

---

---

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЭМПИРИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ\*

Ж.В. Пузанова, М.В. Седнева,  
М.В. Филоненко

Кафедра социологии  
Российский университет дружбы народов  
ул. Миклухо-Маклая, 10/2, Москва, Россия, 117198

В статье приводится анализ существующих теоретико-концептуальных подходов к исследованию феномена социальной идентичности, доказываемая, что, несмотря на высокую степень теоретической разработанности данной проблемы, существуют серьезные методологические проблемы в изучении социальной идентичности на эмпирическом уровне. Обосновываются целесообразность и возможность применения теста «Кто я?». На основе исследования социальной идентичности китайских и российских студентов доказываются богатые познавательные возможности метода «Кто я?».

**Ключевые слова:** социальная идентичность, личность, идентификация, методология, эмпирические исследования, тест «Кто я?».

В социологии теоретическое осмысление и изучение на эмпирическом уровне феномена социальной идентификации и идентичности как ее результата является важным вопросом, потому как человек, как известно, — существо социальное, и его социальной природе присуща потребность в ощущении принадлежности к какой-либо группе (пол, раса, возраст и пр.) и обществу в целом. В Российской социологической энциклопедии читаем: «идентичность социальная — характеристика индивида с точки зрения его принадлежности к какой-либо социальной общности, группе» [7].

То есть социальная идентичность базируется на отождествлении индивидом себя с общностью, относительно которой он может сказать «мы». Процесс социальной идентификации теснейшим образом связан с процессом социализации, т.е. с периодом интериоризации ценностей и норм, которые присущи социальному окружению индивида. Можно сказать, что социальная идентичность есть результирующий итог социализации, а следовательно, процесс самоидентификации протекает в молодые годы.

Именно в принадлежности той или иной общности реализуются основные человеческие потребности (по Маслоу, потребность в принадлежности и любви относится к базовым потребностям человека). Отождествление себя с какой-либо общностью, по отношению к которой индивид может сказать «мы», противопо-

---

\* Статья подготовлена в рамках проекта «Методы повышения качества инструментария исследования в социологических опросах» (№ 14.В37.21.0992 ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2013 годы).

ставив некоему «они», позволяет человеку избежать чувства одиночества, более того в процессе приобретения социальной идентичности удовлетворяется индивидуальная потребность в групповой принадлежности, которая обеспечивает защиту, возможности самореализации, оценки другими и влияния на группу [10].

Огромную роль социальная идентичность играет и на макросоциальном уровне, формируя базис для функционирования и поддержания стабильности общества как целостной системы: через социальную идентичность общество «вплетает» индивидов в социальные связи и отношения. Российское общество начала XXI в. на этапе неопределенности и нестабильности переживает кризис механизмов социальной идентификации. Системный кризис после краха Советского Союза привел к кардинальным общественным трансформациям, к ломке социальных норм, перемене в общественном строе. В этот период еще более актуальными стали эмпирические исследования и теоретическое осмысление феномена социальной идентичности.

Процесс социальной идентификации и феномен социальной идентичности как ее результата довольно глубоко и емко проработан в теоретической социологической мысли, более всего — в рамках социальной психологии, поскольку понятие идентичности было «заимствовано» у психологии: термин «идентичность» был введен в научный оборот представителями психоанализа (З. Фрейд, Э. Фромм, Э. Эриксон). В социальной психологии термин получил широкое толкование, обозначив имитацию, подражательное поведение, эмоциональное слияние с объектом [3].

Ввиду психологической природы феномена социальной идентичности некоторые критики обвиняют социологов, изучающих природу социальной идентичности, в излишнем «психологизме». Тем не менее, в социальной психологии сформировались различные теории, призванные объяснить и проинтерпретировать механизмы социальной идентификации.

Согласно Э. Дюркгейму и Т. Парсонсу, следует уделять внимание двойственной природе человека, в которой присутствуют два «Я»: индивидуальное и социальное. При рождении человек еще не является социальным «Я».

Для того чтобы обрести социальную сущность, человек должен, во-первых, разделять нормы и ценности общности, к которой он принадлежит, и, во-вторых, должен самостоятельно обрести свое место в нормативном пространстве. Как совершенно справедливо утверждал Дюркгейм, идентификация в определенном смысле представляет собой социализацию, включение индивида в социальные связи, отношения, институты. Согласно Дюркгейму кризис идентичностей и отсутствие ценностей, которые разделялись бы всем обществом (или хотя бы большей его частью), инициирует состояние аномии — что можно наблюдать на примере современного российского общества. Именно поэтому идеи классиков социологической науки Дюркгейма и Парсонса на социальную идентичность не теряют своей актуальности и представляют теоретическую базу для проведения социологических исследований.

В русле когнитивистской парадигмы идентичность, или «Я-концепция», трактуется как когнитивная система, призванная регулировать поведение личности

в тех или иных конкретных условиях. В данном теоретическом течении были сформированы теории социальной идентичности Г. Тэджфела и Дж. Тернера.

Согласно когнитивистской парадигме, базис «Я-концепции» «лежит» на двух основаниях: личностная идентичность и социальная идентичность. Первая, личностная, выражается в терминах физических, интеллектуальных и нравственных личностных черт; вторая, социальная, определяется через принадлежность к какой-либо социальной общности. Важно, что социальная идентичность может быть положительной, если группа, с которой идентифицирует себя индивид, положительно оценивается обществом, а может быть, напротив, негативной, если к группе относятся отрицательно. Во втором случае индивид, скорее всего, будет стремиться изменить ситуацию, пытаясь либо покинуть группу, либо изменить ее оценку обществом.

На наш взгляд, теоретические воззрения Тэджфела и Тернера представляют большой исследовательский интерес в ракурсе осмысления природы социальной идентичности как когнитивной системы. Однако, ввиду присущей этому подходу психологичности, его применение в социологии имеет ряд значительных ограничений [4].

При изучении существующих теоретических концепций социальной идентичности особое внимание следует обратить на работы представителей символического интеракционизма (Чикагская школа: Дж. Дьюи, Р. Парк, Ч. Кули, У. Томас, Г. Блумер, И. Гоффман). Основоположителем символического интеракционизма является Дж. Мид. Краеугольным камнем его исследовательской работы является вопрос о механизмах превращения человека как представителя биологического вида в социальное «Я». Согласно воззрениям Мида, в личности человека присутствуют две части: импульсивное «Я» («I») и «Ме» — та часть, личности, которая действует согласно усвоенным социальным нормам и ценностям. Р. Парк исследовал, как происходит процесс самоидентификации в рамках первичных групп (семья, сверстники).

Особый интерес в исследовании социальной идентичности вызывает концепция «зеркального Я», разработанная Ч. Кули. В этой концепции Кули обосновал проблему «Я» («Мы») и «Они», проблему противопоставления индивида и общества. По Кули, индивид оценивает себя, свои поступки через мнение других людей, их «глазами». Самоидентификация человека претерпевает давление социального окружения, которое, в свою очередь, также преобразовывается под влиянием личности. Феномен возникновения и существования «Зеркального Я» Кули базируется на символическом взаимодействии индивида и первичных групп, к которым он относится. Такая группа, характеризующаяся непосредственным общением ее членов между собой, относительным постоянством и высокой степенью тесных контактов между небольшим количеством членов группы, приводит к взаимной интеграции индивида и группы. Непосредственные отношения между членами группы предоставляют индивиду обратную связь для самооценки.

Для исследователей феномена социальной идентичности большой интерес вызывает теория социальных представлений С. Московичи [5]. Московичи предла-

гает классифицировать идентичности по трем направлениям: объективные природные (пол, возраст); объективные социальные (религия, культура, профессия и пр.); субъективные (самооценка личностных черт, качеств, собственных достижений и пр.)

На определенном этапе жизненного пути у человека та или иная идентичность становится доминирующей. И в этом случае человек воспринимает окружающую его действительность сквозь призму доминирующей идентичности и совершает поступки согласной ей. В целом типология идентичностей Московичи представляется довольно перспективной для проведения социологических исследований в сфере изучения идентичности.

Краткий обзор наиболее глубоко проработанных теоретических концепций изучения феномена социальной идентичности уже позволяет понять, что проблематика теоретического осмысления социальной идентичности занимает важное место в социологической мысли. Однако на уровне эмпирического изучения и фиксации социальной идентичности становятся очевидными методологические трудности. К ним можно отнести следующие моменты: исследование отдельных составляющих социальной идентичности; выбор в качестве объекта исследования подростков (хотя представляется, что процесс формирования социальной идентичности начинается в более раннем возрасте); и наконец, проблема выбора метода эмпирического исследования, которая возникает из-за отсутствия единого подхода к пониманию социальной идентичности.

Формализованные методики исследования не позволяют полностью проникнуть и прочувствовать жизненный опыт людей, с одной стороны, а полуформализованные — предоставляют возможность получить субъективную оценку, но не позволяют верифицировать данные статистически и выстроить логически-структурную модель. Несмотря на существующие трудности, на наш взгляд, современное состояние общества нуждается в исследованиях существующих социальных идентичностей, а потому проблематика поиска и подбора валидных методов изучения социальной идентичности является крайне актуальной и важной.

В зарубежной социологической традиции изучения социальной идентичности широкое распространение получил метод эксперимента, тогда как отечественные исследователи используют его значительно реже. Однако, на наш взгляд, эксперимент представляется весьма перспективным методом исследования социальной идентичности. Хотя эксперимент как метод исследования все-таки более подходит для психологической науки, однако ввиду психологической природы идентичности представляется возможным исследовать ее посредством метода эксперимента, но с определенными ограничениями. Посредством экспериментов можно исследовать процессы межгруппового восприятия, к примеру, ин-группового фаворитизма и аут-групповой дискриминации, базирующихся на содержании авто- и гетеростереотипов.

Так, в классическом эксперименте Г. Тэджфела участникам были показаны две картины В. Кандинского и П. Клее, и было предложено сравнить, на какой изображено больше точек. В соответствии с ответами участники были условно

разделены на две группы: «сторонники Кандинского» и «сторонники Клее». Тэджфел обратил внимание на последствие этого разделения — появление «мы» и «они», начали проявляться ин-групповой фаворитизм и аут-групповая враждебная настроенность.

Результаты этого эксперимента послужили базисом для формирования идей Тэджфела о природе межгрупповой дискриминации. Согласно Тэджфелу, причина межгрупповой дискриминации лежит в осознании людьми своего членства в той или иной группе, а не во взаимодействии с представителями аут-групп [2]. Первые отечественные эксперименты в области межгруппового восприятия сквозь призму совместной деятельности членов группы принадлежат В.С. Агееву [1].

В отечественной социологии при изучении социальной идентичности чаще применяется психосемантический подход. Психосемантические методики сбора эмпирических данных вариативны. К ним можно отнести процедуры семантического дифференциала, репертуарных решеток, множественных идентификаций. В качестве валидной методики исследования структуры феномена социальной идентичности можно использовать методику «Кто Я?».

Данная методика была разработана М. Куном и Т. МакПартлэндом и была призвана решить задачу исследования «Я-образа» респондентов. Ключевой момент данного метода заключается в том, что посредством выявления установок человека относительно самого себя можно определить его личностную и социальную идентичности.

Суть метода «Кто Я?» заключается в следующем. Респондентам предлагается ответить на вопрос «Кто Я?» при помощи 20 слов или предложений. То есть исследователь получаем самооценку, самописание респондента, отражение его представлений о себе. Полученные ответы (слова, предложения) анализируются путем проведения контент-анализа и приложения шкалы Гутмана, а затем — разбиваются на две категории: «личностные характеристики» и «социальные характеристики». Полученные ответы можно разделить на: консесуальные — характеризующие социальный статус и роль, принадлежность к определенной группе («студент», «дочь», «гражданин» и т.п.); субконсесуальные ответы, относящиеся к индивидуальным характеристикам, например «толстый», «неvezучий», «счастливый».

При этом проводилась классификация социальных характеристик соответственно составляющим социальной идентичности личности (гендер, этнос, профессия и пр.). Индикатором для отнесения ответа к какой-либо категории служило указание конкретной социальной роли («пенсионер», «служащий», «рабочий», «муж» и пр.).

Интересно заметить, что в результате исследований Куна и МакПартленда количество полученных ответов одного респондента варьировалось от минимального (1) до максимального (20), а в среднем составляло 17. При этом, что важно, среди ответов преобладали характеристики социального статуса и роли респондента. Более того, именно эти характеристики респонденты указывали в первую очередь, тогда как субконсесуальные ответы зачастую просто отсутствовали. Это позволило авторам исследования сделать важный вывод о том, что ролевые позиции

человека являются крайне значимыми, ведущими в иерархии собственных самооценок. При этом был отмечен широкий спектр самооценок социальных ролей и личностных характеристик у разных людей.

Российский исследователь Р.П. Попок утверждает, что главное в исследовании идентичности заключается в том, что личность постоянно находится во взаимодействии с обществом, и это взаимодействие предстает в виде двух важнейших аспектах. Первый аспект — изучение внутригрупповых процессов, а второй аспект — изучение взаимодействия малой группы с социумом, то есть в более широкой социальной средой, в которой она погружена [6].

Р.П. Попок разработал свою версию метода «Кто Я?» — «Трехмерный опросник социальной идентификации», использование которого дало возможность определить социальную идентичность человека, но и выяснить ее ведущую компоненту.

Дополнительным исследовательским инструментом к изучению содержания социальной идентичности может служить ассоциативный эксперимент и/или интервью. В процессе проведения ассоциативного эксперимента испытуемым предлагаются слова-стимула, обозначающие социальные роли. Испытуемые не ограничиваются в выборе ассоциаций с той целью, чтобы способствовать проявлению их особенностей. Полученные ассоциации интерпретируются при помощи контент-анализа.

Г.Г. Татарова [8], рассматривая применения метода «Кто Я?», предлагает разделять полученные ответы на 4 класса.

1. Первый класс (К1). Характеристики самоопределения человека как «физического» объекта (человек, мужчина, женщина).

2. Второй класс (К2). Сюда относятся те характеристики, с помощью которых индивид определяет себя социальный объект (член общества, студент, меломан, ученый, преподаватель).

3. Третий класс (К3). В этом классе находятся самоопределения человека, связанные с социально-релевантными характеристиками поведения (никому не нужный, оптимист, везунчик, и пр.).

4. Четвертый класс (К4). Этот класс образуют самоопределения, которые иррелевантны по отношению к социальному поведению (жить — чтобы умереть).

Отметим, что первые два класса относятся к объективным характеристикам самоопределения человека, а третий и четвертый — к субъективным. Татарова предлагает, основываясь на полученных ответах, соотнеся их с тем или иным классом, «формализовано» описать респондента, поставив каждому идентификатор, состоящий из нулей и единиц. То есть если у респондента есть самоопределения из всех четырех классов, то его идентификатор будет 1111, если же у респондента имеются только самоопределения из третьего класса, то его идентификатор будет соответственно 0010. Подобная формализация (кодирование) делает возможным формирование различных групп, которые состоят из респондентов с однотипной самоидентификацией. Таким образом, исследователь типологизирует группы и самоидентификации респондентов, что, несомненно, представляет большой интерес для социологии.

Несмотря на довольно длительную историю применения теста «Кто Я?», он не получил широкого применения в социологических исследованиях, вероятно, из-за присущей ему чрезмерной «психологичности» [9] (что кажется довольно логичным ввиду самой сущности феномена идентичности). Тем не менее, очевидны неоспоримые методологические преимущества метода «Кто Я?», к которым можно отнести простоту, доступность, оперативность. Несмотря на то, что данный метод имеет психологические «корни», его применение в социологии вполне оправдано тем, что процесс самоопределения личности почти неотделим от социального окружения, и именно социальное окружение оказывает влияние на формирование самооценки, самоопределения индивида, его интеракций, а следовательно, и его социальной идентичности.

Убедившись в познавательных возможностях метода «Кто я?», нами был выбран именно этот метод для проведения кросскультурного исследования социальной идентичности студентов России и Китая. Опрос китайских студентов проводился в мае 2012 г. Китайскими респондентами стали студенты Университета иностранных языков г. Сиань. В опросе участвовало 100 респондентов: 55 девушек и 45 юношей. Из общего числа опрошенных 49 человек изучают русский язык (учатся по специальности «Русский язык и культура России») — из них 29 студенток и 20 студентов; и 51 человек не изучают русский язык (учатся на других специальностях) — из них 26 студенток и 25 студентов.

Опрос российских студентов проводился в Москве в ноябре 2011 г. Выборка также составила 100 респондентов: 55 девушек и 45 юношей. Из общего числа опрошенных 49 человек изучают китайский язык (учатся по специальностям, связанным с китайским языком и китайской культурой) — из них 29 студенток и 20 студентов; и 51 человек не изучают китайский язык (учатся на других специальностях) — из них 26 студенток и 25 студентов. Исследование проводилось среди студентов московских ВУЗов, таких, как МГЛУ, РУДН и МГУ (47, 30 и 23 опрошенных соответственно). Как и в первом исследовании (в Китае), в основании выборки был положен критерий представительности по изучаемой специальности и полу, обеспечивающих равное представительство каждой из групп. Респондентам был задан следующий вопрос: «В расположенных ниже двадцати строках напишите, пожалуйста, двадцать различных ответов на простой вопрос «Кто Я?». Отвечайте так, как если бы Вы отвечали самому себе, а не кому-то другому. Пишите свои ответы в том порядке, в каком они приходят в голову. Не заботьтесь о логике и важности ответов». Полученные ответы классифицировались по 8-ми основаниям и отнесены в соответствующую категорию:

- 1) гражданская принадлежность («гражданин (ка) КНР», «россиянин (ка)» и др.);
- 2) этническая принадлежность («русский (ая)», «китаец (ка)», «бурят (ка)», «армянин (ка)» и др.);
- 3) семейная принадлежность и родственные отношения («дочь», «сын», «сестра», «брат» и др.);
- 4) социальные характеристики (возраст, социальная роль, статус и др.);

- 5) профессиональная принадлежность (указания на профессию, место работы, отношение к труду: «студент», «работаю в фирме "...»», «староста потока» и др.);
- 6) характеристики личности («целеустремленный (ая)», «активный (ая)», «уверенный (ая)», «скромный (ая)» и др.);
- 7) увлечения, интересы («футболист», «увлекаюсь танцами», «люблю музыку» и др.);
- 8) анкетные данные (имя, фамилия, пол и пр.).

Затем полученные ответы были сведены в таблицу (табл. 1) и проранжированы согласно общему количеству упоминаний респондентами тех или иных характеристик личности.

Таблица 1

**Ранговые значения категорий идентичностей российских и китайских студентов**

Категории	Исследуемые национальности	
	китайцы	русские
	ранговые значения	ранговые значения
Гражданская принадлежность	1	7
Этническая принадлежность	4	6
Семейная принадлежность и родственные отношения	2	8
Социальные характеристики	3	2
Профессиональная и трудовая принадлежность	7	1
Характеристики личности	6	3
Увлечения, интересы	5	4
Демографические характеристики	8	5

Как позволяют утверждать результаты исследования, для китайских студентов доминирующей компонентой идентичности является гражданская принадлежность. То есть абсолютное большинство китайских студентов самоидентифицировали себя сквозь призму своей национальности или гражданства. Отчасти это объясняется тем, что в Китае с особой серьезностью воспитывается любовь к Родине, гордость за Китай (Китай — это «поднебесная», т.е. центр мира). Отражает специфику китайского менталитета и тот факт, что второе место после ранжирования заняли принадлежность к семье и родственные отношения, а третье — социальные характеристики.

Иная картина ранжирования компонентов социальной идентичности была получена при опросе российских студентов. Наиболее часто отмечались профессиональная и трудовая принадлежность (основной объективной категорией в структуре образа мира студентов из России является категория «Я — студент»). На втором месте у россиян стоят «социальные характеристики», на третьем «характеристики личности». Примечателен тот факт, что среди российских респондентов (в отличие от китайцев) категории, связанные с гражданственностью и этничностью, занимают 6 и 7 позицию, что говорит о том, что данные характеристики личности российских студентов не ярко выражены.

Результаты исследования показали, что у китайской молодежи социальные характеристики преобладают над личностными характеристиками, профессиональ-



ной принадлежностью. У российских студентов мы также наблюдаем преобладание профессиональной принадлежности, социальных характеристик по отношению к личностным характеристикам.

Яркие различия в менталитете российских и китайских студентов проявились и в том, в ответах российских студентов преобладают объективные характеристики, такие как: «я — студент(ка)», «я — староста», «я — дочь/сын», «я — жена» и т.д., в то время как у китайских студентов ярко выражено доминирование субъективного отношения к их роду деятельности, статусу, роли и т.д. Зачастую встречались следующие ответы: «я должен старательно учиться, чтобы добиться поставленных целей», «я люблю то, чем я занимаюсь», «я — любимая дочь своих родителей», «я — опора и надежда своих родителей», «я люблю своих родителей», «я — гордость родителей».

Примечательно, что в целом количество заполненных строк (из 20 возможных) у китайских респондентов выше, чем у российских. Вероятно, это связано с тем, что российская молодежь претерпевает кризис самоидентификации. К тому же китайские студенты, опять же в силу своего менталитета, который диктует им быть исполнительными, трудящимися и нацеленными на результат, стремились отметить все 20.

На наш взгляд, проведенное исследование позволило выявить специфику социальной идентичности китайских и российских студентов, что доказывает широкие познавательные возможности применения теста «Кто я?» при изучении социальной идентичности.

Таким образом, феномен социальной идентичности является сложным, многокомпонентным, а его изучение носит междисциплинарный характер. В первую очередь, процесс самоидентификации личности рассматривается на стыке психологии и социологии и находится в области интересов социальной психологии. Но если для психологии важны внутренние механизмы и аспекты формирования личностной идентификации, то в социологической мысли раскрываются внешние детерминанты процесса социальной идентификации. К ним относятся факторы социальной среды (макро- и мезоуровень) и ближайшее социальное окружение человека (микроуровень). Теоретическая база изучения социальной идентификации и идентичности представлена довольно многочисленными подходами и концепциями, тогда как на уровне эмпирического исследования идентичности личности на данный момент нет единогласно признанного метода. Проведенный анализ проективной методики теста «Кто Я?» доказывает, что эта методика является валидной для эмпирической фиксации социальной идентичности человека.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Агеев В.С., Солодникова И.В. Эффект внутригруппового фаворитизма в лабораторных и естественных условиях // Вестник МГУ. Серия 14. «Психология». — 1984. — № 4. — С. 28—38.
- [2] Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Зарубежная социальная психология XX столетия: Теоретические подходы. — М., 2002.

- [3] *Иванова Н.Л., Конева Е.В.* Социальная идентичность и профессиональный опыт. — Ярославль, 2003.
- [5] *Микляева А.В., Румянцева П.В.* Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования. — СПб., 2008.
- [5] *Московичи С.* Век толп. Исторический трактат по психологии масс. — М., 1998.
- [6] *Попок Р.П.* Взаимодействие «индивид—социальная среда» посредством развертывания идентификационных процессов // *Известия РГПУ им. А.И. Герцена.* — 2008. — Т. 24. — № 55.
- [7] *Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. Г.В. Осипова.* — М., 1998.
- [8] *Татарова Г.Г.* Методология анализа данных в социологии (введение). — М., 1999.
- [9] *Троцук И.В.* Познавательные возможности теста двадцати «Я» в социологии // *Тезисы докладов III Всероссийского социологического конгресса. Секция 1 «Методология социологических исследований».* — М., 2011.
- [10] *Ядов В.А.* Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // *Мир России.* — 1995. — № 3—4. — С. 158—181.

## **THEORETICAL CONCEPTIONS AND METHODOLOGICAL SPECIFICITY OF THE STUDY OF THE SOCIAL IDENTITY PHENOMENON IN EMPIRICAL SOCIOLOGY**

**Zh.V. Puzanova, M.V. Sedneva, M.V. Filonenko**

Sociology Chair

Peoples' Friendship University of Russia

*Miklukho-Maklaya str., 10/2, Moscow, Russia, 117198*

Different theoretical and conceptual approaches to the study of the social identity phenomenon are analyzed in this article. Despite the thorough theoretical development of this matter, there are serious methodological difficulties in the empirical study of social identity. The authors substantiate the expediency and possibility of applying the «Who am I?» test. On the basis of examining the social identity of Chinese and Russian students it is proved that the «Who am I?» method has a vast cognitive potential.

**Key words:** social identity; a personality; identification; methodology; empirical study; the «Who am I?» technique.

### **REFERENCES**

- [1] *Ageev V.S., Solodnikova I.V.* Jeffekt vnutrigruppovogo favorizizma v laboratornyh i estestvennyh uslovijah // *Vestnik MGU. Serija 14. «Psihologija».* — 1984. — № 4. — S. 28—38.
- [2] *Andreeva G.M., Bogomolova N.N., Petrovskaja L.A.* Zarubezhnaja social'naja psihologija HH stoletija: Teoreticheskie podhody. — М., 2002.
- [3] *Ivanova N.L., Koneva E.V.* Social'naja identichnost' i professional'nyj opyt. — Jaroslavl', 2003.
- [4] *Mikljaeva A.V., Rumjanceva P.V.* Social'naja identichnost' lichnosti: soderzhanie, struktura, mehanizmy formirovanija. — SPb., 2008.
- [5] *Moskovici S.* Vek tolп. Istoricheskij traktat po psihologii mass. — М., 1998.

- [6] *Popok R.P.* Vzaimodejstvie «individ—social'naja sreda» posredstvom razvertyvanija identifikacionnyh processov // *Izvestija RGPU im. A.I. Gercena*. — 2008. — Т. 24. — № 55.
- [7] *Rossijskaja sociologičeskaja jenciklopedija* / Pod obshh. red. G.V. Osipova. — М., 1998.
- [8] *Tatarova G.G.* Metodologija analiza dannyh v sociologii (vvedenie). — М., 1999.
- [9] *Trotsuk I.V.* Poznavatel'nye vozmozhnosti testa dvadcati «Ja» v sociologii // *Tezisy dokladov III Vserossijskogo sociologičeskogo kongressa. Sekcija 1 «Metodologija sociologičeskikh issledovanij»*. — М., 2011.
- [10] *Jadov V.A.* Social'nye i social'no-psihologičeskie mehanizmy formirovanija social'noj identičnosti lichnosti // *Mir Rossii*. — 1995. — № 3—4. — S. 158—181.