
ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА МАТРИМОНИАЛЬНОГО ПАРТНЕРА МУЖЧИНАМИ С РАЗЛИЧНЫМ ТИПОМ ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Яковлева Д.А., Сытько Т.И.

СПБГУ, ВЕИП

Аннотация

По данным РОСТАТа у 40% пар, которые приняли решение развестись, период знакомства длился меньше полугода. В России распадается почти 80% браков. Каждый второй брак в мире распадается. По статистике в России на 1000 браков приходится 700 разводов. Приведенная статистика еще раз обращает внимание на сложность выбора партнера для долговременных отношений.

Статья посвящена анализу взаимосвязей образа матримониального партнера с образом родительских фигур и образом «Я». Представлены результаты эмпирического исследования, полученные на выборке мужчин, разделенной на пять групп, по критерию статуса личностной идентичности. Взаимосвязь образов значимых других с особенностями выбора партнера для долговременных отношений у мужчин исследуется впервые.

Работа имеет значение для психологического консультирования по проблеме межличностных отношений в паре и индивидуальном консультировании.

Ключевые слова: родительские фигуры, проекция, матримониальный партнер, идентичность, образ.

1. Постановка проблемы

Актуальность темы исследования обусловлена стремлением многих специалистов разных направлений психологической практики к более

эффективной диагностике, как в личном, так и семейном анализе по вопросам межличностных отношений. Первым этапом на пути создания собственной семьи является выбор партнера для долговременных отношений. Довольно сложно определить механизм, лежащий в основе этого выбора. Он включает множество факторов как психологического и социального характера, так и биологической составляющей. Первое находится в тесной взаимосвязи со вторым и третьим, что значительно усложняет задачу для исследователей.

Образ матери и отца по праву считаются особыми в иерархической системе человека (Д.Б. Эльконин, Л.С. Выготский, Л.И. Божович и др.), поэтому его изучение важно для формирования представления о механизме выбора матримониального партнера.

Идентичность (лат. *Identitas*, англ. *Identity*) - свойство психики, результат активного рефлексивного процесса, отражающее представления субъекта о себе, собственном пути развития, и сопровождающееся ощущением собственной принадлежности, непрерывности. Такое отражение дает субъекту возможность воспринимать свою жизнь как единый опыт знаний, состоящий из единства повседневных поступков и жизненных целей. Все это помогает субъекту действовать последовательно (Э.Эрикссон, Л.С. Выготский, С.Л. Рубинштейн, И. С.Кон и др.)[1, с.16].

Такие авторы как Х. Тешфел и Дж.Тернер выделяют два аспекта идентичности: личностный и социальный. Ученые отмечают, что личностная идентичность формируется на базе идентификаций интеллектуальных, физических и нравственных качеств. В то время как социальная идентичность это набор идентификаций с определенной общностью (пол, социальная группа, раса и тд.). Х. Теджфел опирается на понятие «межличностный — межгрупповой континуум». Данное понятие содержит все поведенческие реакции человека. С одной стороны находятся варианты социального поведения человека, которые детерминируются

фактом принадлежности к группе. С другой -стороны индивидуальные поведенческие реакции, которые являются проявлением собственных характеристик человека. Х.Теджфел рассматривает социальную идентичность и личностную идентичность как переход от одного полюса к другому, притом человек ощущает свою целостность находясь как с одной стороны, так и с другой. Ученый, благодаря такому рассмотрению континуума, решил вопрос о противоречивости и соотношению двух начал в человека. Личностный аспект и социальный аспект являются двумя сторонами одной медали, учитывая тот факт, что личностная идентичность имеет социальную природу [3, с.32]. Х. Теджфел, писал о том, что в социальном окружении мы можем создавать «положительный» и «отрицательный» образ, поэтому можно говорить о позитивной и негативной идентичности. Наблюдается динамика социальной идентичности, которая будет выражать в стремлении сохранить позитивную социальную идентичность [7, с.21].

«Проекция» как термин широко используется как в психологии, так и психоанализе. В широком смысле слова — это смещение психологического, неврологического явления вовне, переход либо от субъекта к объекту, либо от центра к периферии. В психологическом дискурсе это понятие отражает такие процессы как: восприятие окружающего мира и ответ на стимуляцию согласно своим сложившимся поведенческим актам, интересам, способностям и пр. Субъект уподобляет одного другому, когда он говорит о том, что «проецирует» образ мамы на своего учителя, например. [2, с.135]

2. Цель исследования

Проведенное эмпирическое исследование выявляет взаимосвязи между характеристиками фигуры матери, отца, образа себя и матримониального партнера у мужчин с различным типом личностной идентичности. При интерпретации результатов можно говорить о степени

проекции у обследуемых.

3. Методы исследования

Выборку составили мужчины в возрасте от 18-32 лет, проживающих в Санкт-Петербурге, общее количество 57 человек не состоящих в браке.

Использовались следующие методики: Гиссенский личностный опросник и методика изучения личностной идентичности (МИЛИ) (Л. Б. Шнейдер).

Методика изучения личностной идентичности (МИЛИ) состоит из ряда слов и строится по принципу прямого и цепного ассоциативного теста. Каждое слово относится к определенной категории «живой/мертвый». Для получения результата необходимо выявить соотношение слов относящихся к «живому» к словам категории «мертвый». Методика позволяет установить один из пяти типов личностной идентичности:

I. *Преждевременная идентичность* как один из вариантов навязанной идентичности. Данный тип идентичности не осознается испытуемым и характеризуется высокой авторитарностью и низкой самостоятельностью.

II. *Диффузная (размытая) идентичность*. Испытуемый не имеет прочных целей, убеждений, он не предпринимает на данный момент активных попыток к их формированию. Данный тип идентичности предполагает не только переход на более зрелые уровни идентичности, но и «уход» на более низкий уровень преждевременной идентичности.

III. *Мораторий*. На этом уровне человек находится в состоянии кризиса идентичности, который он активно пытается разрешить. Отмечается повышенная тревожность.

IV. *Достигнутая позитивная идентичность* характеризуется сформированными значимыми целями, ценностями, убеждениями, стабильными связями с социумом и позитивным отношением к себе.

IV. *Псевдоидентичность*. Свойственно стабильное отрицание

своей значимости и уникальности, ригидность Я-концепции, болезненное неприятие критики в свой адрес. В некоторых случаях про людей с данным типом идентичности можно говорить об их тотальном поглощении статусом, ролью, работой и т. д. [4, с.45]

4. Результаты исследования и их обсуждение

Все испытуемые были разделены на пять групп, согласно их статусу личностной идентичности (по методике МИЛИ).

Мужчины с Преждевременной личностной идентичностью составили 12% от выборки, с Диффузной идентичностью 28%, с идентичностью Мораторий 34%, с Достигнутой позитивной идентичностью 14%, с Псевдопозитивной идентичностью 12%. Наибольший процент мужчин с идентичностью Мораторий объясняется тем, что средний возраст испытуемых - 21,2 года, многие из них находятся на возрастной стадии кризиса идентичности (по Эрику Эриксону), который проходит с 12-20 лет. Человек, обладающий идентичностью типа «Мораторий» находится в ситуации активного поиска решения проблем. На данном этапе решение еще не принято и рассматриваются альтернативы. Происходит формирование идентичности: переход от отсутствия чувства идентичности или от предрешенной идентичности, сформированной в детском возрасте, к достигнутой идентичности, когда человек будет принимать самостоятельные решения через поиск и пробы альтернатив.

В каждой группе испытуемых был проведен корреляционный анализ данных результатов Гиссенского личностного опросника. Использовался критерий Спирмена (r_s).

Как мужчины согласно типу личностной идентичности проецируют качества значимых других на образ женщины? Ниже описаны наиболее интересные взаимосвязи.

Мужчины с преждевременной идентичностью:

- *Выбирают популярного в социуме партнера, если мать педантична и усердна (0,77), отец необщителен (0,89), сами испытуемые депрессивны (0,79).*
- *Непопулярного в социуме партнера, если мать неаккуратна, непостоянна (0,77), отец социально сильный, активный (0,89), а сами испытуемые не склонны к рефлексии и самокритике(0,79).*
- *Выбирают необщительного партнера, если отец социально сильный, активный (-0,78), не склонен к рефлексии и самокритике (-0,77).*
- *Выбирают социально сильного и общительно партнера, если отец необщительный (-0,78) и депрессивный (-0,77).*

Мужчины с диффузным типом идентичности:

- *Выбирают педантичного, усердного партнера, если отец неаккуратен, непостоянен (-0,65) а сами испытуемые доверчивы и открыты (-0,64)*
- *Выбирают неаккуратного, непостоянного партнера, если отец педантичен и усерден (-0,65), а сами испытуемые замкнуты и недоверчивы (-0,64)*
- *Выбирают депрессивного партнера, если мать доверчива, открыта (-0,66)*
- *Выбирают не склонного к рефлексии и самокритике партнера, если мать замкнута и недоверчива (-0,66)*
- *Выбирают замкнутого, недоверчивого партнера, если отец такой же (0,64)*
- *Выбирают доверчивого, открытого партнера, если отец такой же (0,64)*

Мужчины с идентичностью мораторий:

- *Выбирают необщительного партнера, если мать послушна и*

уступчива (0,59), а сами испытуемые необщительны (0,69), педантичны и усердны (0,64)

- *Выбирают социально сильного, активного партнера*, если мать властолюбива, нетерпелива(0,59), а сами испытуемые социально сильные (0,69), активные, неаккуратны и непостоянны (0,64)

Мужчины с достигнутой позитивной идентичностью:

- *Выбирают партнера с положительной социальной репутацией*, если отец уверен в своей положительной социальной репутации (0,91)
- *Выбирают партнера непопулярного в социуме*, если отец непопулярен с социуме (0,91)

Мужчины с псевдопозитивной идентичностью:

- *Выбирают послушного, уступчивого партнера*, если сами испытуемые замкнуты и недоверчивы (0,97)
- *Выбирают властолюбивого и нетерпеливого партнера*, если сами испытуемые доверчивы и открыты (0,97)

5.Выводы

Результаты по тесту «МИЛИ» позволили распределить испытуемых на группы в соответствии со статусами идентичности: «Преждевременная идентичность», «Диффузная идентичность», «Мораторий», «Достигнутая позитивная идентичность», «Псевдопозитивная идентичность», где идентичность «Мораторий» встречается у мужчин чаще всего.

С помощью корреляционного анализа были выявлены достоверные взаимосвязи между показателями Гиссенского личностного опросника Образа «Матери», Образа «Отца», Образа «Я» и Образа «Партнера» во всех группах идентичностей на уровне значимости $p < 0,01$.

6.Заключение

Гипотеза о том, что существуют взаимосвязи между типом личностной идентичности мужчин и проекцией образа матери, отца, себя

на образ матримониального партнера, подтвердилась. Во всех группах обнаружены достоверные взаимосвязи. Можно говорить, что у испытуемых в исследовании качества значимых фигур проецируются на образ женщины для длительных отношений в зависимости от типа личностной идентичности.

Список литературы

1. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность М.: Московский открытый социальный университет, 2001. 233с.
2. Лапланш Ж., Понталис Ж.-Б. Словарь по психоанализу. Московская «Высшая школа», 1996. 751с.
3. Иванова Н.Л., Румянцева Т.В. Социальная идентичность: теория и практика. М.: СГУ, 2009. 465с.
4. Шнейдер Л. Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 348с.
5. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: «Прогресс», 2006. 352с.
6. Яковлева Д. А. Особенности выбора матримониального партнера мужчинами с различной личностной идентичность // ВЕИП. 2016. С. 152-157.
7. Tajfel H. Social identity & intergroup relations. Cambridge, Paris, 1982.