

УДК 32

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА КАК ИСТОЧНИК РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ПОСТМОДЕРНИЗМА

СТОЯНОВСКАЯ Мария Александровна,
студентка социологического факультета,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (г. Москва)

АННОТАЦИЯ. Феномен идентичности на протяжении многих веков привлекал внимание исследователей самых разнообразных областей знания. В данной статье представлен анализ тех социальных факторов постсовременного общества, которые во многом обуславливают развитие социологии идентичности как особого направления социологической науки.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: идентичность, концепции идентичности, кризис идентичности, постмодернизм, постсовременное общество.

STOYANOVSKAYA M.A.,
Student of the Faculty of Sociology,
Moscow State University (Moscow)

PROBLEMS OF THE MODERN SOCIETY AS THE SOURCE OF THE IDENTITY CONCEPT DEVELOPMENT IN POSTMODERNISM

ABSTRACT. For many centuries the phenomenon of identity has attracted the attention of researchers in various fields of knowledge. This paper presents an analysis of the social factors of post-modern society which in many ways determine the development of the sociology of identity as a special direction of the social science.

KEY WORDS: identity, the concept of identity, identity crisis, postmodernism, postmodern society.

По замечаниям многих авторов, исследовательский интерес к проблемам идентичности стимулируют социальные кризисы и модернизация современного общества. Данные обстоятельства существенно затрудняют самоопределение индивидов в связи с чем в научной лексике закрепилось понятие «кризис идентичности». Кризис идентичности обуславливает динамичные социальные трансформации и носит массовый характер, когда нормальное состояние людей связано с неспособностью справляться с непредсказуемыми социокультурными изменениями, невозможностью построить и просчитать жизненные сценарии и модели поведения. Э. Эриксон считал, что определенные исторические периоды являются как бы вакуумами идентичности и обуславливаются страхами (на фоне узнавания новых фактов посредством открытий изменяется образ привычного мира), тревогами (из-за смены и упадка существующих идеологий), ужасом (экзистенциальная бездна и духовный упадок).

Проблема кризиса идентичности в постсовременном обществе уже вышла за рамки научного дискурса и является предметом размышления на уровне массового обыденного сознания. Современный человек структурирует себе и другим «набор порой не связанных фрагментов идентичностей» на фоне локально-исторических и культурных обстоятельств. «Идентичность для современного человека представляется своеобразным нарядом, который он может переменить в зависимости от конъюнктуры (утром – служащий банка, вечером – байкер, перешел из христианства в буддизм, а затем обратно)»

[6, с. 209]. А.О. Морозов характеризует подобную ситуацию как растекание идентичности по горизонтали. В современных обществах вполне уместно говорить об «идентичностях» во множественном числе, об идентичностях разного рода и масштаба, способных взаимодействовать. Но вопрос в том, насколько гармонично это взаимодействие, ведь зачастую реалии наполнены соперничеством, конкуренцией, борьбой идентичностей.

Здесь в качестве примера можно привести российское общество, перед которым стоит задача конструирования и укрепления общенациональной идентичности, а также органичное взаимодействие с другими идентичностями (внешние идентичности – Европа, Азия, мировое сообщество; внутренние – этнические, религиозные, региональные и т.д.). Общенациональная идентичность для россиян значительно менее существенна, чем семейная и этническая, они не ощущают себя в полной мере гражданами своей страны, скорее лишь подданными государства. Исследование Левада-Центра констатирует фрагментацию социальных связей, изоляцию узких кругов своих на фоне массового недоверия к социальным институтам [5]. Макроидентификация с СССР за 20 лет не замещена никакой другой, сравнимой с советской [1, с. 251].

Данный аспект проблемы связан также с еще одной стороной кризиса идентичности – отсутствием у индивидов четкого представления о структуре российского общества (в отличие от классической стратификации) и своего места в ней. В качестве иллюстрации и подтверждения тезиса сошлемся на данные опроса молодежи России (26 городов, де-

кабрь 2012 – февраль 2013), проведенный «Лабораторией Крыштановской». Методом сбора информации являлись фокус-группы и глубинные интервью, методом анализа – качественный и количественный контент-анализ [3].

Результаты исследования показали, что российская молодежь испытывает серьезные трудности с социальной самоидентификацией. Еще в недавнем прошлом советского периода истории индивид совершенно отчетливо воспринимал структуру общества, состоящего из рабочего класса, крестьянства и интеллигенции, и соотносил свое место в ней (регулярно заполнялись кадровые анкеты). С разрушением советского общества исчезла и трехчленная его конструкция. «Рабочий класс» вышел из активной лексики, вместо понятия «крестьянство» гораздо привычнее «фермерство», интеллигенция из базовой группы превратилось в категорию нравственную, а не структурную. Современное российское социокультурное пространство за последние два десятилетия так и не обрело четко выраженной структуры, позволяющей человеку понять свою идентичность. Концепция «среднего класса», заимствованная отечественными политологами из западной социологии, так и остается оторванным от реальности понятием. У российской молодежи нет однозначного мнения о том, из кого он состоит, об уровне образования и заработка его представителей, их образе жизни. Вместо этого есть полная убежденность, что среднего класса в России нет, и его наличие связано лишь с ожиданиями в будущем. Себя большинство респондентов причисляют к социальной группе «обычный человек».

Такие понятия как «рабочий», «работник», «трудолюбивый» можно считать вышедшими из употребления, лишь половина опрошенных идентифицировала себя как студент.

Таким образом, общая картина социального пространства в настоящее время выглядит совершенно не структурировано: старые, советские социальные лейблы соседствуют с новыми; профессии и социальные статусы перемешаны; социальные статусы – «работник», «интеллигенция», «средний класс» – соотносятся в сознании молодежи с традиционными профессиями (инженер, педагог, механик и др.).

Для профессиональной идентификации большую значимость приобрели социальные статусы бизнесменов и предпринимателей, новые профессии: бизнес-тренеры, бизнес-инструкторы, менеджеры всех видов деятельности. Одной из наиболее развивающихся профессиональных групп являются IT-специалисты («айтишники»): программисты, веб-дизайнеры, сетевые администраторы, редакторы сайтов, консультанты, сервисные работники и др. Работа в данной сфере представляется молодым людям наиболее привлекательной, хотя не в качестве основной, а лишь дополнительной.

Третья группа профессий – маркетологи, пиарщики и рекламщики – очень популярны у молодежи, так как участие в пиар-кампаниях, в маркетинговых и социологических исследованиях; организациях мероприятий, праздников, корпоративов; дизайн и оформление рассматривается как вероятный доход для студента. Причем данные профессии выглядят современнее и привлекательнее старых форм частичной занятости студентов, как официант, грузчик, посудомойка, уборщица.

Проведенное исследование выявило необычное явление: работающие молодые люди идентифицируют себя с «безработными», так как расценивают

свои заработки как случайные, не связанные с постоянным местом работы, с перспективой карьерного роста. Нестабильность социального статуса настолько неустойчива, что стабильная работа для них является мечтой. «В этом мире педагог становится репетитором, журналист – фрилансером, юрист – консультантом, программист – айтишником на удаленном заработке и проч. Контракты или договоренности о временной работе, *part-time job* (работа по совместительству со свободным графиком) – такие все более распространяющиеся формы занятости обрекают современного человека на поиски стабильности. Специальность, получаемая в вузе, не дает им профессии, которая могла бы создать основу для их благополучия на долгие годы. Доход, которые получают молодые люди, зачастую не стабильная зарплата с социальным пакетом и ежегодными премиями, а достаточно случайные заработки».

Кризис социальной идентичности российской молодежи связан также с идеологической индифферентностью. Молодые люди затрудняются ответить «кто я?», нет осознания своих интересов, а также политических сил, способных их защитить. К тому же в российском политическом пространстве действуют субъекты, «маркированные ложными или нечетливыми идеологическими лейблами».

Сложилась очень запутанная политическая система (одно декларируется, другое делается, а третье имеется в виду), в которой индивидууму сложно определиться и участвовать в политическом процессе. Молодые люди не находят «своей» партии в политической линейке российских выборов и остаются «ничьим электоратом» (более 90% молодых людей констатируют, что нет партии, выражающей их интересы). Обозначить идеологические пристрастия затрудняется большая часть опрошенных. В идеологической идентификации используются 27 маркеров (самыми распространенными являются «либерал», «демократ», «социалист», «консерватор», «монархист», «националист», «центрист» и «анархист»). Хотя, «оперируя идеологическими клише, респонденты, как правило, плохо понимают их истинный смысл».

Исследователи заостряют внимание также на постсовременном кризисе культурной идентичности – в условиях духовного плюрализма и диалога религиозной и светской культур происходит столкновение светской и религиозной идентичностей. Особенно ярко этот процесс проявляется в молодежной среде. Иллюстрацией может служить реализация программы изучения идентификации студенчества Тюменского университета в 2005 г. (выборка 757 человек разных возрастов, обучающихся по 18 специальностям). Культурная идентичность респондентов явно неоднородная: из 44,3% определившихся к религиозной культуре принадлежат 7,8%, к светской – 36,5%. Противоречивую самоидентификацию испытывают 55,7%, при этом проявляются несоответствия между самоидентификацией и показателями идентичности [2].

В обстоятельствах неопределенности, нестабильности, текучести реального мира индивиды вынуждены постоянно структурировать новую социальную модель идентичности, основанную на творчестве в социальных отношениях.

И наконец, в рамках данного исследования мы не можем не коснуться еще одного аспекта проблем идентичности современного человека. В привычную социальную практику включается разнообразная активность в сети Интернет и применение информационно-коммуникационных технологий.

Наиболее популярные из современных универсальных социальных сетей – Facebook, Twitter, Google+, ВКонтакте, а также социальная сеть нового поколения с возможностями трехмерной игровой среды – Second Life и иные подобные социальные сервисы. Пользователи сети объединяются в группы, виртуальный характер которых не отменяет их социальных характеристик, следовательно и идентичностей. Несмотря на то, что общение осуществляется посредством технических средств, индивиды все же вынуждены определять свою принадлежность сообществу, интегрировать общие взгляды, представления, стереотипы мышления, оценки, находить свои роли, сходства и отличия от других. В противном случае участие в виртуальной коммуникации будет проблематичным, участники будут отвергать «чужака», не сумевшего сконструировать адекватную идентичность. Информация сети Интернет очень многообразна, в ней возможно найти все необходимое для творческого акта самоидентификации. Интернет-идентичность (онлайн-идентичность) включает в себя различные уровни репрезентации: наименование (ник, логин, либо реальное имя), использование той или иной стратегии, объем представленной в сети информации. Интернет-идентичность может не отражать реальную идентичность личности, вместе с тем выбор определенной «маски» или модели поведения может характеризовать его истинные, «настоящие» интересы и устремления. Примечательно то, что попытки первой из социальных сетей Google+ ввести регистрацию по реальным именам через почтовый сервис компании вызвали бурный протест интернет-пользователей («Войну ников») из-за посягательства на их право на анонимность. Информационная среда влияет на качества идентичности пользователей через процедуры отбора информации, участия в формировании новостей, в комментариях, в ведении блогов, дневников и прочих видах активности. В свою очередь каждый пользователь способен влиять на контент интернет-среды. Учитывая огромное количество запросов, информация текстового содержания, интернет можно сравнить с развитой моделью интертекста, описанного в постмодернизме. Обилие видео-, аудиоинформации на фоне анонимной коммуникации способствует возможности экспериментировать с собственной идентичностью, конструировать оригинальные идентичности, отличающиеся от реальных. Виртуальные идентичности складываются из набора условных признаков (что соответствует представлениям постмодерна): не требуется подробное описание и осознание новых идентичностей, сосуществует множество копий, среди которых нет истинной. От индивида не требуют подтверждения оригинальности идентичности, сетевые сообщества не интересуются какими иными идентичностями обладают их члены. К тому же переход от одного сообщества с набором его признаков к другому происходит без усилий и осложнений, процесс идентификации с новой группой упрощен. Интернет позволяет максимально приблизить свой образ к желаемому идеалу и при этом контролировать восприятие его другими. При этом

нет ограничений в возможности изменить свой пол, осваивать модель поведения противоположного пола, реализовать любые мечты, попробовать себя в ином профессиональном поприще. Другими словами, Интернет – уникальная среда, наполненная возможностями для конструирования идентичностей и экспериментов, чего во многом лишена реальность [4].

Информационный потенциал Интернет соответствует практике постмодерна, где основными характеристиками и нормой является незавершенность, открытость личности к созданию новой, иной идентичности, где допустимо воспроизведение и копирование – все поддерживает мозаичность социума, характерную для постмодерна.

На основе проведенного анализа следует отметить неугасающий интерес исследователей, в том числе социологов, к проблемам идентичности. Не остались в стороне и сторонники постмодернистского направления, в рядах которых наблюдается полифонизм и дискуссионность. Это вполне объяснимо, так как их задача намного усложнилась по сравнению с опытом предшественников, ведь постсовременное состояние общества открыло невиданные возможности изменять социальное пространство и при этом активно изменяться самим субъектам. В призме постмодернистского мировоззрения личность теряется, на задний план уходит ощущение аутентичности и искренности. Теперь их замечает многообразный набор вариантов конструирования новой идентичности, характеризующейся непостоянством, ситуативностью, которая в иных обстоятельствах легко принимает новую форму, содержание, характеристики. Идентичность постсовременности представляет собой феномен, формируемый в текучих глобальных средах и изменчивых напряженных социально-коммуникативных пространствах. Идентичность структурируется под влиянием комплекса пространственно-временных и содержательных характеристик, направленных на расширение границ и коммуникационную активность (превалирование публичной сферы, вовлекающие в коммуникацию социальные практики, повышение внимания к проблемам управления идентичностью). В отличие от идентичности эпохи модерна с его ритуально-системными нормами, постсовременную идентичность характеризует способность быстро адаптироваться, мгновенно, ситуационно реагировать на разноплановые ситуации в социокультурном пространстве. При этом целостность идентичности превращается в проблему, поскольку не все социальные роли из ролевого репертуара индивида одинаково легко совместить друг с другом.

Описывая постсовременное общество, постмодернисты отмечают радикальную плюральность, динамичность, на фоне которых изменчивость идентичности становится закономерной. А потому постмодернизм не предлагает какой-либо единой концепции в трактовке идентичности, а развивается в нескольких проектах, для представителей которых важны именно их отличия, а не сходство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гофман А.Б. В поисках утраченной идентичности: традиции, традиционализм и национальная идентичность / А.Б. Гофман // Вопросы социальной теории. – 2010. – Т. 4. – С. 214–254.
2. Ерьско М.П. Взаимодействие светских и религиозных идентичностей как социологическая проблема / М.П. Ерьско // Вестник Тюменского ун-та. – 2006. – №1. – С. 110–117.

3. Ментальность российской молодежи : политические ориентиры и кумиры. – (URL:<http://gcftr.ru/archive/8369>).
4. Римский В. Воздействие сети интернет на социальную активность, формирование и развитие идентичностей / В. Римский // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии, 2009. – № 1. – С. 86–89.
5. Российская идентичность в условиях трансформации. Опыт социологического анализа / отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова. – М., 2005. – С. 77–80.
6. Тихонов О.В. Диалектика идентичности и кризиса идентичности в контексте глобальных социокультурных трансформаций / О.В. Тихонов // Ученые записки Казанского ун-та. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – Т. 154. – №1. – С. 208–213.