

КОНТЕКСТУАЛЬНА ОБУМОВЛЕНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ВАЛІДНІСТЬ ЇЇ ВИМІРЮВАННЯ КІЛЬКІСНИМИ МЕТОДИКАМИ*

В статті розглянуто концепт контекстуальної обумовленості ідентичності, розроблений в межах дискурсивної психології, що складається з тез про множинність ідентичностей індивіда та актуалізацію індивідом різних ідентичностей в різних контекстах. Відтак, запропоновано методика вимірювання контекстуальної обумовленості ідентичностей в кількісних соціологічних дослідженнях та здійснено перевірку її валідності. Крім того, здійснено аплікацію концепту контекстуальної обумовленості ідентичностей до теорій національної ідентичності з подальшою її верифікацією на основі даних соціологічного дослідження “Львів–Донецьк: соціологічний аналіз групових ідентичностей та ієрархій соціальних лояльностей” (2004 р.).

Ключові слова: національна ідентичність, кількісні методи соціологічних досліджень

Поняття “ідентичність” є одним з центральних в сучасному соціологічному дискурсі [1, с. 120], [2, с. 105–106]. Одним з наслідків цього є розмаїтість та розмитість дефініцій самого терміну, який починає використовуватися для опису та пояснення чи не всіх соціальних явищ та процесів. [2, с. 105]. Втім, окрім термінологічної невизначеності, існує ще одна проблема, яку дослідники часто не обговорюють – *вимірювання* ідентичності. Згадане питання має не лише методичний характер, але і методологічний, оскільки тісно пов’язане з теоретичним розумінням самого явища ідентичності. Відтак, метою пропонованої статті є розгляд однієї з методик вимірювання ідентичності в *кількісних* соціологічних дослідженнях та перевірка її валідності з виходом на уточнення теоретичних положень соціологічних концепцій національної ідентичності.

Традиційно вивчення ідентичності здійснюють з перспектив інтерпретативної соціології¹, а тому основними методами вимірювання виявляються якісні методи – глибинні інтерв’ю чи фокус-групові дискусії. Основною причиною домінування саме цих методів та парадигми в дослідженні ідентичності є теза про *множинність* ідентичностей людини. Згідно з

* Бібліографічний опис оригінальної публікації:

Судин Д. Контекстуальна обумовленість національної ідентичності та валідність її вимірювання кількісними методиками // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – Вип. 19. – Харків: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2013. – С. 209–213.

¹ Наприклад, в довідниках з соціології словникові статті “Ідентичність” містять згадки лише про дослідження соціологів-представників інтерпретативної парадигми [3, с. 155–156], [4, с. 228–230].

нею індивід має не одну, а декілька ідентичностей, які актуалізуються в різних ситуаціях та контекстах. Окрім того, важливе значення для соціології є доповнення цієї тези в 1980-х–1990-х рр. твердженням, що ідентичності людини в сучасних суспільствах не є впорядкованими відповідно до чіткої ієрархії, а мають *ситуативний* характер. Тобто індивід актуалізує різні ідентичності в різних контекстах керуючись не чітким уявленням, ким він/вона є в першу/другу/третю/тощо чергу, а відповідно до інших критеріїв. Стосовно того, якими ж є ці критерії, також існує дискусія, проте в ній можна виділити дві полярні позиції. Перша стверджує, що індивід просто актуалізує ідентичності, набуті в ході рецепції та відтворення тих чи інших дискурсів, а друга вважає, що індивід просто використовує ідентичності як ресурси, які дозволяють добитися бажаної для індивіда цілі [5, с. 186–187]. Згадані ідеальні типи пояснень частково співвідносяться вже з відомою дихотомією і дилемою соціологічного теоретизування “структура–діяч”: якщо дискурсивний підхід стверджує, що ідентичність індивіда – це результат впливу дискурсу, тобто *de facto* соціалізації індивіда, то інтеракціоністська вважає, що ідентичності є ресурсами, які індивід актуалізовує в різних ситуаціях, аби максимально повно реалізувати власні цілі та плани. Спільним знаменником обох позицій є констатація факту, що набір ідентичностей індивіда є *невпорядкованою множиною*, з якою індивід ситуативно обирає ті чи інші ідентичності для реалізації у взаємодіях. Саме на ній ми зосередимо увагу, виносячи за дужки дискусію про джерело ідентичностей індивіда, оскільки вона не має безпосереднього стосунку до теми пропонованої статті.

Для перевірки тези про ситуативність ідентичностей дослідники пропонують використовувати дискурс-аналіз [5, с. 184–192], оскільки вважають, що сама ідентичність є діалогічно конструйованою в процесі повсякденних інтеракцій та взаємодій [1]. Згаданий метод має той недолік, що не дозволяє отримати репрезентативні дані (що констатують і прихильники дискурс-аналізу [5, с. 202–203]). Відтак, для соціології становить інтерес вироблення кількісних методів вивчення контекстуальної обумовленості ідентичностей індивіда.

Іншою причиною для вироблення таких методів є суперечність між теоріями ідентичності *per se* та теоріями національної ідентичності. Зокрема, теза про ситуативність ідентичностей індивіда не отримала цілковитого сприйняття у дослідженнях національної ідентичності, яка розглядається як така, що домінує за будь-яких умов у всіх видах соціальних взаємодій, де остання вважається центральною в структурі ідентичностей індивіда [6]. Згадана суперечність може мати наступне теоретичне обґрунтування: оскільки контекстуальна обумовленість ідентичностей вважається, перш за все, рисою постмодерних суспільств, а національна ідентичність є типово модерною ідентичністю, то на неї принцип ситуативності не мав би поширюватися. Відповідно, кількісний інструментарій дозволить з’ясувати, чи всі носії

національної ідентичності сприймають її як контекстуальну, чи їх можна розділити на декілька груп: а) “модерних” носіїв, де національна ідентичність є базовою (*paramount*)² стосовно інших ідентичностей, які можуть підкорятися принципу ситуативності; б) “постмодерних” носіїв, для яких національна ідентичність є лише однією з можливих ситуативних ідентичностей.

Отже, завданнями статті є 1) перевірити валідність кількісного інструментарію для вивчення контекстуальної обумовленості ідентичностей; 2) з’ясувати, яким є місце національної ідентичності в структурі ідентичностей індивідів – ситуативним чи базовим (*paramount*).

Для виконання цих завдань було використано базу даних дослідження “Львів–Донецьк: соціологічний аналіз групових ідентичностей та ієрархій соціальних лояльностей” (2004 р.), з якої відібрано лише респондентів з Донецька, що дали відповідь на запитання 2.1 та 3.1 (див. нижче)³ (n=324). Аналізувалися відповіді респондентів на наступні запитання.

Запитання 1.1.

Тут міститься список можливих ознак, використовуючи які люди можуть себе характеризувати. Будь-ласка, виберіть з них такі, які дозволять Вам описати себе якнайкраще. Можна вибрати декілька варіантів:

- | | | | |
|--------------------|-----------------------|---------------------|--------------------|
| 1) молодий(а) | 2) комуніст(ка) | 3) селянин(ка) | 4) студент(ка) |
| 5) чоловік | 6) греко-католик(чка) | 7) радянська людина | 8) невіруючий(а) |
| 9) інтелігент(ка) | 10) жінка | 11) націоналіст(ка) | 12) безробітний(а) |
| 13) східняк(чка) | 14) середнього віку | 15) пенсіонер(ка) | 16) бідний(а) |
| 17) робітник(ця) | 18) демократ(ка) | 19) західняк(чка) | 20) багатий(а) |
| 21) львів’янин(ка) | 22) православний(на) | 23) єврей(ка) | |
| 24) старшого віку | 25) донеччанин(ка) | 26) росіянин(ка) | |
| 27) українець(ка) | 28) бізнесмен(ка) | 29) соціаліст(ка) | |

Запитання 1.2.

Зі всіх названих вище ознак, яка ОДНА для Вас є найважливішою?

Запитання 2.1.

Наше суспільство складається з різних груп людей. Кожна людина може мати дуже багато спільного з одними групами і дуже мало — з іншими. На цій картці є список різних соціальних

² Дослівно поняття *paramount* означає “верховний”, і саме так його перекладають в Шюцівському понятті *paramount reality*, яке стосується світу повсякденності, проте сам же А. Шюц трактував повсякденність як *основу* для всіх інших смислових сфер [7, с. 421–427], а тому в нього слово *paramount* означає також і “базовий”. Саме для передачі двоїстості статусу національної ідентичності, яка одночасно є базовою та верховною, ми вживаємо поняття *paramount*.

³ Метою такого відбору респондентів є отримати імовірності обрати українську національну ідентичність для однієї і тієї ж вибіркової сукупності: оскільки частина респондентів на деякі з цих питань не дала відповіді, то було б отримано імовірності, які описують різні вибіркові сукупності. Відтак, відмінності у імовірностях можна було б пояснювати як відмінностями в інструментарії, так і відмінностями вибіркової сукупності.

груп. Мені хотілося б дізнатися щодо кожної з цих груп, як багато спільного Ви маєте з їхніми ідеями, інтересами, їхніми поглядами на різні події: багато спільного, децю, дуже мало спільного або нічого спільного.

- 1) Пенсіонери 2) Робітники 3) Євреї 4) Росіяни
5) Бізнесмени 6) Українці 7) Православні 8) Українські націоналісти
9) Реформатори 10) Домогосподині 11) Комуністи 12) Греко-католики
13) Радянські люди 14) Багаті

Запитання 2.2.

Назвіть, будь-ласка, одну з цих груп, з якою Ви маєте найбільше спільного

Запитання 3.1.

В залежності від ситуації, люди по-різному думають про себе. Скажіть, будь ласка, стосовно кожного означення, яке я зачитаю, наскільки добре воно характеризує Вас: дуже добре, скоріше так, скоріше ні або зовсім ні?

- 1) Українець/ка 2) Росіянин/ка 3) Радянський/ка

Запитання 3.2.

Яке визначення найбільше Вам підходить?

- 1) Українець/ка 2) Росіянин/ка 3) Радянський/ка 4) Інше.

У формулювання питань 1 та 3 використано формулювання “ознаки, які дозволяють респонденту описати/охарактеризувати себе”, але у питанні 2 – “групи, з якими індивід має щось **спільне**”. Відповідно, відповіді на питання 2 не зовсім стосуються ідентичності. Власне, підтвердженням цього слугують результати статистичного аналізу відповідей респондентів⁴.

Таблиця 1

Коефіцієнти кореляції між ідентифікаціями з українцями та росіянами

ідентифікація з росіянами та ідентифікація з українцями	коэф. Φ асоціації
пит. 1.1.27 та 1.1.26	-0,399
пит. 2.1.4 та 2.1.6	+0,269
пит. 3.1.1 та 3.1.2	-0,147

Отже, бачимо, що в питанні 2.1. спостерігається позитивний зв'язок між двома ідентифікаціями, а от в питаннях 1.1. та 3.1. – негативний. Цю відмінність можна пояснити різними формулюваннями (див. вище). Втім, для подальшого аналізу буде використано і питання 2.1.

⁴ Всі питання було перекодовано в дихотомічну шкалу: у питаннях 2.1. та 3.1. варіанти відповідей “1” і “2” перекодовано в варіант “1”, а варіанти “3” та “4” – “0” (тобто наявність та відсутність ідентифікації відповідно).

Згадані три питання можуть бути використані для виявлення контекстуальної зумовленості ідентичності (в цьому випадку – національної). Отже, індивідові пропонують обрати **одну** ідентичність, яка для нього/неї є найважливішою, проте кожного разу пропонують різний набір ідентичностей для вибору: в першому випадку 29, в другому – 14, в третьому – 3. Відповідно, значення імовірностей обрати українську національну ідентичність респондентом повинні відповідати наступній нерівності: $P_1 < P_2 < P_3$. Адже в цих питаннях індивідові пропонують обрати ідентичності з різних контекстів. Чим більша кількість цих контекстів, тим меншою є імовірність обрати певну ідентичність.

Проте слід врахувати, що згаданій нерівності відповіді респондентів на питання 1.2, 2.2 та 3.2 будуть відповідати *завжди*, адже якщо припустити випадковий характер вибору респондентами кожної з категорій відповідей, то імовірності будуть наступними: для питання 1.2 – $1/29$, для питання 2.2 – $1/14$, для питання 3.2 – $1/4$. Тому для перевірки гіпотези про контекстуальну слід розрахувати *умовні імовірності*, тобто має справджуватися нерівність

$$P(v_{1.2}=1|v_{1.1.27}=1) < P(v_{2.2}=1|v_{2.1.6}=1) < P(v_{3.2}=1|v_{3.1.1}=1) \quad (1)$$

Отримані результати є наступними:

- $P(v_{1.2}=1|v_{1.1.27}=1) = 0,146$;
- $P(v_{2.2}=1|v_{2.1.6}=1) = 0,205$;
- $P(v_{3.2}=1|v_{3.1.1}=1) = 0,63$.

Отже, нерівність (1) справджується⁵, а це означає, що згадана методика дозволяє вимірювати контекстуальну обумовленість ідентичності. Щоправда, для з'ясування того, які саме контексти є визначальними, слід проводити більш витончений статистичний аналіз.

Для відповіді на питання, чи є національна ідентичність контекстуально обумовленою, чи вона є базовою (*paramount*), з'ясуємо, якими є частоти індивідів, що вказали українську національну ідентичність в одному, двох та трьох питаннях відповідно. Для спрощення представлення результатів скористаємося діаграмами Венна.

⁵ Також було здійснено аналіз, чи згадані імовірності статистично значимо відрізняються. Для цього всі три імовірності розглядалися як такі, що отримані з трьох *незалежних* вибірок. Відповідно, P_1 та P_2 відрізняються статистично незначимо, натомість P_1 та P_3 і P_2 та P_3 відрізняються статистично значимо ($p < 0,001$).

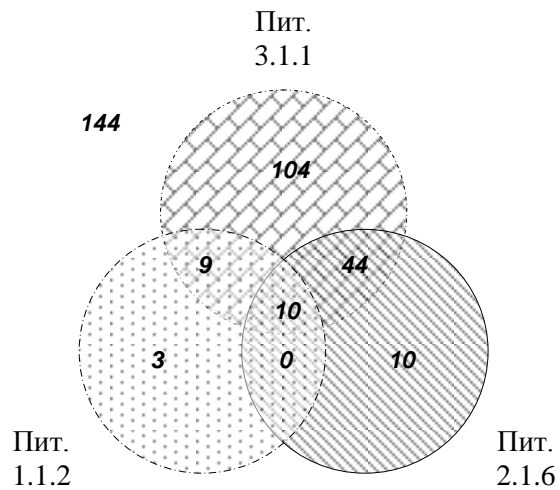


Рис. 1.1. К-ість індивідів, що вибрали укр. ідентичність в пит. 1.1.26, 2.1.6 та 3.1.1

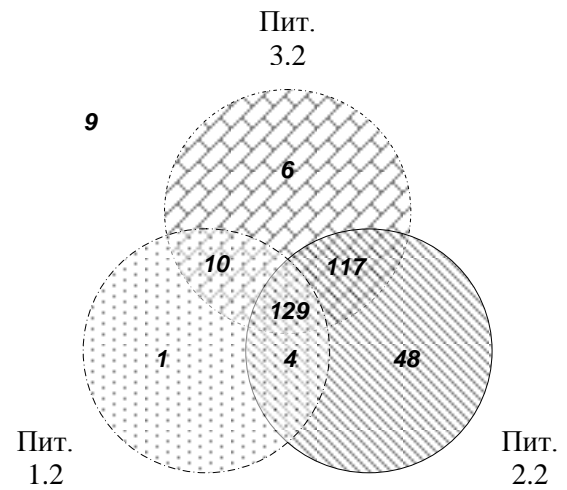


Рис. 1.2. К-ість індивідів, що обрали українську ідентичність в пит. 1.2, 2.2, 3.2

З Рис. 1.2 бачимо, що існує певна частина респондентів, яка за всіх умов вказує українську національну ідентичність (129 респ., тобто 39,8%). Проте інша частина (117 респ., 36,1%) мають більш ситуативну українську національну ідентичність, оскільки вказують її лише, коли діапазон альтернатив різко зменшується. Також значна частина (48 респ., 14,8%) мають виключно ситуативну українську національну ідентичність, оскільки вказують її лише у випадку існування трьох альтернатив.

Отже, дані Рис. 1.2. ілюструють загальну ситуацію контекстуальної зумовленості української національної ідентичності. Слід також з'ясувати, чи вона є базовою для індивідів. Для цього звернемося до Рис. 1.1. Як бачимо, лише для 10 респ. (3,1%) вона є дійсно базовою, оскільки вони вказали її як найважливішу у відповідях на всі три запитання. До них близькі 9 респ. (2,7%), які вказали українську національну ідентичність як найважливішу у відповідях на питання 1.2 та 3.2 (питання 2.2 стосується більше спільності з тими чи іншими групами, а тому не може служити адекватним індикатором ідентичності: індивід може відчувати спільність з одною національною групою, але свідомо ідентифікувати себе з іншою⁶). Проте в цьому випадку інші числа є знаковими: 144 респ. (44,4%) в жодному з питань не ставлять українську національну ідентичність на перше місце (хоча лише 9 респ. відкидають українську національну ідентичність як таку), а для 104 респ. (32,1%) вона є вузько ситуативною, тобто реалізовується у випадку протиставлення іншим національним ідентичностям. Отримані дані показують, що українська національна ідентичність не має статусу базової (*paramount*) для респондентів Донецька і є домінуючою у незначному колі ситуацій (безпосередньо пов'язаних з

⁶ Згадана ситуація може мати місце, наприклад, у випадку з мігрантами, які ідентифікують себе новою національною групою, хоча розуміють, що в них більше спільного зі старою групою.

питаннями національної ідентифікації). Проте, з іншого боку, вона охоплює більшість респондентів з м. Донецька (97,2%) як ідентичність, яку респонденти визнають і якою послуговуються в низці ситуацій (причому для третини опитаних вона не є базовою, але також не є ситуативною).

В пропонованій статті було здійснено перевірку валідності методики вимірювання контекстуальної обумовленості національної ідентичності, а також отримано результати, які засвідчують, що для мешканців м. Донецьк українська національна ідентичність є ситуативною в структурі їхніх ідентичностей, а не базовою (*paramount*). Проте отримані в статті результати спонукають до здійснення подальшого аналізу евристичного потенціалу описаної методики, а також з'ясування контекстів, які відіграють визначальну роль у актуалізації індивідом своєї національної ідентичності, що ми плануємо зробити в подальших публікаціях.

-
1. *Billig M.* Banalny nacjonalizm / Michael Billig. – Kraków : Wydawnictwo Znak, 2008. – 365 s.
 2. *Вояковський Д.* Ментальні кордони в Європі без кордонів / Даріуш Вояковський. – Київ : Ніка-Центр, 2012. – 320 с.
 3. *Аберкромби Н.* Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер. – Москва : ЗАО “Экономика”, 2004. – 620 с.
 4. Большой толковый социологический словарь (Collins) / Дэвид Джери, Джулия Джери. – Том 2 (П–Я). – Москва : Вече, АСТ, 2001. – 528 с.
 5. *Филлипс Л. Дж.* Дискурс-анализ. Теория и метод / Луиза Дж. Филлипс, Марианне В. Йоргенсен. – 2-е изд., испр. – Харьков : Изд-во “Гуманитарный Центр”, 2008. – 352 с.
 6. *Андерсон Б.* Уявлені спільноти: міркування щодо походження і поширення націоналізму / Бенедикт Андерсон. – Київ: Критика, 2001. – 271 с.
 7. *Шюц А.* О множественных реальностях / Альферд Шюц // Шюц А. Избранное: Мир, светящийся смыслом. – Москва : “Российская политическая энциклопедия” (РОССПЭН), 2004. – С. 401–455.

КОНТЕКСТУАЛЬНАЯ ОБУСЛОВЛЕННОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ВАЛИДНОСТЬ ЕЕ ИЗМЕРЕНИЯ КОЛИЧЕСТВЕННЫМИ МЕТОДИКАМИ

Судын Данило

В статье рассмотрен концепт контекстуальной обусловленности идентичности, разработанный в рамках дискурсивной психологии, который состоит из тезисов о множественности идентичностей индивида и актуализации индивидом различных

идентичностей в разных контекстах. Предложена методика измерения контекстуальной обусловленности идентичности в количественных социологических исследованиях и осуществлена проверка ее валидности. Кроме того, осуществлена аппликация концепта контекстуальной обусловленности идентичности к теориям национальной идентичности с последующей ее верификацией на основе данных социологического исследования “Львов-Донецк: социологический анализ групповых идентичностей и иерархий социальных лояльностей” (2004 г.).

Ключевые слова: национальная идентичность, количественные методики социологических исследований

CONTEXTUAL CONDITIONALITY OF NATIONAL IDENTITY
AND VALIDITY OF ITS MEASURE WITH QUANTITATIVE TECHNIQUE

Sudyn Danylo

The article deals with the concept of conditionality of identities, which has been developed within discursive psychology and consists of thesis of plurality of individual identities and activating by individual different identities in different contexts. Thus, technique of measuring contextual conditionality of identities in quantitative sociological research is offered, and its validity has been checked. In addition, the concept of contextual conditioning of identities is applied to the theories of national identity with its further verification based on survey “Lviv-Donetsk: sociological analysis of group identities and loyalties of social hierarchies” (2004).

Key words: national identity, quantitative techniques in sociological research