

УДК 316.613-053.81

Т. Е. Радченко,
Е. Н. Нархова

ПРАКТИКИ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Потребность в самоидентификации является важнейшей потребностью личности, выполняя такие функции в жизни человека, как самореализация, психологическая защищенность и возможность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям. Социальный вакуум заполняют вещи и ритуалы.

Ключевые слова: самоидентификация, кризис самоидентификации, потребительство, потребление, ценностные ориентации.

T. Radchenko,
E. Narkhova,

PRACTICES OF YOUTH SELF-IDENTIFICATION

The need for self-identification is a critical need for the person performing such functions in the life of man as self-actualization and psychological security and the ability to quickly adapt to changing conditions. A social vacuum is filled things and rituals

Key words: self-identification, crisis of self-identification, consumption, consumerism, value orientations.

Российские и западные социологи, психологи и философы отмечают актуальность проблемы кризиса самоидентификации в современном обществе, особенно среди молодежи. В российской социологии впервые эта проблема была проанализирована В. А. Ядовым в связи с трансформацией советского общества, в период так называемой перестройки. «Каким бы парадоксальным это ни казалось, ломка устоявшихся социальных идентификаций, переживаемая, по всей вероятности, каждым человеком в российском обществе, напоминает по своим механизмам процессы, аналогичные культурно-историческому переходу от застойного, «традиционного» общества к современному, т. е. динамичному» [1, с. 37].

Потребность в самоидентификации является важнейшей потребностью личности. Особенно остро она воспринимается в пору становления личности в молодом возрасте. Она выполняет такие функции в жизни человека, как самореализация, психологическая за-

щита и возможность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям. Социальная самоидентификация как процесс определения себя через членство в группе реализуется через выполнение индивидом определенных социальных ролей. Социальная нестабильность приводит к размытости исполнения этих ролей личностью. Самоидентификация личности происходит на разных уровнях: социально-профессиональном, религиозно-идеологическом, национально-территориальном, семейно-клановом, половом (гендерном). Кризис самоидентификации можно проследить на любом уровне, возможно в меньшей степени – профессиональном, хотя ситуация, когда человек с высшим образованием торгует в киоске, остается довольно типичной, особенно в глубинке. Самый очевидный уровень идентификации – гендерный – на архетипическом уровне не так очевиден, как на физиологическом. Смешение и смена ролей полов в повседневной жизни и унисекс-подход как способ предъявления себя в социуме – это тенденции современного общества. Идентификация по национальной принадлежности из структуры повседневности перемещается в область абстрактной категоризации, все мы становимся членами некой абстрактной общности «российский народ». Это, конечно, не относится к национальным меньшинствам. Смена идеологических парадигм привела к оживлению идентификации с религиозными конфессиями. Но на уровне усвоения религиозных ценностей, тех же заповедей господних, ситуация значительно хуже, чем с посещаемостью служб и церквей. Семейная самоидентификация также претерпевает определенный кризис. Все чаще воспитание детей становится соревнованием тщеславия родителей. Именно успехи детей и их достижения, а не безусловная материнская и отцовская любовь к ребенку становятся мерилом успешности выполнения таких социальных ролей, как отец и мать. И здесь речь идет только о благополучных семьях.

Многие авторы отмечают, что в процессе формирования кризиса самоидентификации современного человека значительную роль сыграла глобализация. Процессы глобализации проявляются прежде всего на уровне национально-территориальной идентификации личности, встраиваясь в структуру повседневности. Многие наши соотечественники не знают, где завтра будут жить их дети и на каком языке им придется разговаривать с внуками. Активные миграционные процессы, происходящие во всем мире, приводят к всплеску национализма, который нельзя интерпретировать как поиск своей идентичности. Вещи как символы национальной идентичности – это

не просто дань моде (национальный флаг над домом, одежда с национальной символикой). Кроме национального аспекта, глобализация имеет и другие стороны. Так, известный социальный психолог Г. М. Андреева рассматривает влияние глобализации на процесс самоидентификации в историческом плане.

«Конкретный вопрос – выбор будущей группы принадлежности при учете глобальных изменений ситуаций и обстоятельств, в том числе изменений уровня значимости новых возникающих групп, – деятельность огромной сложности. Нельзя недооценить значение еще и определенного ценностного аспекта: идентичность всегда связана с предпочтением некоторого набора ценностей. Такое свойство глобального общества, как его поликультурность, делает вопрос об иерархии выбираемых в будущем групп идентификации особенно трудным: сохранит ли выбранная «мною» группа в будущем свою позитивную характеристику, когда при выборе я имею достаточно ограниченную информацию о том, какова будет в глобальном обществе «цена» приемлемых для меня сегодня ценностей?» [2].

Информационные процессы, происходящие в современном обществе, по существу являются продолжением темы влияния глобализации на процесс самоидентификации. Формирование новой информационной среды приводит к тому, что традиционные методы обретения социальной идентификации, такие как общение, ролевое поведение, становятся не единственными. Многие молодые люди проходят процесс социализации в буквальном смысле, не отрываясь от компьютера. Общение в социальных сетях позволяет человеку импровизировать с процессом самоидентификации. Он тот, кем он себя представляет в информационном пространстве. Одновременно растет роль средств массовой информации как агентов социализации.

На какой же базе современному молодому человеку идентифицировать себя?

Если человеку дать задание представиться, не называя свою профессию и семейное положение, то у большинства людей это задание вызовет значительные затруднения.

Такой социальный вакуум заполняют вещи и ритуалы. Человек не ходит в церковь, не молится, но ставит на стол освященные куличи и яйца и чувствует себя приобщенным к определенным социально одобряемым группам. Женщина не чувствует себя вполне соответствующей роли хорошей матери, а воскресный поход в супермаркет и полная тележка продуктов демонстрирует ее заботу о семье и детях.

Человек в поисках ответа на вопрос, кто он, начинает идентифицировать себя с теми вещами, которыми он обладает. Если человек целью своей жизни видит приобретение дома, где будет собираться вся его семья, или дачи, которая позволит жить на свежем воздухе его детям или автомобиля, который обеспечит его свободой в путешествии и возможностью не зависеть от заданных турагентством условий, что приобретает такой человек: единение семьи, свежий воздух, свободу или вещи?

Является ли такой способ самоидентификации ущербным? Ведь самоидентификация с профессией может быть столь же мнимой и ущербной, если человек работает только ради денег или достижения престижа. В некоторых случаях такая идентификация может приводить к разрушению семьи и потере друзей. Выполнение семейных ролей как определенных статусных функций делает самоидентификацию с семьей формальной. Когда мы наблюдаем агрессивное поведение людей в церкви, перед нами – псевдорелигиозная самоидентификация.

Если потребление направлено на то, чтобы произвести впечатление на других, на потребность в признании, то неважно, с помощью чего происходит идентификация: работы, вещей, детей. Если же человек самодостаточен, то есть он обрел свою идентичность (он то, что он есть, и этого ему хватает), то вещи не являются способом самоидентификации. Таким способом являются смыслообразующие ценности человека, а вещи могут быть способом их объективации.

Самоидентификация начинается с самоидентификации на духовном уровне, на уровне смысложизненных, терминальных ценностей, и если потребление вещей конгруэнтно этому уровню, то вещь может быть инструментальной ценностью.

Список литературы

1. Ядов В. А. Социальная идентификация в кризисном обществе// Социологические исследования. 1994. №1.
2. Андреева Г. М. К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 6(20). Режим доступа: <http://psystudy.ru>. Загл. с экрана.