или «они-сообществ». Иными словами, социальная идентичность является результатом осознания индивидом членства в той или иной социальной группе. Окружающие человека группы и сообщества являются своеобразным зеркалом, которое отражает статус, род занятий, личностные и поведенческие характеристики данного индивида в настоящем, прошлом и обозримом будущем.

В этом аспекте идентичность исследовал Г. Тэджфел, считающий, что для достижения позитивной самооценки человек использует либо межгрупповые (социальная идентичность), либо межличностные (личностная идентичность) формы взаимодействия [9].

Идентичность как результат социальной интеракции рассматривали в рамках концепции символического интеракционизма Дж.Г. Мид и Ч. Кули. Они исходили из того, что она является результатом субъективного отражения мнения окружающих. С точки зрения П. Бергера и Т. Лукмана, идентичность представляет собой продукт социальной реальности: она закрепляется за каждой ролью, которую играет человек, соответствует его поведению, а поведение является ответом на специфическую социальную ситуацию [2]. Предельное выражение этой концепции мы видим у И. Гофмана, который рассматривал идентичность в условиях мно-

жественности ролей. В его драматургическом подходе соединены идея М. Вебера о социальном действии как рациональном, осмысленном участии в взаимодействии, и идея Дж.Г. Мида о социальном действии с позиции принятия роли другого. Действующий человек создаёт для публики некий образ, производит на неё впечатление, более или менее целенаправленно раскрывая свою субъективность. Поэтому центральное понятие теории – понятие саморепрезентации, которое означает не стихийное выражение эмоций, а стилизацию выражения своих переживаний, адресованную зрителям [1].

Итак, идентичность человека связана с осознанием себя в межличностном взаимодействии и сознательной ориентацией на определённый стиль жизни, социальные роли, ценности, нормы. Социальную идентичность можно рассматривать в двух аспектах: с точки зрения ингруппового подобия (между членами одной общности, имеющими одну и ту же социальную идентификацию) и аутгрупповой дифференциации (несмотря на сходство, имеется существенное отличие от тех, кто принадлежит к «чужой» группе). Эти два аспекта взаимосвязаны: чем сильнее идентификация со своей группой, тем значимее дифференциация этой группы от других, определяемых как «чужие». В этом случае при межличностных и межгрупповых взаимодействиях в регионе могут возникать явления недоверия, интолерантности, конфликты.

С целью выявления структуры и характера социальных идентичностей у мурманчан автором в феврале – марте 2013 года был проведён анкетный опрос среди жителей Кольского Севера. Целью анкетирования было выявление «своих» и «несвоих» групп и общностей, а также представлений об этих группах. В опросе приняли участие 312 человек в возрасте от 15 до 60 лет, из них мужчин – 132, женщин

– 180. Представители женского пола обозначены в выборке как наиболее социально активная группа (57,7% против 42,3). Респонденты в возрасте 15 – 25 лет составили 59,3%, 26 – 35 лет – 14,4, 36 – 45 лет – 16,7, 46 – 55 лет – 5,1, 56 – 60 лет – 4,5%.

За основу социологического анализа идентичности был взят конструктивистский подход (П. Бергер, Т. Лукман, Дж.Г. Мид, Г. Тэджфел), воплощённый в инструментарии, разработанном нижегородскими учёными под руководством профессора А.А. Иудина в 1999 – 2002 гг. в рамках исследования процессов идентификации граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ [6]. Респондентам было предложено назвать группы и общности, с которыми они ощущают близость или, напротив, считают чужими, и соотнести их с понятиями «мы» или «они». При анализе ответы типизировались и подсчитывались по количеству их упоминаний, а не по количеству опрошенных, так как число отождествлений в инструментарии не ограничивалось.

Опрошенные жители Мурманской области соотносят себя, главным образом, с первичными группами – друзья, подруги (147 упоминаний) и семья (123). В них на первом плане находятся непосредственные межличностные взаимодействия, общая социальная деятельность, эмоциональная окрашенность отношений.

Далее в качестве «мы-сообществ» выступает социально-профессиональная общность, которая представляет собой окружение индивидов, основанное на социальных контактах. Главной характеристикой этой категории является отсутствие устойчивых обязанностей и взаимоотношений. К ней были отнесены группы людей, среди которых респонденты учатся или работают, – трудовой коллектив или коллеги (28), одноклассники, однокурсники (11), индивиды опреде-

лётного рода занятий, связанных с учебной деятельностью, – учащиеся, студенты (24), или непосредственно профессиональной – врачи, преподаватели, учителя, юристы, учёные и др. (15). Также в качестве «своих» групп и сообществ был указан круг знакомых, товарищей, друзей, единомышленников (35).

Респонденты отождествляют себя с рядом номинальных, или условных, общностей. К ним были отнесены, во-первых, люди, обладающие теми или иными качествами – творческие (7), хорошие, позитивные (5), добрые (3), верные (1), надёжные (1), порядочные (1), адекватные (1), во-вторых, объединённые по разнообразным интересам, убеждениям и принципам, формирующим стиль и образ жизни индивидов, – люди с увлечениями и интересами (12), ищущие справедливости (1), карьеристы (1), законопослушные граждане (1).

Идентичности с большими группами и общностями, выступающими для респондентов в качестве «мы», представлены в меньшей степени по сравнению с первичными группами и контактными общностями. Их отличительной особенностью является значительное число представителей и опосредованность контактов. Большие группы включили в себя общности проживающих на одной территории, принадлежащих к одним религиозным верованиям, определённому социальному слою, классу, этносу.

Наибольшую роль в идентичностях опрашиваемых с большими группами играют духовно-религиозные общности. Духовные общности, с которыми респонденты ощущают солидарность, образуют люди, разделяющие их веру, являющиеся христианами или частью церкви как духовного организма (20).

Далее следуют идентификации с социально-демографическими общностями (14). Среди них – общности по признаку

возраста (11) и пола (3). Говоря о возрасте, опрошенные в трёх случаях отождествляют себя со старшим поколением, в остальных случаях – с современниками, молодёжью, сверстниками.

Минимально проявлена идентичность по месту проживания индивидов: на федеральном (россияне (6)), региональном (северяне (1)) и локальном (мурманчане (2)) уровнях. В меньшей мере респонденты отождествляют себя с этническими общностями, полагая, что «мы» – это славяне (1) и русские (3). В двух случаях имеет место общность со средним и рабочим классом (табл. 1).

Таким образом, основными критериями разграничения «своих» и «несвоих» стали родство, дружба, знакомство, общность профессии, занятий, религиозных верований, импонирующее личностных качеств, позитивный стиль и образ жизни, возраст, место жительства, пол, этнические и классовые признаки.

Респонденты в подавляющем большинстве отождествляют себя со своим ближайшим окружением – семьёй, друзьями и подругами, кругом профессионалов, коллег, с которыми они вместе работают, учатся или занимаются одним и тем же делом. Эти люди обладают позитивными личностными качествами, ведут достойный образ жизни, являются законопослушными и порядочными гражданами.

Специфика традиционной хозяйственной, культурной, этнической составляющей Кольского края не нашла отражения в идентификациях граждан, за исключением трёх случаев территориальной идентичности, при которых было указано, что «мы» – это северяне и мурманчане.

К «несвоим» группам и общностям респонденты отнесли в первую очередь тех, кто не входит в круг их непосредственного общения, взаимодействия – посторонние (35), незнакомые (29), неблизкие люди (4), те, с кем отсутствует общение

Таблица 1. Распределение «своих» общностей и групп

Тип общности, группы	Основания идентичности с общностями «мы»	Кол-во	Ранг
Первичные группы (группы непосредственного общения)	Дружба (друзья, подруги)	147	1
	Родство (семья, родственники)	123	2
Контактные общности	Круг товарищей, приятелей, знакомых, единомышленников	35	3
	Круг сотрудников, коллег, трудовой коллектив	28	4
	Круг людей определённого рода занятий (студент, учащийся, получающий знания)	24	5
	Профессиональные группы (врачи, преподаватели, учителя, юристы, учёные и др.)	15	8
	Круг одноклассников, однокурсников	11	9
Номинальные (условные) общности	Люди с определёнными качествами (хорошие, позитивные, добрые, надёжные, верные, творческие, порядочные, адекватные)	19	7
	Люди позитивного стиля и образа жизни (люди с интересами, ищущие справедливости, карьеристы, законопослушные граждане)	15	8
Большие социальные группы и общности	Духовно-религиозные общности (верующие, христиане, церковь)	20	6
	Возрастные социально-демографические общности (сверстники, молодёжь, старшее поколение)	11	9
	Половые социально-демографические общности	3	12
	Общности по месту жительства (россияне, мурманчане, северяне)	9	10
	Общности по этническому, национальному признаку (славяне, русские)	4	11
	Стратификационные, статусные группы (средний класс, рабочий класс)	2	12
Итого		466	-

(1), с кем нет взаимопонимания, «общего языка» (2) – всего 71 наименование.

Значительная часть опрошенных признала как «несвоих» людей определённого стиля и образа жизни, прежде всего лиц девиантного (44 упоминания) и преступного поведения (35): людей, имеющих алкогольную или наркотическую зависимость, употребляющих алкоголь или наркотики (35), гомосексуалистов или иных представителей сексуальных меньшинств (5), извращенцев (2), живодёров (2), преступников/криминальные элементы, хулиганы, воры, убийцы, мошенники, коррупционеры, экстремисты (31)/и нарушителей закона (4).

Это также люди с определёнными (в данном случае негативными) личностными качествами: эгоисты и индивидуалисты (8), злые (4), плохие (3), безответственные (3), разгильдяи (2), буйные (2), меркантильные (2), завистливые (2), лицемеры (1), психически неуравновешенные (1) – всего 28 упоминаний.

В эту категорию вошли лица, с которыми у респондентов отсутствует взаи-

мопонимание (21), а также враги (18) и недоброжелатели (2). К чуждым общностям отнесены те или иные неформальные объединения – нацисты (2), фашисты (1), скинхеды (1), готы (1), растаманы (1), иные «неформалы» (2) – всего 8 упоминаний; а также представители других поведенческих и мировоззренческих «кругов» – националисты (4), клубная молодёжь (2), гопники (2), быдло (1) – всего 9 упоминаний.

Некоторые большие общности и группы были отнесены к категории, с которой у респондентов отсутствуют идентичности, – стратификационные, статусные группы, представители которых – чиновники (11), политики (6), правящая элита (4), правительство (2), начальники (2) – всего 25 упоминаний. К ним примыкают общности, характеризующиеся по имущественному положению, – бомжи (3), люмпены (2), безработные (1) – 6 наименований.

Важный критерий определения «несвоих» – духовно-религиозный. Для 17 респондентов духовно чужды люди, не яв-

ляющиеся христианами (5), неверующие люди (4), сектанты (4), мусульмане (3), сатанисты (1).

В 15 случаях опрашиваемые имеют негативную идентичность с социально-демографическими общностями – возрастными (11), половыми (4); в 12-ти – с общностями по национальному признаку – нерусскими (7), лицами кавказской национальности (2), американцами (1), китайцами (1), арабами (1); в 8 – по месту жительства – иностранцами (6), всеми россиянами (2); в 7 – с массовыми общностями – прохожими (5), пешеходами (1), покупателями (1).

В ряде случаев к «чужим» были отнесены представители непосредственного социального окружения респондентов – их товарищи, приятели, знакомые (27), соседи (4), а также первичных групп – друзья (4) и родственники (3), социально-профессиональных общностей – студенты, учащиеся (3), коллеги (3), люди определенной профессии – продавцы, гастарбайтеры, преподаватели, офисные работники, обслуживающий персонал (5). Два респондента в качестве «несвоих» указали представителей силовых структур – полицейских (1) и судебных приставов (1) (табл. 2).

Итак, в качестве «несвоих» групп и общностей респонденты воспринимают в первую очередь людей, с которыми отсутствуют тесные социальные связи, а также лиц девиантного и асоциального поведения, имеющих, кроме всего прочего, негативные личностные качества и неприемлемое мировоззрение. Для значительной части опрошенных в категорию «чужих» вошли представители непосредственного социального окружения респондентов – товарищи, приятели, знакомые. Вышеуказанное подтверждает тот факт, что за пределами узкого числа лиц, с которыми осуществляются непосредственные социальные

взаимодействия, идентификации становятся гораздо слабее и проявляются значительно реже.

Таким образом, «они», или те, с кем отсутствуют отождествления у опрошенных, – это незнакомцы, неродные, посторонние люди, имеющие алкогольную или наркотическую зависимость, являющиеся преступниками и нарушителями закона, а также безответственными, эгоистичными, злыми, завистливыми, меркантильными. Данные индивидуумы выступают врагами или недоброжелателями респондентов, с ними отсутствует взаимопонимание и «общий язык», они имеют высокое или, напротив, низкое социальное положение, не верят в Бога, не являются русскими по национальности или людьми одного с респондентами возраста или пола.

В результате сопоставления характеристик «своих» и «несвоих» общностей формируются дихотомии: родные – неродные, хорошие – плохие, законопослушные – преступники и девианты, верующие – неверующие, русские – нерусские и т. п. Механизм конструирования свойств данных общностей осуществляется посредством типизации и присвоения им взаимоисключающих, противоположных оценок и качеств. На основе полученных данных можно сделать вывод, что респонденты противопоставляют себя и свои группы неким «они» посредством симпатии к своему окружению (и, тем самым, – к себе) и антипатии ко всем остальным, априори худшим в сравнении с практически идеальными «мы».

Подводя итог идентификационным процессам, происходящим в Мурманской области, заключим, что социальная идентичность граждан как следствие выделения из социального окружения «своих» и «несвоих» групп и общностей связана, главным образом, с непосредственным окружением индивидов. Данные общно-

Таблица 2. Распределение чуждых, «несвоих» общностей и групп

Тип общности, группы	Основания общности «Они»	Кол-во	Ранг
Первичные группы (группы непосредственного общения)	Дружба (друзья, подруги)	4	17
	Родство (семья, родственники)	3	18
Контактные общности	Круг товарищей, приятелей, знакомых	27	5
	Круг профессионалов (преподаватели, продавцы, гастарбайтеры, офисные работники, обслуживающий персонал)	5	16
	Соседи	4	17
	Круг коллег, сотрудников	3	18
	Круг людей определённого рода занятий (студенты, учащиеся)	3	18
	Силовые структуры (полицейские, судебные приставы)	2	19
Номинальные (условные) общности	Круг незнакомых, посторонних, неродных, близких, с кем отсутствует общение	71	1
	Девианты (люди, имеющие алкогольную или наркотическую зависимость, сексуальные меньшинства, извращенцы, живодёры)	44	2
	Преступники (криминальные элементы, хулиганы, воры, убийцы, мошенники, коррупционеры, экстремисты, нарушители закона)	35	3
	Люди с негативными качествами (плохие, безответственные, буйные, разгильдяи, эгоисты, индивидуалисты, меркантильные, злые, завистливые, лицемеры, психически неуравновешенные)	28	4
	Круг лиц, с которыми нет взаимопонимания, «общего языка»	21	7
	Круг врагов, недоброжелателей	20	8
	Представители негативных поведенческих и мировоззренческих кругов (националисты, клубная молодёжь, гопники, быдло)	9	12
	Представители неформальных объединений (нацисты, скинхеды, готы, просто неформалы)	8	13
Большие социальные группы и общности	Стратификационные, статусные группы (начальники, чиновники, политики, правящая элита, правительство)	25	6
	Духовно чуждые общности (неверующие, нехристиане, сектанты, мусульмане, сатанисты)	17	9
	Общности по этническому, национальному признаку (нерусские, лица кавказской национальности, американцы, китайцы, арабы)	12	10
	Возрастные социально-демографические общности (дети, молодёжь, старшее поколение)	11	11
	Общности по месту жительства (россияне, иностранцы)	8	13
	Массовые общности (покупатели, прохожие, пешеходы)	7	14
	Общности по имущественному положению (бомжи, люмпены, безработные)	6	15
	Половые социально-демографические общности	4	17
Итого		377	-

сти оцениваются респондентами исключительно через позитивные характеристики. В связи с этим мы можем констатировать, что при разграничении «своих» и «несвоих» групп значимыми являются не только признаки родства и непосредственного социального окружения, но и симпатии и антипатии, представления о должном и недолжном, одобряемом и неодобряемом в поведении индивидов.

Важнейшими первичными группами, которые составляют основу социаль-

ных идентичностей граждан Мурманской области, являются друзья и семья, где их представители с ранних лет приобретают опыт социальных отношений, постигают нормы и ценности, осваивают социально одобряемые модели поведения, усваивают основы социальной солидарности. Однако можно говорить о том, что «радиус доверия» северян заканчивается там, где участниками взаимодействия становятся не только враги и недоброжелатели, но и неродные, не-

близкие люди, а также лица девиантного или преступного поведения, иного вероисповедания, люди с негативными личностными качествами. Отношение к

данным лицам может служить фактором социоструктурного напряжения и источником социальных конфликтов на Кольском Севере.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абельс, Х. Ирвинг Гофман: техники презентации [Электронный ресурс] / Х. Абельс. – Режим доступа: [q.soc.pu.ru/materials/golovin/reader/abels/r_abels1\(hoffmann\).html#22](http://q.soc.pu.ru/materials/golovin/reader/abels/r_abels1(hoffmann).html#22)
2. Бергер, П.Л. Приглашение в социологию [Текст] / пер. с англ. О.А. Оберемко; под ред. Г.С. Батыгина. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 168 с.
3. Миграция населения по потокам [Электронный ресурс]: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области. – Режим доступа: <http://murmanskstat.gks.ru/>
4. Национальный облик Мурманской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://murmanskstat.livejournal.com/10374.html>
5. Новости b-port. 2012. 14 июня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.b-port.com/guest/item/82775.html#ixzz2W2T9FH8c>
6. Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «несвоих» групп и сообществ (1999 – 2002 гг.): Мастер-класс проф. В.А. Ядова [Текст] / Российская благотворительная организация «Иноцентр». – М.: Аспект-Пресс, 2004. – С. 61-62.
7. Численность населения [Электронный ресурс]: Мурманская область: статистический ежегодник. – Режим доступа: <http://murmanskstat.gks.ru/>
8. Численность населения на начало 2012 года и в среднем за 2011 год [Электронный ресурс]: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Мурманской области. – Режим доступа: <http://murmanskstat.gks.ru/>
9. Tajfel, H. Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations [Text] / H. Tajfel. – London: Academic Press, 1978.