

в несколько раз выше, чем смертность от других причин среди молодых женщин от 15 до 25 лет.

Еще она проблема, связанная с подражанием – навязывание социальных ролей. У современных подростков существует четкая градация людей на популярных и неудачников. Если ты хочешь быть популярным, успешным и многого добиться, ты должен выглядеть определенным образом, носить вещи определенных марок, иметь набор определенных ценностей. За образец берутся представители «высшего класса». Естественно если по каким-то причинам ты не соответствуешь данным критериям, ты неудачник, с которым никто не будет общаться. От этого подростки могут замкнуться в себе, у них случаются нервные срывы, что в конце концов может привести к суициду.

И таких проблем, как выше перечисленные, у подростка может возникнуть огромное множество, он просто не в состоянии справиться с ними самостоятельно. Поэтому изучение данной темы необходимо, чтобы вовремя оказать эффективную помощь.

Н.С. Дягилева, Л.А. Журавлева

СУЩНОСТЬ ФЕНОМЕНА ИДЕНТИЧНОСТИ

Феномен идентичности вызывает активный интерес исследователей в силу значимости его в процессах формирования личности, задающих важные характеристики ее отношений к себе, к другим, к обществу, определяющие ее Я.

Актуализация проблемы идентификации и идентичности объективно обусловлена особым состоянием общества, характеризующегося высокой динамичностью происходящих в нём изменений, их значимостью.

К числу основных тенденций, особенно характерных для современной эпохи, относится тенденция к глобализации. Сегодня можно говорить о глобальной структуре политических, экономических и культурных отношений,

простирающихся за любые традиционные границы и связывающих отдельные общества в единую систему.

В культуре доминирует тенденция к единообразию. Средства массовой информации, в частности телевидение, превращают нашу планету в «большую деревню», обитатели которой потребляют один и тот же культурный продукт. Миллионы людей становятся свидетелями событий, произошедших в разных местах, приобщаются к одному и тому же культурному опыту (олимпиады, рок-концерты), что способствует унификации их вкусов, восприятий, предпочтений. Одни и те же потребительские товары распространяются повсюду. Миграции, временная работа за границей, туризм обеспечивают непосредственное знакомство с образом жизни, обычаями, нормами поведения в других странах. Складывается общий язык, причем английский язык берет на себя роль средства профессионального общения в науке, технике, бизнесе, в области компьютерной техники, транспорта, а также роль средства межличностного общения в путешествиях или туризме. Местные культурные традиции размываются, и, похоже, массовая потребительская культура западного типа становится «универсальной», распространяясь по всем странам и континентам¹.

Данная ситуация, сложившаяся в России в конце XX - начале XXI вв., ставит в качестве актуальной проблему осмысления формирующейся социокультурной идентичности населения.

Прояснение смысла понятия идентичность не относится к числу простых задач, решаемых в одно действие. Как указывал П. Рикер прежде всего «важно устранить значительную семантическую двусмысленность, угрожающую понятию идентичности». Парадокс состоит в том, что мышление имеет дело с понятием, в котором смешиваются два значения: идентичности с самим собой и идентичности как того же самого. Однако уже эта антиномия «представляется одновременно неизбежной и неразрешимой»².

¹ Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 1996. С. 121-122.

² Рикер П. Повествовательная идентичность // Рикер П. Герменевтика. Этика. Политика. М., 1995. С. 19-20.

Понятие идентичность было введено в научный оборот на рубеже 60-70-х годов XX в. Э. Эриксоном. Именно благодаря его усилиям оно стало широко использоваться представителями различных отраслей гуманитарного знания.

Первоначально под идентичностью понималось «субъективное вдохновенное ощущение тождества и целостности», «длжащееся внутреннее равенство с собой», «непрерывность самопереживания индивида»¹. Именно так трактовал идентичность В. Джеймс и другие известные западные ученые. Однако такая трактовка идентичности не закрепились в научной литературе, вскоре появились иные трактовки идентичности.

Ряд представителей культурологической науки определяют идентичность как социокультурный феномен человеческого себя-определения, себя-именования.

Некоторые философы и литературоведы, развивающие идеи А. Лосева, трактуют идентичность как часть того, что образует для-себя субъектную самость и для-себя индивидуальное лицо (имидж) человеческой личности, мыслящей себя в качестве части локального человеческого сообщества². По их представлениям идентичность складывается из совокупности отношений (практик) человека с природным и социальным миром.

Отметим, что наиболее близко к пониманию сути данного феномена подошли те авторы, которые трактуют идентичность как степень совпадения идеалов, ценностных ориентаций, социальных установок, мировоззренческих позиций, алгоритмов деятельности индивида с ценностными ориентациями, установками и мировоззренческими позициями социальной группы. Говоря другими словами, под идентичностью они понимают результат процесса соотнесения индивида с теми социальными группами и общностями, которые он воспринимает как «свой», и по отношению к которым он без всякого внешнего принуждения, сообразуясь только со своими желаниями, способен употребить местоимение «мы».

¹ Эриксон Э. Идентичность: Юность и кризис. М., 1996. С. 96.

² Искусство и цивилизационная идентичность. М.: Наука, 2007. С. 127.

Концепция развития идентичности предполагает рассмотрение отношений, складывающихся в континууме «Я-Другой», поэтому идентичность может определяться ориентациями на социальное окружение и на уникальность самого человека. Это – два аспекта или измерения одного процесса.

Идентичность, таким образом, определяется как социальный феномен, который формируется и развивается через самоопределение относительно базовых отношений Я с социальным окружением. Она обладает мотивационной силой, выраженной в потребностях, целях и ценностях, определяющих жизненный смысл и общую побудительную направленность поведения личности. Идентичность позволяет человеку ориентироваться в системе межличностных отношений, выстраивать адекватную систему саморегуляции на основе выделения человеком собственной отличности от других и уникальности, а также через осознание непрерывности и тождественности себя вот времени и пространстве¹.

Идентичность человека возникает в результате его отношения к соответствующей социальной группе, членом которой он является. Но поскольку человек одновременно является участником разных социальных групп, то он обладает сразу несколькими идентичностями. В них отражаются пол, этничность, раса, религиозная принадлежность, национальность и другие стороны его жизни. Эти признаки связывают его с другими людьми, но в то же время сознание и уникальный опыт каждого человека изолируют и разделяют нас².

В основополагающей работе Э. Эриксона «Идентичность: юность и кризис» были выделены следующие ракурсы анализа идентичности:

- *Социальная солидарность* – переживание внутренней слитности с идеалами и поведением своей социальной группы и общества в целом.

- *Индивидуальность* – сознательное ощущение собственной неповторимости и собственного отдельного существования.

¹ Муратов В.В. Особенности развития идентичности в условиях социально-экономических преобразований // Мир психологии. 2004. № 2. С. 38.

² Искусство и цивилизационная идентичность. М.: Наука, 2007. С. 129.

- *Тождественность* – переживание внутренней непрерывности собственного бытия на протяжении жизни, преемственности жизненных этапов.

- *Единство* – ощущение целостности личности.

Тернер выдвинул гипотезу о существовании трёх уровней самокатегоризации, которые рассматриваются им одновременно и в качестве уровней идентичности.

- *суперординатный высший* – определение себя как части широкой, подчиняющей практически все известные группы, общности;

- *промежуточный (средний)* – определение себя в терминах групповой принадлежности, например, профессиональной;

- *субординатный, подчиненный* – определение себя в индивидуальных, личностных качествах как уникального индивида.

Рассмотрим структуру идентичности, которая включает в себя ряд компонентов, обеспечивающих сохранение определенности и ориентацию человека в новых социальных условиях:

- *подструктура базовых конструктов*: идентификация себя как биологического существа (индивид), как субъекта деятельности (субъект) и как субъекта общественных отношений (личность);

- *подструктура характеристик идентичности*: когнитивный компонент (знания, представления об особенностях своей группы, осознание принадлежности к ней) и аффективный компонент (оценка значимости этого членства)¹.

Идентичность выступает определенным регулятором деятельности человека, системообразующим элементом. В зависимости от того, какая у человека идентичность, можно с той или иной степенью достоверности прогнозировать его поведение, принимаемые и отвергаемые ценности и нормы, интересы и принципы, стереотипы и установки².

¹ Иванова Н.Л. Социальная идентичность в различных социокультурных условиях // Вопросы психологии. 2004. №4. С. 67.

² Чуланов В.А. Формирование социальной идентичности молодежи // II Всероссийская научная конференция Сорокинские чтения-2005. Будущее России: стратегии развития (14-15 декабря 2005 // Интернет-ресурс.

Идентичность имеет проявления в аффективной и смысловой сфере личности, в поведении, стратегиях жизненного выбора человека. Она функционально придает целостность, непрерывность и определенность личности, обеспечивает сходство с одними людьми и категориями и отличия от других. Поэтому можно сказать, что социальная идентичность представляет собой когнитивно-мотивационное ядро личности.

Необходимость в идентичности вызвана тем, что каждый человек нуждается в известной упорядоченности своей жизнедеятельности, которую он может получить только в сообществе других людей. Для этого он должен добровольно принять господствующие в данном сообществе элементы сознания, вкусы, привычки, нормы, ценности и иные средства общения, принятые у окружающих его людей. Усвоение всех этих проявлений социальной жизни группы придает жизни человека упорядоченный и предсказуемый характер, а также невольно делает его причастным к какой-либо конкретной культуре.

А.С. Калашникова

КОММУНИКАЦИОННЫЕ БАРЬЕРЫ В КРОСС-КУЛЬТУРНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯХ

Кросс-культурные контакты порождают множество проблем, которые обусловлены несовпадением норм, ценностей, особенностей мировоззрения партнеров по общению. Среди этих проблем следует особо отметить психологические трудности, проявляющиеся в потере участниками взаимодействия чувства стабильности, уверенности в правильности своих действий. «Если европеец протягивает руку для рукопожатия, а азиат не знает, что с этой рукой делать, то оба, как минимум, чувствуют себя неуютно»¹. Такого рода сложности, возникающие в процессе взаимодействия представителей разных этниче-

¹ Кутявина Е.Е. Проблема изучения межэтнического взаимодействия [Электронный ресурс]: [http://www.unn.ru/vestniki_journals/99990201_West_soc_2004_1\(3\)/25.pdf](http://www.unn.ru/vestniki_journals/99990201_West_soc_2004_1(3)/25.pdf)