

УДК 316.6

## К ВОПРОСУ ОБ ИДЕНТИЧНОСТИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

Семенова Т.В.

*Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Саратов, e-mail: tatyana\_semenova\_1973@mail.ru*

---

**В статье представлены результаты исследования структуры социальной идентичности мужчин и женщин. Показано, что изменения, которые претерпевает социальная идентичность личности, касаются прежде всего степени иерархизированности ее компонентов, а не содержательных аспектов. Обсуждаются методология и инструментарий исследования развития идентичности мужчин и женщин в современном обществе. Результатом проведенного исследования является вывод о том, что и мужчины, и женщины обладают достаточной идентичностью. Это повествует о реальном представлении собственной идентичности, включении во внутренний мир не только своих индивидуальных характеристик, но и осознания своей принадлежности к разнообразным социальным группам, а соответственно, и принятие своих социальных ролей. Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в консультативной практике психологических служб.**

---

Ключевые слова: личность, социальная идентичность, самоопределение, социальные отношения

## TO THE QUESTION ABOUT THE IDENTITY OF MEN AND WOMEN

Semenova T.V.

*Saratov State University named after NG Chernyshevsky Saratov, e-mail: tatyana\_semenova\_1973@mail.ru*

---

**In the article there are presented the results of studying the structure of the social identity of men and women. It is shown that the changes the social identity of the individual undergoes concern, above all, the degree of hierarchy of the components rather than substantial aspects. There is discussed the methodology and tools of research of the development of men and women`s identity in present-day society. The result of the study is the conclusion that men and women have sufficient identity. It tells about a real idea of self identity, inclusion into the inner world, not only of the individual characteristics, but also the awareness of belonging to various social groups, and accordingly, the adoption of own social roles. Applied aspect of the studied problem can be realized in the advisory practice of psychological services.**

---

Keywords: identity, social identity, self-definition, social relations

В современной социальной психологии актуальным является вопрос о проблемах социальной идентичности, поскольку это связано с необходимостью понять, каким образом личность «вписывается» в группу, осознает свою принадлежность к ней, иными словами, идентифицируется с группой, с учетом имеющегося реального социокультурного многообразия мира (Г.М. Андреева, Н.М. Лебедева, Т.Г. Стефаненко, J.C. Deschamps, H. Tajfel, J.C. Turner и др.).

Под идентичностью в социальной психологии понимаются отождествление индивида с реальной или виртуальной группой, а также процесс интернализации социальных ролей, моделей поведения, которые основаны на исполнении и подражании.

И.Р. Сушков, говоря о социальной идентичности, отмечает: «Это оценка субъектами социально-психологических отношений в соответствии с восприятием ими меры вклада в сохранение и развитие единства социальной системы» [5, с. 38].

По мнению Гидденса (1991), самоидентичность все больше воспринимается не как твердая и навсегда сформированная данность, а как незаконченный развивающийся проект. Меняются правила и нормы, меняются критерии самореализации.

В процессе взаимодействия у личности формируется система представлений о самом себе, своей жизни, отношениях, состоянии, а также принадлежности к социальной группе и т.д. Идентификация с определенными общностями превращает человека из биологической особи в социального индивида и личность, что помогает ему оценивать свои общественные связи и принадлежности в понимании «Мы» и «Они».

Социальная идентичность складывается из тех аспектов образа «Я», которые формируются из восприятия индивидом себя как члена определенных социальных групп (семья, работа, круг общения и т.д.).

Для анализа идентификационной матрицы нами использована методика Куна—Мапартленда «Кто Я?».

Методика включает 24 показателя, образующих совместно семь обобщенных показателей — компонентов идентичности: «Социальное Я»; «Коммуникативное Я»; «Материальное Я»; «Физическое Я»; «Деятельное Я»; «Перспективное Я»; «Рефлексивное Я» и два самостоятельных показателя.

Обратимся к анализу степени определенности идентификационных категорий испытуемых. Исходя из полученных результатов, можно заметить, что порядка 30% характеристик идентичности безоценочные. При этом примерно одинаковое количество мужчин и женщин (12,8% и 11,9% соответственно) затрудняются в оценке выделенных ими категорий и отнесении их к положительной или отрицательной самооценке.

В ходе исследования оценивался уровень рефлексии. По мнению С.Ю. Степанова, личностная рефлексия задает связность и осмысленность событийности человеческой жизни, обеспечивает мобилизацию личностно-интеллектуальных ресурсов в проблемно-конфликтных ситуациях и порождает действенно-преобразующее отношение личности как целостного «Я» человека к его собственному поведению, а также к его социокультурному и вещно-экологическому окружению. Она призвана обеспечить создание новых способов поведения, общения и деятельности, а также смысловых перспектив реализации потенциала личности в творчестве. Благодаря личностной рефлексии задается особая рефлексивно-инновационная среда, способствующая проникновению культуры рефлексивного мышления во все формы деятельности [4, с. 99–104].

Следует пояснить, что в соответствии с методикой Куна об уровне рефлексии говорит субъективно оцениваемая самим человеком легкость или трудность в формулировании ответов на ключевой вопрос теста.

На основании этих показателей в нашем исследовании было установлено, что у мужчин низкий уровень рефлексии составляет 44%, а у женщин — 15%. Следовательно, у женщин более развито представление о себе, что прослеживается в более полных ответах, характеризующихся ясностью, четкостью и полнотой восприятия собственных индивидуальных особенностей. У мужчин наблюдался обратный результат, что свидетельствует о более «закрытом» представлении о себе.

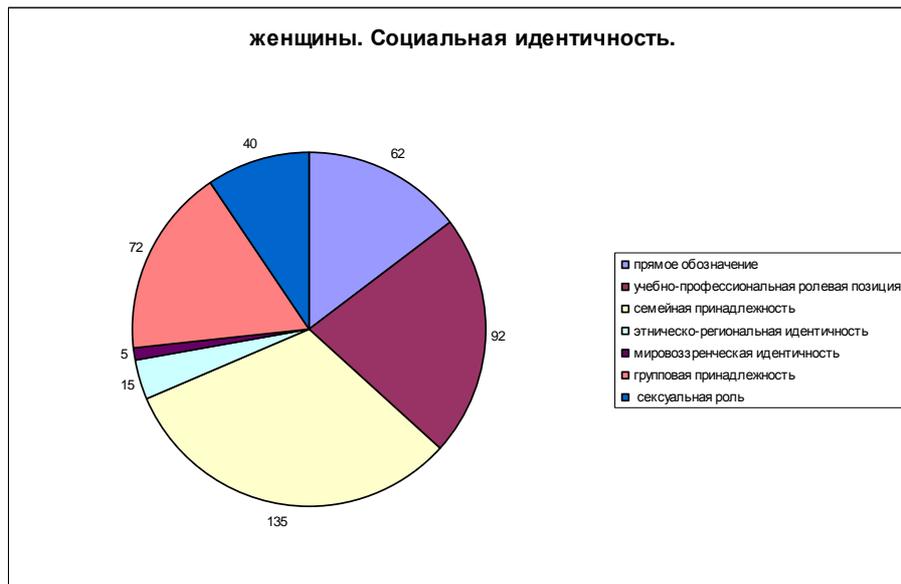
Интересным представляется психолингвистический анализ идентичности. Он позволил определить, какие части речи и какой содержательный аспект преобладают в самоописании испытуемых.

Так, женщины используют больше прилагательных, что составляет 52,5%, при этом у мужчин этот показатель меньше и составляет 48,7%. Следовательно, женщины более демонстративны и эмоциональны по своим психологическим характеристикам. Использование существительных в своих описательных характеристиках незначительно преобладает у лиц мужского пола, что составляет 40,6% против 39,9% лиц женского пола. Это объясняется тем, что мужчины тяготеют к определенности и постоянству в разных сферах социальной жизнедеятельности. Однако мужчины в большей степени (10,3%), а женщины в меньшей (5,4%) в описании своих характеристик используют глаголы. Это говорит о том, что большинство респондентов мужского пола стремятся к активности, самостоятельности и независимости. Общий психолингвистический анализ показал, что представители обоих полов используют приблизительно равное количество существительных и прилагательных, что соответствует гармоничному типу лингвистического самоописания.

Кроме перечисленного, были проведены исследования по компоненту «Социальное Я» по разным категориям, которые представлены на рисунках 1 и 2.



Рис. 1. Мужчины. Социальная идентичность



*Рис. 2. Женщины. Социальная идентичность*

Из приведенного рисунка следует, что наибольшее число описательных характеристик у представителей обоих полов приходится на семейные роли. При этом в большинстве случаев мужчины описывают свою семейную принадлежность, которая проявлялась через обозначение таких ролей, как сын, муж, брат, а также указание на родственные отношения (в частности, «люблю детей»). Представители женского пола, описывая свои семейные роли, употребляют более широкий лексикон: жена, дочь, мать, сестра, племянница, тетя. Они более широко описывали родственные отношения (любящая и любимая жена, заботливая дочь, прекрасная мама).

Таким образом, семейная идентичность представляет собой осознание, ощущение, переживание своей принадлежности к семье, она подразумевает наличие ощущаемой «особенности», т.е. совокупности отличительных черт, признаков, социально-психологических характеристик, специфически присущих конкретной семье. На индивидуальном уровне наличие этой «особенности» дает возможность индивиду дифференцировать себя и свою семью от других, а также способствует формированию чувства «мы», что является главной социально-психологической характеристикой малой группы, которой и является семья.

Особо обращает на себя внимание профессиональная идентичность. Она выражает концептуальное представление человека о своем месте в профессиональной группе, а также о месте своей профессиональной группы в системе общественных отношений. Профессиональная идентичность наделяет человека ценностными ориентирами, позволяя ему ориентироваться в мире профессий, а также обеспечивая максимально широкие возможности для самореализации. Женщины, как и мужчины, уделяют большое значение

учебно-профессиональной сфере, поскольку статус современной деловой женщины свидетельствует об успешности и независимости.

Процесс идентификации связан с такой позицией, как определение «социального Я» с точки зрения этническо-региональной, локальной и местной принадлежности. В ходе исследования было выявлено, что для женщины больше, чем для мужчины, имеет значение идентификация себя с местом проживания (саратовчанка, живу на Волге, родом из Удмуртии и т.д.), а также «Я-этническое, этнонациональное». Они причисляют себя к определенной этнической, национальной группе (русская, татарочка и т.д.), что представляет собой не просто этническую идентификацию, а способ взаимодействия с миром.

Одним из значимых компонентов «социального Я» выступает групповая принадлежность, т.е. взаимодействие с какой-либо группой людей. Женщины в собственных характеристиках значительно меньше, чем мужчины, причисляют себя к многочисленным социальным группам. Представители мужского пола чаще обозначали себя как «опытный рыбак», «матерый охотник», «опытный автомобилист». Однако женщины описывали себя многозначительно и экспрессивно: «прекрасная домохозяйка», «цветовод», «заядлая дачница», «книголюб», «великолепный кулинар», «уверенный автолюбитель» и т.д.

Как видим, и женщины и мужчины, отождествляя себя с какой-либо группой, пытаются положительно оценить ее, тем самым поднимая собственную самооценку, а значит, испытывая чувство благополучия. Данная идентификация является некой призмой, через которую люди воспринимают окружающий мир, где проглядывают сравнительные характеристики своей группы с другими. При этом человек воспринимает мир и окружающих людей с точки зрения своей групповой принадлежности.

Еще одним важным компонентом «социального Я» является сексуальная роль. Сексуальность является той частью индивида, при изменении которой происходит соответствующее изменение всей личности.

В результате нашего исследования было выявлено, что женщины в два раза больше, чем мужчины, акцентируют внимание на теме сексуальности («секси», «страстная любовница», «милашка» и т.д.). Исследование показывает, что сексуальная привлекательность женщины не зависит от возраста или от физических параметров.

Таким образом, сексуальность в психологии считается поведенческим качеством, которое делает человека, обладающего им, привлекательным для лиц противоположного пола. В основе сексуальности есть и биологические, и социальные составляющие, так как некоторые характеристики сексуальности в человеческом организме заложены генетически, а другие формируются в процессе воспитания и социализации.

В процессе развития идентичности для личности важна коммуникация как «передача смысла себя» и ощущения субъективного благополучия. Одним из показателей выраженности идентичности является «коммуникативное Я». В результате нашего исследования выяснилось, что равно как для мужчин, так и для женщин коммуникативная идентичность имеет большое значение.

В ходе проведения исследования были получены следующие данные: коммуникативный показатель «дружба, круг друзей» у женщин (50%) несколько выше, чем у мужчин (42,9%). Однако у представителей сильного пола показатель «общение или субъект общение» составляет более высокий уровень (98,6%), чем у представителей слабого пола (91,3%).

Для мужчин общение является одним из главных атрибутов в жизни. С помощью него устанавливаются и поддерживаются контакты с окружающими в различных формах взаимодействия. Субъективное благополучие мужчин и женщин взаимосвязано со способностью проявлять гибкость в общении. На процесс общения влияют такие факторы, как настроение, стечение обстоятельств, характер, коммуникабельность или застенчивость человека. Из этого следует, что «коммуникативное Я» приобретает большое значение, становится существенным фактором в зависимости от социального, культурного, интеллектуального развития и критерием субъективного благополучия.

«Деятельное Я» содержит важную информацию о человеке, включающую в себя обозначение занятий, увлечений и самооценку способностей к определенной деятельности, самооценку навыков, умений, знаний, достижений.

В нашем исследовании характеристики «деятельного Я», обозначающие занятия и увлечения, выявлены у 67,1% мужчин и 60,8% женщин. Характеристики, определяющие самооценку способностей к деятельности, выявлены практически у всех респондентов. Мужчины причисляют себя к «гитаристу», «интернет-пользователю», «меломану» и т.п. Женщины отмечают свои способности следующим образом: «хранительница домашнего очага», «пианистка», «танцовщица», «спортсменка», «меломан» и т.д.

Таким образом, проанализировав основные категории идентичности, можно сделать вывод, что для представителей обоих полов наиболее значимыми категориями являются интересы, увлечения, черты характера, в которых преобладают такие положительные характеристики, как родство и семейное положение.

Следующим компонентом в исследовании идентичности выступает «материальное Я», представленное в виде потребностей, которые невозможно удовлетворить без денег, вещей и других предметов. Исследования проводились на основе показателей Куна, которые включают в себя: описание своей собственности, оценку своей обеспеченности, отношение к

материальным благам и отношение к внешней среде. Так, 11,4% мужчины выделили аспект описания своей собственности; 31,4% мужчин дали оценку своей обеспеченности, отношение к материальным благам; 2,8% мужчин обозначили аспект отношения к внешней среде. В женской выборке 5,4% респондентов обозначили аспект оценки своей обеспеченности, отношение к материальным благам, а по описанию своей собственности и отношению к внешней среде ответы не даны. В целом можно отметить, что большинство респондентов не акцентируются на материальной идентичности и что субъективное переживание материальной обеспеченности у испытуемых достаточно благополучное.

Следующий необходимый критерий – «перспективная идентичность» — показал, что она у всех представителей развита слабо. Мужчины и женщины слабо идентифицируют себя в будущем по каким-либо критериям, у них отсутствует широкая перспектива жизненных планов.

Так, только 8,6% мужчин видят семейную перспективу как «будущий муж», «будущий зять», «будущий кормилец», «будущий отец». У женщин таких всего 6,5% («будущая мама», «будущая жена»). Низкие показатели относятся к учебно-профессиональной сфере: у женщин 3,2% («будущий водитель автомобиля», «будущий инженер», «будущий психолог»), у мужчин 7,1% («будущий специалист», «будущий инженер», «мечтаю о карьере», «мечтаю построить свой бизнес»). У женщин в единичном случае встречается деятельная перспектива («мечтаю много путешествовать»), а у мужчин — материальная перспектива («мечтаю купить яхту»).

Достаточно большой процент среди мужчин и женщин отмечает у себя характеристики, относящиеся к сфере «рефлексивное Я». Эти оценки представлены личностными качествами, особенностями характера, описанием индивидуального стиля поведения. Так, у 96% мужчин выделяются такие характеристики, как «добрый», «одинокий», «застенчивый», «пофигист», «неуверенный», «зануда», «злой», «веселый человек» и т.д. 80,7% женщин к сфере «рефлексивное Я» относятся следующие показатели: «неопределенная», «ответственная», «безотказная», «мудрая», «духовность», «мечтательная», «верю в любовь», «творческая личность», «ленивая», «гуманная», «остроумная», «иногда злая», «добро», «личность» и т.д.

Как видим, уровень самооценки большинства мужчин (65,7%) и женщин (77,1%) соответствует адекватной оценке, что свидетельствует о реалистичности представления о себе. Они ведут гармоничную жизнь без излишних крайностей и стремительных водоворотов. Часть мужчин (22,8%) и женщин (17,3%) имеет неадекватно завышенный уровень самооценки. Такую категорию людей можно охарактеризовать как самоуверенных, имеющих завышенный уровень притязаний. И еще: одна часть мужчин (10%) и женщин

(5,4%) имеют низкую самооценку. Индивиды с таким мироощущением одиноки, обладают достаточно большим количеством неоправданных комплексов.

Таким образом, по результатам проведенного исследования мы выяснили, что и мужчины, и женщины обладают достаточной идентичностью. Это говорит о реальном представлении собственной идентичности, включении во внутренний мир не только своих индивидуальных характеристик, но и осознания своей принадлежности к разнообразным социальным группам, а соответственно и о принятии своих социальных ролей. В этой связи можно говорить, что существует связь между социальной идентичностью и субъективным благополучием. У современного человека сформировался определенный мир ценностей, где приоритетными являются семья и материальное благополучие. В то же время необходимо отметить, что перспективные показатели снижены, т.е. идентификационные характеристики, которые связаны с перспективами, пожеланиями, намерениями, мечтами, относящиеся к различным сферам жизни, выражены слабо. Это свидетельствует о том, что взаимосвязь перспективной идентичности и благополучия существует не в полной мере. Обобщая результаты исследования, можно сделать определенные выводы.

Идентификационные матрицы мужчин и женщин различаются количеством категорий и их разнообразием. Женщины характеризуются более широким репертуаром ролей, нежели мужчины.

Характеристики социального Я мужчин и женщин отличаются степенью описания социальных ролей. Женщины в большей степени делают акцент на сексуальных ролях и этнической идентичности.

Деятельностное Я мужчин в большей степени характеризуется самооценкой навыков, умений и способностей к определенной деятельности.

Семейная идентичность мужчин и женщин представляет собой осознание, ощущение, переживание своей принадлежности к семье. Мужчины, равно как и женщины, приоритетное значение отдают семейным ролям. Семейная идентичность носит поведенческий характер и является процессом решения жизненно значимых проблем, причем каждое принятое решение (самоопределение) будет вносить существенный вклад в формирование общей структуры идентичности личности.

### **Список литературы**

1. Амяга Н.В. Самораскрытие и самопредъявление личности в общении // Личность. Общение. Групповые процессы. — М., 1991.
2. Заковоротная М.В. Идентичность человека, социально-философские аспекты, Ростов-на-Дону, 1999.

3. Мдивани М.О. Исследование структуры физического «Я» у младших школьников и подростков // Тезисы докладов XI Всесоюзной научно-практической конференции психологов спорта. – Минск, 1990.
4. Степанов С.Ю., Семенов И.Н. Проблема формирования типов рефлексии в решении творческих задач // Вопросы психологии. 1982. № 1. С. 99–104.
5. Сушков И.Р. Психологические отношения человека в социальной системе. – М.: Институт психологии РАН, 2008. – 412 с.
6. Шамионов Р.М. Субъективное благополучие личности: психологическая картина и факторы. Саратов, 2008.
7. Шибутани Т. Социальная психология. Ростов-на-Дону, 1999.
8. Шишковская А.В. Развитие Я-физического профессиональных спортсменов с различными особенностями саморегуляции: Автореф. дисс. канд. психол. наук: 19.00.13. – Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2011.
9. Шульга Н. А. Этническая идентификация личности. Киев. 1996.
10. Уманский Л.И. Психология организаторских способностей: автореф. дисс. ... д-ра психол. наук: 19.00.01. М., 1968.
11. Ядов В. А. Социальная идентификация личности в условиях быстрых социальных перемен // Социальная идентификация личности. М., 1994.
12. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности // Психология самосознания: Хрестоматия. М., 2000.
13. Ясперс К. Смысл и назначение истории. М., Политиздат. 1991.
14. Giddens A. Modernity and self-identity. - Stanford (Cal.) Stanford univ. press, 1991. — VII, 256 p.
15. Jourard S. Healthy Personality. - N.-J.: Prentice-Hall, 1984.
16. Tajfel H., Turner J // The social identity theory of inter group behavior // S. Worchel & W. Austin // psychology of inter group relation // Chicago, 1979.
17. Tedeschi J.T, Riess M. Identities, the phenomenal self, and laboratory research // Impression management theory and social psychological research. N.Y.: Academic Press, 1981.

#### **Рецензенты:**

Замогильный С.И., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой «Гуманитарные науки и физвоспитание», Энгельский технологический институт (филиал) «Саратовский государственный технический университет имени Ю.А.Гагарина», г. Энгельс;

Трунев С.И., д.ф.н., профессор, профессор кафедры философии, «Саратовский государственный технический университет имени Ю.А.Гагарина», г. Саратов.