

УДК 316.61

DOI <https://doi.org/10.30970/PS.2021.11.12>

## ЦІННІСНА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ПРОГНОЗУВАННІ СОЦІАЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

**Ольга Кухарук**

*Інститут соціальної та політичної психології  
Національної академії педагогічних наук України,  
вул. Андріївська, 15, м. Київ, Україна, 04070  
kuharuk.o@gmail.com*

**Актуальність** статті зумовлена важливістю аналізу ціннісного складника соціальної ідентичності, що має виключний вплив на процес соціальної взаємодії та порозуміння. Ціннісне значення надається їй усім іншим складникам соціальної ідентичності, але в дослідженнях вони переважно лишаються поза увагою. Фокусування на тому, як втілюється ціннісний складник соціальної ідентичності, дасть можливість визначити основи для прогнозування певних видів соціальної поведінки загалом та певних суспільних конфліктів зокрема.

**Мета статті** – визначення ролі ціннісного складника соціальної ідентичності у процесі соціальної взаємодії. Для реалізації зазначеної мети ми використали аналіз статей та наукових робіт, що були написані у рамках теорії соціальної ідентичності з метою вивчення ролі ціннісного складника у міжгруповій взаємодії.

**Результати** аналізу джерельної бази показали, що ціннісний складник соціальної ідентичності є невід’ємною складовою частиною всіх видів соціальної ідентичності, визначаючи їх актуальність та значущість у структурі особистісної ідентичності та «Я-концепції». У процесі соціальної перцепції збіг ідентифікаційних ознак переважно сприймається як тотожність інших складників соціальної ідентичності, в тому числі й ціннісних. Чим більш складною за своєю структурою і глибокою за своєю рефлексованістю є соціальна ідентичність, тим простіше сприймається складна ідентичність інших людей. Розбіжності за ціннісними ознаками соціальної ідентичності призводять до соціального протиставлення навіть у випадках, коли за іншими ознаками можливе порозуміння і відсутність конфлікту.

**Перспективи подальших досліджень** вбачаємо у глибшому аналізі результатів досліджень, здійснених у межах теорії соціальної ідентичності, виділенні основних закономірностей, спільних для цих досліджень, та інтеграції отриманих знань в українську соціально-психологічну наукову думку з метою напрацювання методологічних підходів до прогнозування міжгрупової взаємодії.

**Ключові слова:** соціальна ідентичність, теорія соціальної ідентичності, структура соціальної ідентичності, соціальна взаємодія, соціальне протистояння.

**Постановка проблеми.** Соціальна ідентичність – одна із найбільш досліджуваних соціально-психологічних категорій. Переважно увага у таких дослідженнях фокусується на змістових характеристиках та емоційному наповненні соціальної ідентичності. Однак для соціальної взаємодії ключовим є саме ціннісне значення, яке надається усвідомленню і переживанню власного членства у тій чи іншій соціальній групі. Саме цей складник ідентичності, як і поведінковий, переважно лишається поза увагою. Фокусування на тому, як втілюється ціннісний складник соціальної ідентичності, дасть можливість визначити основи для прогнозування певних видів соціальної поведінки загалом та певних суспільних конфліктів зокрема.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми.** Цінність соціальної ідентичності розглядається у більшості досліджень, що стосуються соціальної ідентичності. Зокрема, про ціннісне значення ідентичності говорять А. Елмерс і Е. Мліські, А. Хогг та інші дослідники соціальної ідентичності [1; 2; 3]. Ціннісне значення переважно включається в емоційний компонент того чи іншого виду соціальної ідентичності.

**Метою статті** є визначення ролі ціннісного складника соціальної ідентичності у процесі соціальної взаємодії.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Група існує психологічно, якщо троє чи більше людей конструюють і оцінюють себе в межах певних спільних ознак, що відрізняють їх разом від всіх інших людей. Згідно з цим, як тільки виникає група, виникають групові соціальні феномени, які є значно ширшими, ніж особисті чи міжгрупові. Теорія соціальної ідентичності ґрунтується на чотирьох таких теоретичних постулатах: дослідженні про те, як люди шукають подібності у стимулах, що належать до однієї групи, та відмінності, коли стимули належать до різних груп; аналізі ролі когнітивних процесів у становленні упереджень; дослідженнях про те, що примітивна категоризація призводить до дискримінації; твердженні про те, що в міжгруповому контексті порівняння будуються за допомогою максимізації відмінностей між собою (щодо учасника тієї самої групи) та іншими людьми (щодо учасника іншої групи) [2].

Ж.Е. Cameron наводить таку структуру ідентичності: когнітивне ядро; внутрішньогрупові почуття, тобто почуття стосовно себе, які виникають внаслідок групової ідентичності; внутрішньогрупові зв'язки, які відображають значення внутрішньогрупової належності і прив'язаностей у групі [4]. На думку Д. Райхер і Н. Хопкінса, соціальна ідентичність – це не лише власне переживання і самоусвідомлення, а й той набір ознак і критеріїв, за якими певну особистість визначають інші [5]. М. Брюер пропонує визначати 4 типи соціальної ідентичності: 1) особистісну соціальну ідентичність, яка відображає те, як характеристики групи інтерналізуються та стають частиною «Я-концепції»; 2) стосункову соціальну ідентичність, яка визначає «Я» стосовно певних людей, з якими особа взаємодіє в груповому контексті; 3) групову соціальну ідентичність, еквівалентну традиційному визначенню; 4) колективні ідентичності, які стосуються процесів, у яких член групи не лише поділяє ознаки самовизначення, але і залучений в соціальну дію, в якій формується образ того, що обстоє його група, а також того, як вона презентується і сприймається іншими [6].

У кожному із цих видів соціальної ідентичності ціннісна складова частина відіграє важливу роль, адже без неї формування ідентичності неможливе. Ціннісний, як і інші складники ідентичності, пронизує і поєднує всі види соціальних ідентичностей. Так, соціальні цінності завжди є складовою частиною «Я-концепції». У цьому сенсі вони є дуже особистими і значущими. Вони визначають людину, її думку про себе і її особистісні риси. Однак ці цінності не можуть проявлятися за межами стосунків, тобто через відокремлення себе від інших чи ототожнення з ними. Значимі і важливі переконання, які є частиною особистого світу і збігаються з переконаннями інших членів групи, є мотивами до соціальної дії. І тут, звісно, працюють закони діалектики, адже, реалізуючи свої цінності, ми змінюємо соціальну дійсність, а соціальна дійсність змінює нас і наші цінності.

Дослідники дійшли такого висновку: аби людина стала частиною спільноти, мають збігатися її самовизначення і визнання групи. У випадку розбіжності власної ідентичності з ідентичністю, яку приписує особистості група, зростають ризики опинитися за межами групи. Щоб бути спільнотою, її учасники мають не просто ідентифікувати себе з певною групою, а робити це правильним і визначеним чином. Ідентифікація «свій – чужий»

відбувається досить швидко за певним набором очевидних ознак [7]. Наслідком ідентифікації є, зокрема, емоційна ідентифікація, яка передбачає, що людина, яка ідентифікується як член моєї групи, є носієм таких же цінностей, які є у мене.

Що очевиднішою є ознака, то простіше відбувається за нею ідентифікація «свій – чужий». Через це, формуючи соціальну ідентичність, ми прагнемо виявляти її і у зовнішніх атрибутах, які мають бути пізнаваними і відображати ті цінності, які закладені і ідентичність. Наприклад, такою ознакою може бути мова ідентифікації. Чим більше в групі домінує одна мова (зокрема, українська чи російська), тим вірогідніше, що цей критерій сприймається як валідний, за яким можна визначити подібних собі.

За Дж. Тернером, розвиток ідентичності – це добір компонентів ідентичності і пристосування до їхньої структури соціальної ідентичності шляхом надання їм ціннісного значення [8]. Отже, у процесі формування соціальної ідентичності засвоюється кожен із її компонентів, їм надається ціннісне значення.

Згадаємо дослідження Дж. Фінні, у якому йшлося про те, що засвоєння та сприйняття ідентифікаційних чинників залежить від того, наскільки вони є доступними у процесі формування та на етапі ствердження ідентичності. Засвоєння цих чинників відбувається на етапі первинної соціалізації через такі соціальні групи, як сім'я, найближче соціальне коло, інші референтні та значущі соціальні групи, які мають вплив на становлення молоді людини [9]. Рання доступність ідентифікаційних ознак, як правило, передбачає їхнє ціннісне забарвлення, адже пов'язана вона зі значущими для людини соціальними групами. Засвоєння ідентифікаційних ознак відбувається через спілкування і навчання, передачу досвіду, а також прямі вказівки. У такий спосіб поступово формується картина світу, яка включає ідентичність та набір ознак для соціальної самокатегоризації та категоризації інших [10; 11].

На думку Г. Теджфела і Дж. Тернера, позитивна соціальна ідентичність є однією з найважливіших соціальних потреб людини і складником її самооцінки [8]. Такий рівень ідентичності забезпечується в процесі міжгрупового порівняння завдяки позитивному ставленню до своєї групи і протиставленню іншим групам. Прагнення відстояти право на власну самобутність можна розглядати як частину стратегії підтримки позитивної соціальної ідентичності.

Н. Еллемерс і П. Мліскі вважають, що, крім мотивації самоповаги (бути кращим за інших), в ідентифікаційних процесах діє мотивація відмінності (відрізнитися від інших), а різниця в настановах може лише посилювати цю мотивацію. Отже, загроза позитивній ідентичності під час міжгрупового порівняння за будь-якою ознакою може посилювати міжгрупове протиставлення і міжгрупову дискримінацію. Загроза ідентичності завжди сприймається як загроза всій ідентичності, тобто і тій її частині, яка пов'язана із «Я-концепцією» і значущістю своїх цінностей. Тобто соціальна загроза – це не лише загроза відокремлення від частини буття, адже саме через її ціннісну наповненість сприймається як значуща особистісна загроза те, що може суттєво похитнути бачення себе, самооцінку, картину світу [3].

С. Рокас і М. Брюер розглядають соціальну ідентичність в контексті її складності та простоти. Люди, які мають різний рівень складності ідентичності, різняться за своїми якостями. Так, складна ідентичність властива більш зрілим за віком людям, які мають високий рівень освіти, сповідують ліберальні політичні погляди, виявляють толерантність до представників інших соціальних груп. Проста соціальна ідентичність характерна здебільшого для підлітків і молоді. Простота проявляється ще й у тому, що людина стереотипно сприймає представників інших груп, проєктуючи свої ідентифікації на них [12].

Ідентифікуючи себе тим чи іншим чином, людина припускає, що якщо люди, які її оточують, належать до однієї з нею групи, то для них будуть важливими і ціннісно значущими ті самі ідентифікаційні ознаки. Може бути й інакше: якщо для людини не характерна ідентифікація за певними маркерами, то вона буде очікувати від решти такого ж знецінення цих маркерів. А засвоєння і розуміння множинності ідентифікацій забезпечує формування складності ідентичності і гнучкості у самопрезентації та сприйнятті інших. Якщо у людини відрефлексована можливість власної складної та багатогранної ідентичності, то, вірогідно, вона буде легко сприймати інших як носіїв іншої ідентичності.

Ціннісний складник ідентичності реалізується також через особливості співвідношення видів соціальної ідентичності. Питання природи зв'язків між різними видами соціальної ідентичності, їхньої якості, взаємовпливів досі залишаються актуальними. Спробуємо окреслити деякі аспекти цієї непростой проблеми. Шляхом розкриття загальних механізмів визначимо механізм впливу одного – вужчого – виду ідентичності на інший – більш загальний та навпаки. Крім того, визначимо ціннісні аспекти цих взаємовпливів.

І. Ейбс та С. Джонс основними вимірами ідентичності вважають расу, гендер, сексуальну орієнтацію, релігійні переконання, належність до тієї чи іншої культури чи соціального класу. Усередині цього ядра вимірів знаходиться особистісна ідентичність. Але при цьому ступінь впливу зовнішніх чинників визначається різними особистісними характеристиками осмислення людиною свого життя [13]. Отже, маємо справу з моделлю, яка описує двосторонній зв'язок соціальної та особистісної ідентичностей індивіда. Природу таких зв'язків науковці описують як нелінійне, багатогранне і складне явище. Види соціальної ідентичності в цій моделі тісно пов'язані між собою.

Значно простіше уявляв взаємовпливи різних видів ідентичності С. Московісі. Структуру ідентичності він розглядав як ідентифікаційну матрицю, а також категоріальну підсистему в системі знань суб'єкта. Основою такої матриці є множинність належностей. Ця матриця розподіляє інформацію, що надходить, за категоріями, з якими людина себе ідентифікує [14].

Матричний підхід був одним з перших і дав можливість виділити і відокремити види ідентичності. Однак він не розкриває особливостей ціннісних взаємозв'язків. На його протигагу можемо згадати, наприклад, інтерсекціонізм. Виник він зі сфери гендерних студій, але ідея його стосується всіх видів ідентичності, тому доволі скоро він знайшов значно ширше застосування, ніж гендерно зумовлені питання. Суть підходу полягає у тому, що ми можемо розрізняти певні види ідентичності, але кожен із цих видів, поєднуючись з іншими, буде формувати особистісну соціальну ідентичність, нетотожну іншій. Тобто типологія формується не за окремим видом ідентичності, а за їх поєднанням [9]. Цей підхід був розроблений на основі аналізу процесу соціалізації як процесу формування та об'єднання множини ідентичностей. Таким чином, особистість розглядається не лише як носій провідної ролівої ідентичності, а і як сукупність кількох ідентичностей. Частина цих ролей є заданою з народження. Наприклад, біологічна характеристика «раса» має у кожному із соціумів свої когнітивні, емоційні та ціннісні характеристики. Людина засвоює їх з народження і слідує засвоєним правилам. Значущість і релевантність ідентичностей визначається у процесі соціалізації особистості. Відбувається або засвоєння, або зміна ідентичності, яка часто пов'язана з виходом за межі ролівої нормативності суспільства.

Об'єднує всі сучасні підходи, що вивчають структуру ідентичності, уявлення про ідентичність як про складний і багаторівневий феномен. Здатність ідентичності змінюватись, розвиватись, наповнюватись цінностями і сенсами є її основною внутрішньою характеристикою. Отже, групи, стосовно яких формується ідентичність, ознаки, за якими вона формується, значення і цінність цих ознак можуть бути надзвичайно варіативними.

Різні соціальні умови, що змінюються протягом життя людини, забезпечують таку різноманітність.

Зміна соціальних умов передбачає ще одну ознаку ідентичності – її динамічність. Динаміка ідентичності передбачає процес постійного переосмислення індивідом чи колективом тих ознак, з якими вони себе ототожнюють. Ідеться не лише про когнітивний вимір, але про ціннісний. Переосмислення у такому разі означає не так зміну змістового наповнення ідентичності, як процес постійного підтвердження або заперечення ознак належності до певних спільнот, зміну власної системи координат, зміну ієрархії цінностей. Зв'язки між типами ідентичності у такому контексті розглядаються як складні і багатозначні та як такі, що формують кожен із видів ідентичності, а в сумі формують соціальну ідентичність. Зміна в кожному із видів тягне за собою тією чи іншою мірою зміну всієї системи ідентичностей.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Ціннісний складник соціальної ідентичності є визначальним чинником для прогнозування міжгрупової взаємодії. Соціальна ідентичність як вихідна точка цієї взаємодії визначається знанням про групову належність і ставленням до неї. Але тільки коли ці знання й емоції стають цінністю, вони стають ваговою частиною «Я-концепції», тобто частиною самооцінки і образу себе. Таким чином, у міжгруповій взаємодії члени груп обстоюють не якусь абстрактну групову ідентичність, а значущу частину себе, яка є вираженням соціальної ідентичності. Усі процеси міжгрупової взаємодії мають особистісний вимір. Міжгрупове протиставлення – це протиставлення когнітивних уявлень, які є важливими для груп і конкретних людей – носіїв ідентичності. Такі протиставлення є емоційними, зарядженими упередженнями, сповненими негативних установок щодо носіїв іншої ідентичності. Такі носії сприймаються не просто як умовні «інші», а як реальна загроза, що має на меті змінити чи знищити цінність представника певної групи. Очевидно, у певних ситуаціях соціальної взаємодії так і є. Реальність свідчить про те, що існують групи реального протиставлення, які прагнуть взаємного підкорення чи знищення (наприклад, класичне дослідження С. Райхера злочинних угруповань в містечку Saint Andrews). Однак значна кількість ситуацій соціальної взаємодії, які переростають у протистояння, розвивається за сценарієм ціннісного протистояння, коли навіть раціональні аргументи не сприймаються жодною зі сторін, а емоційна напруга є надвисокою, але при цьому під час відстороненого аналізу ситуації можна знайти доступні шляхи до порозуміння, які до того ж будуть раціонально обґрунтовані і вигідні для обох груп. При цьому жодна із груп не зацікавлена у порозумінні на основі компромісу, бо компроміс трактується ними як відмова від ідентичності. У таких випадках конфлікт є суто протистоянням цінностей різних ідентичностей, що стосуються подібних ознак (наприклад, мовні, релігійні чи політичні протистояння).

Отже, у підсумку можемо сказати, що усі ознаки соціальної ідентифікації мають ціннісне значення. Відмінності в установках щодо самоідентифікації та ідентифікації інших як членів своєї групи можуть призводити до міжгрупової напруженості, ціннісного конфлікту, поглиблення міжгрупової дискримінації, викликати загрозу почуттю самоповаги та загрозу позитивній соціальній ідентичності. Це, безперечно, буде мати наслідки для міжгрупової взаємодії, нівелюватиме дію об'єднувачих чинників.

#### Список використаної літератури

1. Hogg M.A. Social identity theory. *Contemporary social psychological theories*. Palo Alto, CA : Stanford University Press, 2006. P. 111–136.
2. Hogg M.A. Uncertainty-identity theory. *Advances in Experimental Social Psychology*. 2007. Vol. 39. P. 69–126.

3. Ellemers N., Mlicki P.P. Being different or being better? National stereotypes and identifications of Polish and Dutch students. *European Journal of Social Psychology*. 1996. № 26. P. 97–114.
4. Cameron J.E. A three-factor model of social identity. *Self and Identity*. 2004. № 3. P. 239–262.
5. Hopkins N., Reicher S.D., Rijkswijkab W. Everyday Citizenship: Identity Claims and Their Reception. *Critical Social Policy*. 2001. № 21. P. 108–135.
6. Brewer M. The many faces of social identity: Implications for political psychology. *Political Psychology*. 2001. № 22. P. 115–125.
7. Hopkins N, Reicher S.D., Kahani V. Citizenship, participation and identity construction: political mobilization amongst British Muslims. *Psychologica Belgica*. 2003. Vol. 43. P. 33–54. DOI:10.5334/pb.1001.
8. Tajfel H., Turner J.C. The social identity theory of inter-group behavior. *Psychology of Intergroup Relations* / eds by S. Worchel, L.W. Austin. Chicago : Nelson-Hall, 1986. P. 120–153.
9. Phinney J.S. Ethnic Identity in Adolescents and Adults: review of Research. *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108. № 3. P. 499–514.
10. Fishman J.A. Handbook of Language & Ethnic Identity. New York ; Oxford : Oxford University Press, 1999. 320 p.
11. Marcia J.E. Identity in adolescence. *Handbook of adolescens psychology*. New York, 1980. 150–178 p.
12. Roccas S., Brewer M.B. Social identity complexity. *Personality and Social Psychology Review*. 2002. Vol 6. P. 88–106.
13. Jones S.R., Abes E.S. Identity development of college students: advancing frameworks for multiple dimensions of identity. Jolley-Bass, 2013. P. 150.
14. Breakwell G. Identity and social representations. *Identity Process Theory: Identity, Social Action and Social Change*. Cambridge : Cambridge University Press. 2014. P. 118–134. DOI: 10.1017/CBO9781139136983.010.
15. Knudsen S. Intersectionality – A theoretical inspiration in the analysis of minority cultures and identities in Textbooks. 2006. URL: [http://www.caen.iufm.fr/colloque\\_iartem/pdf/knudsen.pdf](http://www.caen.iufm.fr/colloque_iartem/pdf/knudsen.pdf) (дата звернення: 23.11.2021).

## VALUE COMPONENT OF SOCIAL IDENTITY IN SOCIAL INTERACTION PROGNOSTICATION

**Olga Kuharuk**

*Institute of Social and Political Psychology  
National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine,  
15, Andriyivska Str., Kyiv, Ukraine, 04070  
e-mail: kuharuk.o@gmail.com*

**The relevance** of the article is due to the importance of analyzing the value component of social identity, which has an exceptional impact on the process of social interaction and social understanding. Value is given to all other components of social identity, but in psychological research it is mostly ignored. Focusing on how the value component of social identity is embodied will provide an opportunity to determine the basis for predicting certain types of social behavior in general and certain social conflicts in particular.

**The purpose** is determining the role of the value component of social identity in the process of social interaction. **Research methodology** – analysis of articles and research papers conducted in the framework of the social identity theory in order to study the role of the value component in intergroup interaction. The results of the analysis of the source base showed that the value component of social identity is an integral part of all types of social identity, determining their relevance and significance in the structure

of personal identity and self-concept. In the process of social perception, the coincidence of identification features is mainly perceived as the identity of other components of social identity, including values. The more complex in its structure and deep in its reflection is the social identity, the easier it is to perceive the complex identity of others. Disagreement on the value of social identity leads to social opposition, even in cases where other features may be understood and the absence of conflict.

**Prospects for further research** are seen in a deeper analysis of research results conducted within the theory of social identity, highlighting the basic patterns common to these studies and the integration of knowledge into Ukrainian socio-psychological scientific thought in order to develop methodological approaches to predicting intergroup interaction.

*Key words:* social identity, theory of social identity, structure of social identity, social interaction, social confrontation.