

УДК 37.017 + 316.814  
ББК С516

## ПАТРИОТИЗМ КАК РЕЗУЛЬТАТ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ

*В.Ю. Колчинская*

В статье рассматривается структура понятия «идентичность» и анализируется его связь с рядом патриотических установок. Приведены данные о результатах исследования патриотизма в связи с социальной идентичностью. Приводится эмпирическая классификация респондентов по содержанию и степени идентичности с различными аспектами родной социальной среды.

Ключевые слова: социальная идентичность, компоненты социальной идентичности, уровни социальной идентичности, патриотизм.

В современном быстро меняющемся обществе проблематизируется идентичность человека: слишком быстрые перемены в политической, экономической и культурной сфере влекут за собой изменения в социальной структуре, а это уже приводит к трансформации привычной идентичности. Одним из аспектов идентичности становится вопрос самоотнесения с государством. Идентификационная модель «россиянин» не имеет конкретного ценностно-символического наполнения, что затрудняет успешную социальную адаптацию человека к трансформирующимся условиям. Отсюда ситуация растерянности, кризис идентичности и сопутствующее им чувство ностальгии по ушедшему времени. Это заставляет иначе смотреть и на понимание патриотизма.

Теоретическая и эмпирическая разработка проблемы идентичности началась сравнительно недавно. Вероятнее всего, впервые в социальном контексте понятие идентичности появилось в теоретических концепциях представителей чикагской школы, в частности, этот термин употребил социолог Р.Э. Парк, изучая процессы миграции и маргинализации. В дальнейшем проблематика идентичности встречается в концепции символического интеракционизма Дж. Мида. По мнению социолога, идентичность – это способность к целостному восприятию себя и социального мира, поэтому структура идентичности включает в себя не просто единство элементов, а их связи между собой и целым [1]. Социальная идентичность анализируется в плане социальных свойств человека. При этом большую роль в поведении человека играет вопрос: «Что обо мне подумают другие?»

В 60-х годах XX столетия понятие идентичности стало стержневым для ряда социально-философских концепций, например для работ Э. Фромма, имевших в качестве своего предмета анализ современных особенностей взаимоотношений человека и общества. Э. Фромм обращается к проблеме

идентичности, анализируя диалектическую взаимосвязь индивидуального и всеобщего в человеческой природе. В своей книге «Бегство от свободы» он определяет персональную идентичность как результат индивидуализации человека, где последняя характеризует обособление человека от сил природы и других людей. С другой стороны, «одной из ведущих потребностей, составляющих самую сущность бытия», является потребность в связи с окружающим миром, потребность избежать одиночества, что достигается путем самоотождествления с какими-либо идеями, ценностями, социальными стандартами, то есть путем формирования социальной идентичности [2].

В дальнейшем проблема социальной идентичности поднимается неоднократно, авторы рассматривают ее основания и структуру. Наряду с теоретическими изысканиями, идентичность подвергается эмпирическим исследованиям. В отечественной социологии проблема идентичности рядом исследователей связывается с переменами в обществе 80–90-е годы прошлого века. Эти изменения кардинально трансформировали социальную структуру, сместили доминирующие ценностные ориентации, что не могло не сказаться на самоидентификации граждан.

В центре нашего рассмотрения будет национальная идентичность, то есть осознание индивидом своей принадлежности к нации и осознание общностью своей специфики и самобытности. Она включает в себя следующие элементы. Это, во-первых, этническая идентичность, а именно отождествление индивида с определенной группой, выражающееся в готовности к сходному образу мыслей, свойственных определенному этносу, и разделению этнических чувств.

Следующим элементом национальной идентичности станет гражданская идентичность, включающая в себя: 1) осознание принадлежности к сообществу граждан того или иного государства, имеющее для индивида значимый смысл; 2) феномен надиндивидуального сознания, признак (качество) гражданской общности, характеризующей ее как коллективного субъекта.

И, наконец, культурная идентичность, то есть осознанное принятие индивидом соответствующих культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентации и языка, понимание своего «Я» с позиций тех культурных характеристик, которые приняты в данном обществе.

Все эти компоненты сосуществуют в сознании индивида, актуализируясь в определенные моменты.

В зависимости от доминирующей идентичности выделяют типы патриотизма. Он может основываться на этнической идентичности, тогда индивид в качестве своей родины рассматривает прежде всего территорию, на которой проживает его этнос. Такой патриотизм может быть основан на чувствах, любви к малой Родине, эмоциональном отношении к месту, где родился.

Если в основе патриотизма лежит гражданская идентичность, то здесь мы видим приверженность прежде всего государству, поддержку государ-

ственного строя, правительства. Доминирование культурной идентичности приводит к приверженности традициям и обычаям своей страны.

По данной проблеме было проведено исследование весной 2017 года. Объектом исследования стали жители города Челябинска. В рамках исследования была сформирована классификация респондентов по двум основаниям. Во-первых, были выделены уровни идентичности, такие как семейный, локальный (на уровне города), этнический (на уровне своего этноса), гражданский (на уровне государства) и вненациональный (идентификация с человечеством в целом). Во-вторых, для каждого уровня идентичности была замерена степень самоидентификации. Для этого была разработана система суждений, выражающих самоидентификацию на каждом из уровней (по 2–5 суждений для каждого уровня). Степень согласия с этими суждениями и выражала степень самоидентификации.

В итоге методом кластерного анализа выделили три группы. Всем им в наибольшей степени свойственен семейный уровень идентичности. Остальные уровни становятся все менее значимыми по мере дистанцирования от повседневной жизни. Первая группа характеризуется слабой идентичностью на всех уровнях, кроме семейного. Такая идентичность названа слабой. Второй группе свойственна довольно сильная семейная идентичность, чуть выше среднего на локальном, этническом и гражданском уровне и слабая надгосударственная идентичность. Это средняя идентичность с семейной доминантой. Третья группа – с высокой разносторонней идентичностью – это группа, в которой наиболее выражены все уровни самоидентификации, включая надгосударственный.

Таблица 1

Характеристики групп по степени идентичности  
(конечные центры кластеров), индекс

Уровни идентичности	Слабая идентичность	Средняя с семейной доминантой	Высокая разносторонняя
Семейная идентичность	0,443	0,759	0,882
Локальная идентичность	-0,173	0,287	0,730
Этническая идентичность	-0,227	0,250	0,634
Гражданская идентичность	-0,205	0,236	0,655
Надгосударственная идентичность	-0,198	-0,069	0,368

Примечание: здесь и в табл. 2, 4–7 индекс рассчитывается по формуле средней арифметической взвешенной, изменяется в интервале от -1 до 1.

Эти группы отличаются друг от друга по социально-демографическому составу. Так, слабая идентичность чаще характерна для мужчин среднего достатка, не состоящих в браке. Семейное положение является отличительной чертой этой группы: холостые / незамужние встречаются в ней чаще, чем в целом по массиву, в то время как состоящие в браке, наоборот, реже. Во второй группе чаще встречаются женщины, состоящие в браке. Для третьей это сочетание черт свойственно еще чаще (65 % здесь женщины, 53 % – имеющие семью). Здесь добавляется еще одна основная черта – наличие высшего образования. Им обладает половина членов этой группы.

Надо отметить, что существенным фактором, коррелирующим со степенью идентичности, является возраст. Обратившись к табл. 2, видим, что индекс идентичности снижается по мере снижения возраста. В группе со слабой идентичностью наибольший удельный вес самых молодых респондентов, в то время как более половины обладающих высокой степенью идентичности принадлежат к возрасту от 36 до 60 лет.

Таблица 2

Возрастная структура групп по степени идентичности

Возраст	В целом по массиву		Степень идентичности, %		
	индекс	процент	слабая	средняя	высокая
18–25	–0,337	32,3	51,8	30,4	14,5
26–35	–0,014	23,8	21,7	25,9	22,4
36–60	0,198	39,5	24,1	39,3	56,6
61–80	0,231	4,4	2,4	4,4	6,6
Итого	–0,024	100,0	100,0	100,0	100,0

Для полноты описания этой классификации необходимо посмотреть, как связаны эти признаки с самооценкой удельного веса каждого из уровней в структуре идентичности. Для этого респондентов просили оценить, кем они себя ощущают в большей степени и распределить по своим ощущениям 100 % на четыре уровня самоидентификации: жителем города, представителем своего этноса, гражданином Российской Федерации или гражданином мира.

В табл. 3 представлена средняя арифметическая оценка удельного веса каждого уровня в собственной идентичности для отдельных групп и в целом по массиву. Мы видим, что, несмотря на высокую значимость локального уровня самоидентификации, проявившуюся при оценке с помощью суждений, здесь наибольшим удельным весом обладает осознание себя как гражданина государства, то есть на первый план выходит гражданская идентичность, отодвигая этническую.

Теперь зададимся вопросом: каким образом идентичность связана с патриотическими воззрениями. В первую очередь обратимся к представлениям самих граждан о своей патриотичности. Мы видим (табл. 4), что индекс идентичности выше среди тех, кто считает себя патриотом. Такие часто встречаются среди челябинцев с интенсивной идентичностью, но существенно меньшую долю они составляют в группе тех, чья идентичность является слабой: там их всего 10 %.

Таблица 3

Структура самоидентификации в группах  
разной степени идентичности, средний процент

Уровни	В целом по массиву	Слабая	Средняя	Высокая
Житель города	18,473	16,976	17,726	20,132
Представитель своего этноса	11,753	16,434	11,037	8,316
Гражданин РФ	60,223	50,675	63,600	65,592
Гражданин мира	9,950	16,277	7,563	7,276

Таблица 4

Самооценка себя как патриота в зависимости от степени идентичности

Самооценка патриотизма	В целом по массиву		Степень идентичности, %		
	индекс	процент	слабая	средняя	высокая
Считают	0,281	35,4	10,3	43,1	50,0
Скорее считают	-0,033	44,6	43,6	46,3	42,9
Скорее не считают	-0,500	14,0	29,5	8,9	5,7
Совершенно не считают	-0,750	5,9	16,7	1,6	1,4
Итого	-0,030	100,0	100,0	100,0	100,0

Еще одним аспектом патриотизма является доверия к институционализованным структурам. Эти данные представлены в табл. 5. Из табл. 5 видно, что вообще наиболее заслуживают доверия, с точки зрения опрошенных, вовсе не формальные институты. Наиболее надежными являются близкие люди, друзья и родственники. Следующий объект в перечне сильно отстает от них. Но, тем не менее, еще два объекта оценки названы скорее заслуживающими доверия, это президент страны и российская армия. Относительно доверия к остальным либо совокупность разделилась поровну, либо в ней преобладают низкие оценки.

Но группы идентичности дифференцированы по этому признаку: доверие к близким людям в наибольшей степени свойственно группе средней идентичности с семейной доминантой. Ко всем же институционализованным объектам доверие существенно выше в группе с высокой разносторонней идентичностью. Они выше оценивают свое доверие к президенту,

армии, общественным и правозащитным организациям, церкви, правительству. По отношению к остальным в этой группе, также как и в других, доминируют негативные оценки. Но они являются менее распространенными, чем в группах с менее интенсивной идентичностью.

Это косвенно говорит о том, что степень идентичности связана с включенностью в группы, как первичные, так и вторичные. Таким образом, можно выдвинуть гипотезу о взаимосвязи патриотических установок и включенности в социальные группы.

Таблица 5

Доверие к институционализированным структурам  
в зависимости от степени идентичности, индекс

Объект доверия	В целом по массиву	Слабая	Средняя	Высокая
Близкие, друзья	0,458	0,426	0,515	0,414
Президент	0,174	-0,135	0,224	0,412
Российская армия	0,173	-0,059	0,234	0,329
Российская академия наук	-0,043	-0,144	-0,041	0,099
Интернет	-0,059	-0,025	-0,074	-0,048
Общественные и правозащитные организации	-0,079	-0,133	-0,077	0,022
Церковь	-0,082	-0,338	-0,032	0,125
Правительство	-0,115	-0,346	-0,100	0,093
Социальные службы	-0,135	-0,216	-0,141	-0,007
Профсоюзы	-0,136	-0,295	-0,093	-0,013
Органы внутренних дел	-0,169	-0,200	-0,172	-0,099
Судебная система	-0,191	-0,269	-0,161	-0,116
Телевидение	-0,204	-0,370	-0,146	-0,100
Совет Федераций	-0,242	-0,403	-0,210	-0,096
Пресса (газетам, журналам)	-0,248	-0,346	-0,225	-0,146
Районное руководство	-0,280	-0,433	-0,282	-0,105
Городское руководство	-0,297	-0,428	-0,327	-0,107
Губернатору области	-0,298	-0,447	-0,333	-0,081
Государственная дума	-0,307	-0,460	-0,302	-0,135
Политические партии	-0,341	-0,474	-0,328	-0,203

Рассмотрим также взаимосвязь степени идентичности и удовлетворенности жизнью. Для этого был задан косвенный по отношению к личности респондента вопрос об общем отношении к жизни в стране. Здесь мы видим, что наши респонденты неоднозначно оценивают такое отношение. В целом по массиву ситуацию можно назвать сдержанно оптимистичной: чуть меньше трети респондентов отмечают, что в России живется хорошо, 53 % – скорее хорошо. Но процентное распределение по данному признаку

в группах идентичности различно. Так, в группе с высокой степенью идентичности доминируют те, кто считает, что живется хорошо. Здесь таких почти половина. Чуть менее многочисленна группа, которая оценивает жизнь как «скорее хорошую», их 42 %.

Иначе выглядит распределение в других группах: среди тех, чья степень идентичности средняя с семейной доминантой, доли считающих жизнь в России «хорошей» составляет 26 %. 61 % из них считают жизнь «скорее хорошей». То есть, мы видим явное смещение к более низким оценкам.

В группе со слабой идентичностью считают, что живут «хорошо» лишь 15 %, половина выбрала вариант «живется скорее хорошо». Такое изменение значений переменной находит отражение в величине индекса идентичности: его среднее значение выше в группах, высоко оценивающих жизнь в России. По мере перемещения к более низким оценкам мы отмечаем и снижение индекса идентичности. (Такая ситуация отражена в табл. 6.).

Таблица 6

Общее отношение к жизни в России  
в зависимости от степени идентичности

Отношение	В целом по массиву		Степень идентичности, %		
	индекс	процент	слабая	средняя	высокая
Хорошо живется в стране	0,299	28,7	14,9	26,0	47,9
Скорее хорошо живется в стране	-0,049	53,0	50,0	61,0	42,3
Скорее плохо живется в стране	-0,375	14,9	27,0	12,2	7,0
Плохо живется в стране	-0,444	3,4	8,1	0,8	2,8
Итого	-0,011	100,0	100,0	100,0	100,0

Это подтверждается и оценкой удовлетворенности собственной жизнью. В дополнение к косвенному вопросу была сформулирована прямая просьба оценить собственную удовлетворенность различными сторонами своей жизни. Результаты такой оценки представлены в табл. 7.

В целом по массиву довольно высоки оценки межличностных отношений, своего образования, жилищных условий. Несколько ниже оценка жилища, состояния здоровья и личной безопасности. На последних местах возможность самореализации, работа, возможность отдыха и заработная плата. Это тревожный знак, так как зарплата обеспечивает удовлетворение потребности в безопасности, которая является одной из фундаментальных потребностей. Возможность отдыха тесно связана с зарплатой. Надо отметить, что, говоря о дифференциации этих показателей, здесь мы видим картину, аналогичную предыдущим распределениям: чем выше степень

идентичности, тем выше оцениваются респондентом различные стороны его жизни.

Таблица 7

Удовлетворенность сторонами жизни  
в зависимости от степени идентичности, индекс

Стороны жизни	В целом по массиву	Слабая	Средняя	Высокая
Отношения с близкими	0,525	0,500	0,576	0,473
Образование	0,296	0,259	0,319	0,307
Жилищные условия	0,202	0,163	0,201	0,270
Состояние здоровья	0,168	0,133	0,191	0,187
Уровень личной безопасности	0,107	0,037	0,116	0,188
Возможность самореализации	0,097	0,044	0,094	0,150
Работа	0,070	0,000	0,008	0,257
Возможность отдыха	-0,106	-0,090	-0,165	0,007
Заработная плата	-0,243	-0,236	-0,325	-0,104

Таким образом, из вышесказанного можно сделать следующие выводы. Социальная идентичность тесно связана с включенностью индивида в социальную жизнь. Такая включенность повышает социальное самочувствие, что, в свою очередь, порождает более позитивные оценки своей страны. Интересно рассмотреть связь идентичности с другими компонентами патриотизма, что может быть предметом дальнейшего теоретического и эмпирического анализа.

Библиографический список

1. Кривошеев, В.В. Идентичность как соиндивидуальность: социологические аспекты / В.В. Кривошеев // Вестник Российского гос. ун-та им. И. Канта. – 2005. – Вып. 3: сер. Гуманитарные науки. – С. 57–62.
2. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм. – Минск: Харвест, 2004. – 384 с.

[К содержанию](#)