

6.2. Формирование гражданской макроидентичности

Трансформация, затронувшая сферы социально-экономических, социокультурных, политических отношений, не могла не коснуться в том числе и системы национально-государственного устройства страны. Изменения в этой области с неизбежностью привели к тому, что гражданская макроидентичность стала проблемой для всего населения России, обретшей новые границы, название и государственную символику.

Сегодня наши исследования фиксируют значительное сокращение в идентификационном пространстве идентичности «советский человек». Если еще в 1991 году советскими людьми считали себя 78% опрошенных, в 1993 году - 20%, то по данным опроса 1997 года - 12,9%. В то же время, чисто «западническая» идентичность - «европеец» - получила наименьший рейтинг: только 2% опрошенных мыслит себя в этом качестве. Вероятно, в период общего кризиса, сопровождающего процесс трансформации, возникает достаточно устойчивая социально-психологическая потребность в конкретном содержательном насыщении макроидентичности, которая играет компенсирующую роль при кризисной неопределенности социально-групповой и личностной идентичности. «Россияне» - официально санкционированная макроидентичность, призванная консолидировать модернизирующееся общество. Сейчас эта идентичность менее распространена по сравнению, например, с 1992 годом, когда 41% опрошенных выбрали эту позицию. Согласно данным нашего опроса С-1-1997, уже только 24,4% респондентов идентифицировали себя как «россияне». Таким образом, эта новая для России идентичность не только не прививается в настоящее время, но даже претерпевает значительный кризис востребованности у населения. Устойчивое же большинство респондентов предпочло самоидентифицироваться в этнической категории «русский» (почти 57%), что, на наш взгляд, вряд ли свидетельствует о широком развитии этноцентристских настроений среди населения России. Скорее, это связано с отсутствием определенного ценностно-символического насыщения других типов макроидентичности.

Данные исследования С-1-1997 позволили выявить социально-демографические характеристики респондентов, определившихся в идентификационном пространстве.

Новые идентичности, отождествление с которыми предполагает признание модернизационных целей российской трансформации и ценностей открытого общества, в большей степени представлены мужчинами, и напротив, традиционные идентичности выбирает большее число женщин. Три четверти «россиян» - это люди в возрасте до 50 лет; «европейцы» - главным образом, молодежь; «советскими» считают себя люди, старше 50 лет, а «русские» достаточно равномерно представлены во всех возрастных группах.

«Советские люди» - это респонденты, имеющие самый низкий образовательно-квалификационный статус. По роду занятий «советский человек» в наибольшей степени представлен неработающими пенсионерами (42,2%). В этой группе самая маленькая доля руководителей (5,3%) и предпринимателей (5,7%).

«Русские» - это в основном респонденты, имеющие средний уровень образования (59,5%), хотя доля лиц, имеющих неполное среднее образование, также значительна - 13,3%. В отношении должностного статуса «русских» следует заметить, что среди них преобладают рабочие (46,1%). Менее всего в этой группе представлены руководители всех уровней (7,8%) и предприниматели (5,5%).

«Россияне» занимают лидирующее положение по уровню образования; здесь более всего руководителей всех уровней и предпринимателей.

Таким образом, уже объективные социально-демографические характеристики свидетельствуют об определенном изначальном различии между рассматриваемыми типами идентичности. Чтобы получить более детальный социальный портрет интересующих нас идентификационных статусов, следует обратиться и к другим характеристикам.

Остановимся более подробно на связи выявленных типов идентичности с характером установок респондентов в сфере социально-экономического поведения. Прежде всего, вызывает интерес проблема взаимосвязи указанных типов макроидентичности, с одной стороны, и степенью и характером адаптации населения, с другой. В этой связи интересна корреляция типов макроидентичности и

преобладающего эмоционального состояния респондентов (см. табл. 6.1).

Таблица 6.1. Распределение респондентов по типам гражданской идентичности и эмоциональному состоянию (в %)

Преобладающее настроение	Типы гражданской идентичности			
	«россияне»	«европейцы»	«русские»	«советские люди»
уверенность	9,7	27,4	7,3	2,7
надежда	51,2	37,3	38,3	31,6
растерянность	6,5	7,0	7,1	8,0
безнадежность	16,1	0,0	32,4	41,8
безразличие	16,6	29,3	14,9	15,9

Можно предположить, что макроидентичность «советский человек» сохраняется у наименее приспособленных респондентов, испытавших поражение в статусе и находящихся в состоянии кризиса конкретной ролевой идентичности. Если проверить это предположение с помощью сравнительных показателей, то получим следующую картину. Респонденты, считающие себя «советскими людьми», встретили осень 1997 года преимущественно с настроением безнадежности (39,8%). Это настроение совсем не характерно для «европейцев» и в наименьшей степени свойственно «россиянам». «Советский человек» почти не испытывает уверенности (2,7% по сравнению с 20% «европейцев» и 9,7% «россиян»). Самое распространенное настроение среди опрошенных - «надежда» (46,4% по всему массиву) - также менее всего присуще «советскому человеку». В то же время, «россияне» настроены заметно более оптимистично: среди них больше тех, уверен в завтрашнем дне или надеется на лучшее.

Если попытаться выявить взаимосвязь между типами макроидентичности и политическими ориентациями респондентов, то и здесь обнаруживаются определенные закономерности. Так, за КПРФ обычно голосуют «советские люди», тогда как среди «россиян» ори-

ентированных на это политическое движение в 3 раза меньше, а «европейцы» вообще не склонны симпатизировать радикальным политическим силам (ЛДПР и КПРФ). Зато как «европейцы», так и «россияне» в большей степени склоняются к поддержке партий, выступающих либо за развитие реформ в духе «народного капитализма» («Яблоко»), либо за сохранение и стабилизацию социально-экономического и политического status quo (НДР).

Обратившись к вопросу об оценке различными идентификационными типами современной социально-экономической ситуации в стране, можно наблюдать примерно сходную картину: как «катастрофическую» ситуацию оценивают опять же большинство «советских людей» - 41,6%. И только 5,7% «советских людей» полагают, что «ситуация тяжелая, но наметились признаки улучшения». В то же время, среди «европейцев» и «россиян» преобладают сторонники именно такой оценки социально-экономической ситуации: первых - 30%; вторых - 27,9%; соответственно, в меньшей степени им свойственны алармистские настроения. Оценки социально-экономической ситуации, данные представителями различных типов идентичности, позволяют определить их психологическую установку на адаптацию. Естественно, более позитивная настроенность на социальный контекст отличает новые идентичности: «европейцев» (в основном это молодежь) и «россиян». «Советские люди» и «русские» настроены, скорее, негативно, что уже изначально создает потенциально неблагоприятный психологический фон для дальнейшей адаптации.

Одним из центральных вопросов, позволяющих сразу развести позиции респондентов по отношению к стратегическим ориентирам развития страны, является вопрос о роли государства в управлении экономикой. Он в то же время позволяет выявить ценностные основания макроидентичности и, соответственно, потенциальную динамику адаптации среди представителей различных типов идентичности.

Первый вариант, предполагающий либеральную модель развития общества, поддерживают в основном идентифицировавшие себя с «россиянами» (10%). «Русские» склоняются к подобному варианту уже в значительно меньшей степени (6,5%), тогда как «советский человек», естественно, полностью не приемлет саму

идею. Полярная первой модель, предполагающая образ государства-патрона, осуществляющего полный контроль над экономикой, в первую очередь находит приверженцев среди «советских людей» (60%) и «русских» (30,9%). Компромиссная модель социал-демократического толка находит наибольшее число сторонников среди «россиян» (67,4%). Близко к ним стоят «русские» (62,6%), тогда как «советские люди» склоняются к данной модели уже в значительно меньшей степени (38%). Таким образом, полученные данные подтверждают сформулированную ранее гипотезу о тесной связи между ценностно-символическим содержанием макроидентичности и психологической установкой на социальное действие в условиях адаптации к постоянно меняющейся среде.

Достижение материального благополучия связывается респондентами, прежде всего, с политикой государства и в значительно меньшей степени с личными качествами. При этом «советские люди» значительно больше ощущают зависимость своего положения от внешней среды; личные усилия ценятся «советским человеком» значительно меньше. Наименее склонны уповать на государство при решении материальных проблем те, кто считает себя «европейцами», и в то же время этому типу в наибольшей мере свойственно связывать свое благополучие с личными усилиями (40%). Вспомним, что с «советским человеком» идентифицировали себя, главным образом, люди предпенсионного и пенсионного возрастов, т.е. социализированные в советско-патерналистских ценностно-нормативных традициях. Тогда как «европейцы» в силу возраста недавно включились в социализацию, которая ориентировала их на ценности индивидуализма и утилитаризма.

Основная задача исследования заключалась в попытке выявить взаимосвязь между характером идентификации и степенью эффективности протекания адаптации у различных групп респондентов (см. табл. 6.2). Напомним, что большинству респондентов не удалось найти свое место в новых условиях, т.е. эффективность адаптации находится на достаточно низком уровне.

Наиболее адаптированными являются те, кто идентифицировал себя с «россиянами» и «европейцами», тогда как «русские» и «советские люди» оказываются в ряду наименее адаптированных категорий, что дополнительно подчеркивает различие между новыми и

старыми идентичностями: новые идентификационные позиции оказываются более адекватными рыночной среде по своему экономическому поведению, чем старые.

Таблица 6. 2. Распределение респондентов, относящихся к различным группам гражданской идентичности, по уровню адаптации (в %)

Уровни адаптации	Типы гражданской идентичности			
	«россияне»	«европейцы»	«русские»	«советские люди»
высокий	8,6	10,0	4,8	3,2
средний	38,3	30,0	25,7	14,6
низкий	31,4	50,0	35,9	19,8
нулевой	21,7	10,0	33,6	62,4
Итого	100	100	100	100

По субъективной оценке респондентами своего базового адаптационного потенциала наблюдается сходная картина (см. табл. 6.3).

Характерно, что «россияне» и «европейцы» практически в два раза чаще, чем «русские» и «советские люди» признают, что их нынешние возможности увеличились. Таким образом, при анализе адаптационного потенциала можно обнаружить значительное сходство установок внутри первой и второй подгрупп, которые, в свою очередь, существенно отличаются от установок и оценок внутри третьей и четвертой.

С вопросом об изменении возможностей корреспондирует и вопрос об оценке респондентами уровня своего материального положения. Позиции «не отказываем себе ни в чем» и «с избытком хватает на текущие нужды, но не можем позволить себе очень крупные траты» вновь преимущественно отметили идентифицировавшие себя с «россиянами» и «европейцами». В то же время, «советские люди» и «русские», как правило, «с большим трудом сводят концы с концами» или «терпят нужду». Таким образом, эффективность адаптации в большей степени выражена у тех, кто, во-первых, по своим социально-демографическим характеристикам имеет более высокие

образовательно-квалификационные показатели, а следовательно, и большую ценность на рынке труда, и во-вторых, в основном социализирован в соответствующих функционально-прагматичных нормах и ценностных ориентациях рыночного контекста.

Таблица 6. 3. Распределение респондентов, относящихся к различным типам гражданской идентичности, по оценке возможностей устроить свою жизнь (в %)

Оценка возможностей	Типы гражданской идентичности			
	«россияне»	«европейцы»	«русские»	«советские люди»
Были и есть возможности обеспечить себя и семью	8,9	10,0	8,1	5,2
Возможности значительно увеличились	23,0	20,0	12,1	6,0
Возможности значительно уменьшились	46,0	50,0	55,2	53,4
Не было и нет возможностей для улучшения жизни	22,1	20,0	24,6	35,4
Итого	100	100	100	100

Респонденты, идентифицировавшиеся как «русские» или «советские люди», чаще прибегают к традиционным вариантам экономического поведения, выражающимся в преобладании пассивных форм адаптации («экономлю», «работаю на приусадебном участке»). В то же время, новые идентичности («россияне» и «европейцы») предпочитают обращаться к способам экономического поведения, более соответствующим изменившемуся социальному контексту («нашел дополнительные заработки», «имею высокооплачиваемую работу»). Новые идентичности, в отличие от старых, в

значительно большей степени стремятся к активно-прагматическим способам адаптации.

Схожие тенденции обнаруживаются в ответах на вопрос о способах поведения респондентов в условиях, когда их предприятие переживает «тяжелые времена» (невыплаты зарплаты, отсутствие заказов и т.д.). Так, идентифицировавшие себя с «русскими» и «советскими людьми» тяготеют к «ритуализму», пассивной экспектации и «продолжают ходить на работу, ничего не предпринимая» (первые - 33%, вторые - 39%). Между тем, доля выбравших это закрытие среди представителей новых идентичностей составила: 21,8% - у «россиян» и 20% - у «европейцев». Соответственно, новые идентичности предпочитают в большей степени предпринимать активные попытки, чтобы изменить ситуацию в свою пользу, ищут дополнительные источники поддержания жизненного уровня. Таким образом, «новые идентичности» в большей мере ориентированы на поисковый путь адаптации к изменяющейся среде по сравнению со «старыми идентичностями», демонстрирующими преимущественно ритуалистско-выжидательный тип экономического поведения.

Среди символических оснований формирования макроидентичности важнейшее место, как представляется, принадлежит понятию «родины», где находят отражение возникающие у респондентов основные эмоциональные ассоциации и ценностные диспозиции. В исследовании было предложено три варианта понимания пространственной идентичности:

- «место, где я родился и живу»;
- «самобытная цивилизация, давшая миру многих выдающихся деятелей науки и культуры»;
- «одно из европейских государств, возвращающееся на общий путь развития».

Естественно, можно было бы предложить и другие варианты, однако в исследовании была выдвинута гипотеза о связи характера протекания адаптации с вполне определенными социально-культурными установками. В частности, важно было определить, насколько в реальной макроидентичности присутствуют, условно говоря, «западнические» (3-й вариант закрытия) и «самобытнические» (2-ой вариант закрытия) ценностно-символи-

ческие коды. Или же в обыденном сознании образ «родины» вызывает какие-то другие, не связанные с интеллектуально-идеологической рефлексией ассоциации. Вариант «место, где я родился и живу» представляет менее оценочный и несвязанный с какой-либо идеологической традицией образец восприятия «родины».

Ответы, полученные на вопрос: «Какие чувства у Вас вызывает понятие «родина»?» показали, что первый вариант («малая родина») является наиболее распространенным - 78,3%, что, вероятно, является свидетельством либо падения интереса к эмоционально напряженным символам, образующим фундамент всякой идеологии, либо отрыва языка повседневности и обыденного сознания от языка и идеологических продуктов сознания интеллектуальных элит. Эту категорию условно можно назвать «аборигенами», не вкладывая в это понятие какого-либо иронического смысла. «Самобытники» (2 вариант) составляют не более 14%, а «западники» только 3,6% всех опрошенных. Если рассмотреть эти три позиции в связи с ответами на другие вопросы анкеты, то можно обнаружить также ряд важных дополнительных характеристик респондентов, у которых идентификация с «родиной» проходит по одному из трех вышеуказанных оснований.

Большинство социально-демографических признаков не позволяет выявить каких-либо содержательных характеристик относительно восприятия символа «родина». Заметно однако, что большинство идентифицировавших «родину» как «одно из европейских государств» сосредоточено в младших и средних возрастных группах. Большая часть так называемых «аборигенов» («родина - место, где я родился и живу») группируются преимущественно в средних возрастных интервалах, тогда как «самобытники» - это, главным образом, люди старших возрастных групп. При этом для «аборигенов» характерно, прежде всего, неполное среднее образование (отсюда, вероятно, отсутствие идеологической рефлексии на тему «родина»).

С точки зрения политических установок и электорального поведения, КППРФ симпатизируют, прежде всего, «самобытники» и «аборигены». Для ЛДПР вообще достаточно трудно соотнести какой-либо тип идентификации с «родиной». Зато сравнительно больше сторонников набирает партия власти среди идентифицировавших родину с Европой (29,6%). Ориентирующиеся на политическую про-

грамму «Яблоко» также сосредоточены преимущественно среди «западников» (30,6%) и, что несколько неожиданно, среди «самобытников» (30,2%).

Эмоциональное состояние выделенных групп характеризуют данные, представленные в таблице 6.4.

Таблица 6.4. Эмоциональное состояние респондентов, относящихся к различным группам пространственной идентичности

Эмоциональное состояние	Пространственная идентичность		
	«аборигены»	«самобытники»	«западники»
уверенность	6,8	11,0	14,3
надежда	48,0	40,9	40,0
растерянность	7,0	7,9	17,1
безнадежность	22,4	26,8	11,4
безразличие	15,8	13,4	17,2
Итого	100	100	100

Как видно из таблицы, наиболее высокий уровень фрустрации (ощущение безнадежности) присущ, прежде всего, «самобытникам» и «аборигенам». Оптимизм, напротив, характерен именно для «западников». Промежуточные, более нейтральные эмоциональные состояния присутствуют у рассматриваемых типов макроидентичности примерно в равной степени.

По отношению к магистральному пути социально-экономического развития респонденты распределились следующим образом: «аборигены» в основном являются сторонниками варианта, предусматривающего достаточно активное влияние государства на экономику («экономика должна быть рыночной, но государство должно регулировать важнейшие сектора экономики» - 58,7%); при этом их значительная часть полагает, что «государство должно полностью регулировать экономику, как это было в советское время» - 34,9%. «Самобытники» также разделяются на приверженцев «социал-демократической» и «патерналистской» моделей, но в другой пропорции сторонников патернализма среди них большинство

(64,2%). «Западники» являются самыми активными приверженцами «среднего пути» в экономике (78%), сторонников чистой государственной экономики среди них насчитывается явное меньшинство (16,7%).

Вызовет значительный интерес проблема взаимосвязи рассматриваемых макроидентичностей с представлениями респондентов о том, от чего зависит их материальное положение:

	От политики государства	От личных усилий	Затруднились ответить
«Аборигены»	52,6	18,8	28,6
«Самобытники»	54,8	23,0	22,2
«Западники»	44,4	38,9	16,7

Большинство респондентов, как бы они себя ни самоидентифицировали, склонно усматривать зависимость своего материального положения от политики государства. Можно предположить, что, гипертрофируя роль государства, респонденты руководствуются двумя различными мотивами. Одни видят единственным источником экономической и социальной поддержки государство-патрона. Другие, напротив, рассматривают государство как фискала и рекетира. В обоих случаях значение личных усилий уступает реальной или желаемой мощи государства. В то же время, выделенные группы явным образом различаются по «удельному весу» личных усилий. Наиболее велик он у «западников», которые, в силу достаточной адаптированности, лучше научились «встраивать» личные усилия в контекст существующих на сегодняшний день социально-экономических условий. Заметно хуже это удастся «самобытникам» и «аборигенам».

Кроме идентификации с социальным пространством, символически выраженном через понятие «родина», определенный исследовательский интерес вызывает также характер восприятия респондентами социального времени. Однако следует подчеркнуть, что нас интересовали не столько динамические аспекты социального времени, сколько ценностно-установочная позиция респондентов по отношению к некоторым историческим временным интервалам. В процессе социальных трансформаций особенно обостряется рефлексия времени, которое в такие периоды не просто проживается, а по-

стоянно сравнивается по исторической оси «прошлое - настоящее - будущее». Прошлое в такие периоды начинает привлекаться различными социальными силами для сопоставления с настоящим либо для его оправдания, либо, наоборот, для вынесения ему приговора.

Самоидентификация по шкале социального времени представляет возможность разделить выбравших ту или иную позицию на условные группы:

- «традиционалистов», полностью ориентированных на прошлое и черпающих в нем позитивные социальные эмоции;
- «футуристов», не видящих ни в прошлом, ни в настоящем каких-либо значимых для себя ценностных привязанностей;
- «современников», для которых важны не реминисценции или тоска по ушедшим временам и необращенность в неясное будущее, а живая связь с настоящим, возможность реализоваться в нем.

Гипотетически можно предположить, что для последней категории в большей степени будут характерны более конструктивные, адекватные трансформационным процессам формы социальных установок и адаптационного поведения.

Наши данные свидетельствуют о том, что наибольшее число респондентов идентифицируют себя с будущим - 34,1%; на втором месте находятся «традиционалисты» - 24,6%, а третью позицию занимают идентифицировавшие себя с настоящим («современники») - 15,7%. Четвертая часть всех опрошенных не смогла определить свое место на временной шкале.

Если обратиться к социально-демографическим характеристикам, то получим следующую картину: «традиционалисты» группируются, главным образом, в старших возрастных группах; среди «футуристов» преобладают респонденты в возрасте до 30 лет; «современники» же примерно поровну распределены в возрастных группах до 50 лет, а в старших возрастных группах их значительно меньше.

«Традиционалисты» преобладают среди тех, кто имеет неполное среднее образование, тогда как среди «футуристов» и «современников» таковых насчитывается менее 10%. Зато последние две группы превосходят «традиционалистов» по числу респондентов, имеющих высшее образование, более чем в два раза.

Что касается должностного статуса, то большинство «традиционалистов» - рабочие (45%) и служащие, ИТР (43%), т.е. люди, испытывающие наибольшие трудности, связанные с экономическим спадом и стагнацией производства. В то же время, среди руководителей низшего, среднего и особенно высшего звена преобладают либо «футуристы», либо «современники». Предприниматели также преимущественно идентифицируют себя либо с настоящим, либо с будущим; ретро-ориентация присуща им в значительно меньшей степени.

Идентифицирующих себя с прошлым отличает негативное эмоциональное состояние (растерянность, безнадежность), и, напротив, такие эмоции, как надежда и уверенность в большей степени присущи «футуристам» и «современникам».

Ретро-ориентированные респонденты склонны оценивать сложившуюся социально-экономическую ситуацию как «катастрофическую» (43,3%). Подобные алармистские настроения не типичны для «современников» и «футуристов» (17,6% первых и 15,7% вторых дали такую оценку ситуации).

Лучшим типом взаимодействия государства и экономики для «традиционалистов» является тоталитарно-патерналистский принцип, которому отдают предпочтение 56% респондентов, идентифицировавших себя с прошлым. Среди «футуристов» и «современников» насчитывается более чем в два раза меньше сторонников жестко централизованной экономики (22% и 23%). Идеальное соотношение между государством и экономикой, с точки зрения «футуристов» и «современников», достигается при социал-демократической системе (68,8% и 67%). Неудивительно поэтому, что процент тех, кто связывает уровень своего материального положения с политикой государства среди «традиционалистов» выше, чем у «футуристов» и «современников», и, наоборот, среди последних больше тех, кто полагает, что материальное положение зависит от их личных усилий (соответственно 34,6% и 35,9% по сравнению с 12,1% у «традиционалистов»).

Характер связи между временной идентичностью и степенью адаптированности респондентов демонстрирует таблица 6.5.

Видно, что «современники» наилучшим образом адаптировались в создавшихся условиях, поэтому их в большей степени устраи-

вает действительность. Большинству «традиционалистов», напротив, не удалось найти своего места в новой реальности. Нельзя сказать, что в полной мере это получилось у «футуристов» - среди них половина отрицательно отвечает на вопрос об успешности собственной адаптации, но отчасти из-за возраста (это относительно молодая группа), отчасти потому, что, принимая общие цели проводимых реформ, они переносят свои надежды в будущее.

Таблица 6.5. Распределение респондентов по типам временной идентичности и уровням адаптированности (в %)

Уровни адаптированности	Временная идентичность		
	«традиционалисты»	«футуристы»	«современники»
высокий	3,1	7,3	8,9
средний	16,2	36,8	31,7
низкий	30,4	29,1	37,6
нулевой	50,3	26,8	21,8
Итого	100	100	100

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что происходящие в настоящее время адаптационные процессы носят кризисный характер. Это проявляется в неравномерности адаптации, вытеснении из адаптационных рамок больших социальных групп населения. Кризис усугубляется размытостью, неопределенностью системы ценностей и норм, которые принимались бы большинством населения и служили бы прочной опорой в повседневной жизни людей, переживающих этот сложный период. С кризисным характером адаптации населения связан и кризис социальной идентичности. О том, что макроидентификация, протекающая в кризисных условиях, носит специфические черты, писал Дж. Марсия ¹. предложивший наличие или отсутствие социального кризиса считать основанием типологии идентичности. В качестве второго критерия им берется наличие или отсутствие единиц (оснований)

¹ Marcia J.E. Identity in Adolescence // Handbook of Adolescent Psychology New-York, 1980.

идентичности Такая модель позволяет выстроить следующую типологию идентификации.

Положительная идентификация.

Адаптация протекает равномерно и достаточно динамично, подавляющим большинством населения приняты главные условия социальной среды, произошло слияние с ее требованиями, созданы и успешно функционируют социальные институты, поддерживающие адаптацию. Для идентичности в этих условиях характерно сбалансированное сочетание различных содержательных оснований в ее структуре, появление и формирование новых идентичностей; макроидентичность проходит по основаниям, совпадающим с общим дискурсом развития социальной среды.

Нейтральная идентификация.

Адаптация носит достаточно статичный характер: люди пассивно ожидают изменений условий внешней среды в желаемую для них сторону. Идентичность в данном случае носит неотрефлексированный статичный характер; слабо формируются новые основания идентичности.

Негативная идентификация.

Абсолютное большинство населения становится в позицию отторжения и неприятия требований социальной среды. Идентичность в таком варианте имеет либо диффузный характер, когда отсутствуют прочные цели и основания идентичности, либо наблюдается ретро-идентичность, т.е. отказ от восприятия и усвоения новых оснований идентичности.

Кризисная идентификация.

Адаптация протекает неравномерно и дискретно. Частью населения успешно освоены новые формы социально-экономического поведения, другая часть пассивно ожидает улучшения своего положения, а третья активно не принимает условий социальной среды. Идентичность в такой ситуации имеет кризисный характер, ее основания противоречивы, а цели разнонаправленны. Приходится признать, что именно такая ситуация сложилась сегодня в России.

Кризисный характер идентичности предполагает, что, наряду с негативными социально-психологическими процессами, характеризующими современное состояние российского идентификационного пространства, в обществе складываются тенденции, которые

свидетельствуют об определенном развитии этого пространства, обогащении его новыми содержательными основаниями. Прежде всего, как было отмечено выше, резко снизилась роль макроидентичности «советский человек»; динамика социальной переструктуризации и дифференциации объективно привела к тому, что возник целый спектр новых статусно-ролевых позиций с соответствующей ролевой идентичностью. Ликвидация монопольной идеологии, с одной стороны, вызвала определенную ценностно-нормативную дезориентацию, а с другой - сделала возможным появление в идентификационном пространстве ранее неизвестных значений, ценностей, норм, образующих плюрализм социально-культурных форм.

В связи с тем, что существенно сократилось присутствие государства в сфере формирования образцов социализации и соответствующей идентичности посредством идеологического прессинга, освободившееся место заняли СМИ, ставшие в настоящее время основным агентом социализации. В современном обществе через этот основной канал социализации происходит насыщение идентификационного пространства смысловыми, ценностными и нормативными формами массовой культуры (здесь и реклама, ориентированная на ролевую идентичность в условиях «общества потребления», и персонажи «мыльных опер», и звезды эстрады и кино, и герои-одиночки отечественных бестселлеров, создающие череду идеальных образов «значимых других»). Однако при этом сохраняются и воспроизводятся главные недостатки социальной организации общества: навязывание неорганичных для большинства населения символов и образцов поведения и отсутствие опосредующего среднего звена между государством, с одной стороны, и личностью и связанной с ней первичной группой, с другой. В обществе, лишенном тотальности, при отсутствии социально-культурной традиции добровольных ассоциаций возникла другая крайность - атомизированная личность. В то же время, к числу позитивных характеристик идентификации может быть отнесено усиление рациональности и прагматики, в целом обеспечивающих большую стабильность социальной среды и лишаящих ее напряженного идеологически окрашенного драматизма.