

УДК 316.774:159.923.2

О. Р. Лычковская

канд. соц. наук, доц. кафедры социологии Института социальных наук
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова, к. 40,
Французский бул. 24/26, г. Одесса-58, 65058, Украина, тел. 68-60-92,
e-mail: lychkovska@mail. ru.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ И КОММУНИКАТИВНАЯ АКТИВНОСТЬ КАК МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

В статье рассматриваются понятие идентичности, критерии ее формирования в современном обществе и три основных модели достижения идентичности: легитимация, противостояние и проектирование. В таком контексте анализируется место и роль коммуникативных практик в процессах идентификации. Выявляются также особенности протекания идентификационных практик в современном украинском обществе.

Ключевые слова: социальная идентичность, коммуникативные практики, коммуникативная активность, публика, аудитории.

Постижение сущности любого социального феномена, по-настоящему теоретическое его осмысление начинается с поиска скрытых и одновременно фундаментальных структур, лежащих в его основе. Говоря об определении того, что есть структура, следует, на наш взгляд, акцентировать внимание на двух важнейших моментах — латентности структуры и ее иерархичности.

Латентность, или скрытость, герметичность указывает на наличие внутренних глубинных закономерностей какого-либо явления и в то же время подчеркивает в определенной степени абстрактный, объяснительный характер данной категории. Так, популярный ныне польский социолог П. Штомпка предлагает обобщающую дефиницию структуры, понимая последнюю как “... скрытую сеть устойчивых и регулярных связей между элементами в какой-либо области реальности” [1, с. 4].

Применяя термин к понятию общества, он подчеркивает разницу между “общественной жизнью” как поверхностным, открытым слоем социальной реальности и “социальной структурой” — как глубинным, скрытым от социального мира слоем [1, с. 5]. Второй атрибут структуры — иерархичность, интерпретируемый применительно к социальной структуре как неравенство, позволяет рассматривать общество как организованную систему в отличие от абстрактного множества элементов [2, с. 52]. Безусловно, этими двумя атрибутами не исчерпываются свойства структуры, о чем свидетельствует многочисленная практика социологического теоретизирования на этот счет [см., 3; 4; 5], однако с точки зрения данного исследования именно они представляются наиболее значимыми.

Возвращаясь к идее о том, что структура есть устойчивая сеть элементов,

возможно, вслед за П. Штомпкой, назвать 4 плана социальной структуры: **нормативный**, (в рамках которого структура есть совокупность ценностей, норм и институтов), **идеальный**, (когда структура представляется сетью идей, убеждений, взглядов и образов); **интеракционный**, (при котором структура есть порождение системы связей, каналов и коммуникаций), и, наконец, план **интересов**, (связанный с неравным доступом и распределением социальных благ, и, соответственно, расслоением общества) [1, с. 5-6]. Представленные четыре плана измерения социальной структуры кажутся весьма эвристичными и позволяют зафиксировать особенности социальной дифференциации. Так, в ситуации трансформации норм, неопределенности ценностей и делегитимации социальной структуры, на первый план выходят идеальный и интеракционный планы, которые в значительной мере влияют на формирование четвертого измерения — структуры интересов и возможностей. Именно в этой связи и возникает проблема идентификации и тех специфических критериев, на которых она базируется в современном обществе.

Обретение идентичности как процесс самопознания и самоопределения, обретения себя и обозначения других, обучения взаимодействию и коммуницированию с собой и другими был присущ природе человека во все культурные эпохи. Говоря о современном этапе развития социума, следует заметить, что во всех дефинициях сегодняшнего типа общества содержатся указания на особую роль, которую в них играет личностная или же групповая идентификация и идентичность. Идентичность, к примеру, признается “... главным, а иногда и единственным источником смыслов” в современном обществе” [6, с. 27], “организующим принципом” информационных обществ [6, с. 43], выражением активности агента в постмодернистском обществе, представляющем постоянный “процесс сомोकонструирования” [7, с. 263].

Процесс обретения идентичности, или же идентификационные практики, понимаются, как “... попытки разместить себя в неоднородном пространстве, определиться в принадлежности к реальным или же “воображаемым, представляемым” общностям...” [4, с. 32]; как способ, с помощью которого “... социальный актор узнает себя и конструирует смыслы, главным образом на основе данного культурного свойства или совокупности свойств, исключая более широкую соотнесенность с другими социальными структурами” [6, с. 43]; как средство и механизм признания и понимания нас другими [8].

Критерии формирования идентичностей в современном мире чрезвычайно многообразны, что связано с хаотичностью, неоднородностью, неопределенностью, множественностью и случайностью элементов и процессов общества постмодерна. Жанр сообщения не позволяет подробно описать все имеющиеся критерии, поэтому ограничимся лишь некоторыми, представленными в социологической литературе последних лет. Основаниями идентификации называются **тело** “как материал, реально осязаемое основание, вместилище, носитель и душеприказчик всех прошлых, настоящих и будущих идентичностей” [7, с. 264]; **бессознательное, желание,**

межличностные отношения, природная жизнь [9, с. 101]; аскриптивные свойства индивида [2, с. 76]; жизненные формы и стили [2, с. 81-82; 10; 11], представления, образы себя в соотношении с другими [12; 13]; постоянно сменяющиеся повседневные практики, коммуникативные практики, типы коммуникативной активности [6, с. 323-350; 8, с. 80; 14, с. 153-174], и, наконец, коммуникация в виртуальной реальности [15; 16].

Анализ разнообразных критериев позволяет выделить 3, в достаточной мере универсальных, пути обретения идентичности. **Первый**, назовем его условно **легитимация**, предполагает признание существующих статусов и идентичностей, строящихся, прежде всего, на социальных характеристиках. **Второй**, называемый “противостояние”, или “эссенциализм”, строится на поиске сущностных черт, аутентичного содержания, связанного либо с аскриптивными характеристиками, либо с культурным происхождением индивида. Данный путь также получает название противостояния, поскольку практически всегда дистанцирует себя от сложившейся социальной статусно-ролевой структуры.

Примером такого пути может выступать любой архаический механизм коллективного массового сознания, скажем, этноцентризм (способ создания этнических солидарностей), или же этническая стереотипизация. В периоды социальных и культурных трансформаций (один из которых переживает сегодня человеческая цивилизация) значимость таких механизмов возрастает. Говоря о стереотипизации, следует заметить, что этнический стереотип, как система этнодифференцирующих символов и этнических чувств, всегда двойственен: индивидам свойственно создавать одновременно как автостереотипы (образы своей группы и себя), так и гетеростереотипы (образы других). В периоды культурной ломки, разрушения привычных рамок государственности гетеростереотипы становятся “охранительным” механизмом идентичности, позволяя проецировать личную ответственность на “чужих” и питать тем самым многочисленные комплексы “чужой вины” и “обиженной нации”. В то же время автостереотипы выступают как “конструктивные” элементы создания новых социокультурных и национальных идентичностей, легитимируя их содержание. Однако, и в том, и в другом случае речь идет о коммуницировании, взаимном общении и познании сначала другого или же других, а потом и самого себя. Интересно в этой связи заметить, что историческое формирование дейктических компонентов языка (местоимений, расчленяющих мир на внешние и внутренние сферы) шло от создания местоимений “они” к местоимению “мы” и лишь только затем к самоопределению местоимения “я”.

Третий путь обретения идентичности носит название “**конструктивизм**”, или “**проектирование**”. Он строится на принципиально иных основаниях, главное из которых можно было бы сформулировать как “поиски идентичности не в прошлом, но в будущем”. Идентичности в таком случае формируются лишь в коммуникации, в столкновении разных и противоположных дискурсов и практик. Обретение себя здесь — это длительный процесс, отрицающий наличие гармоничной и интегральной определенности в прошлом, отрицающий необходимость поиска себя в себе и утвержда-

ющий необходимость диалога с другим. Конструктивистская идентичность утверждается как критический проект, как неудовлетворенность нынешним состоянием идентичности и поиск будущего эталонного состояния. Помимо всего прочего процесс идентификации — это еще и социальное конструирование себя в обществе в континууме между требуемыми социальными нормами и имеющимися личностными ресурсами.

Формирование индивидуальных идентичностей в современном обществе сопровождается конфликтом и борьбой разных коммуникативных практик — прежде всего, противостоянием групповых, локальных и массовых практик. Современный человек, оказывающийся во власти тотального давления массовых коммуникаций, усиливает поиск неформальных, межперсональных отношений и идентичностей, исполняющих роль защитных убежищ во все более уплотняющейся социальной сети, и тем самым пытается конструировать событийный мир на уровне локальных коммуникаций [9, с. 131]. И в любом случае — как при поиске “законного” места в обществе, так и при поиске “альтернативы” — индивиды “все чаще организуют свои смыслы не вокруг того, то они делают, но на основе того, кем они являются, или своих *представлений* (курсив наш — О. Л.) о том, кем они являются” [6, с. 27].

Механизмы формирования коллективной идентичности уходят своими корнями еще в эпоху античности, когда складывалось пространство свободной политической коммуникации. Но по-настоящему о формировании особой публичной сферы политического дискурса заговорили лишь в эпоху Нового времени в связи с бурным развитием индивидуализма, когда социальная идентичность индивида виделась в обретении им своего места в процессе выражения “общей воли” или “общественного мнения”.

В течение трех столетий, с XVIII по XX вв. существенно менялись субъекты — выразители подобной коллективной идентичности. Подробно исследуя публичную сферу XVIII столетия, наш современник Ю. Хабермас отмечает, что создавали общественное мнение не народ, не масса, не большинство населения, не все. Публичные идентичности, или же просто “публика” состояла из тех, кто может резонерствовать на собраниях, в кафе, в салонах, на страницах газет. Основная задача подобного резонерствования, как тогда, так, впрочем, и теперь, была в том, чтобы “законным образом” устранить противоречия, то есть легитимировать имеющиеся идентичности [17, с. 9-11].

В XIX столетии на публичную арену выходит новая группа — теперь складывание коллективных идентичностей происходит вокруг “публики — аудитории”. Как отмечает создатель понятия “общественность-аудитория” Г. Тард, — это группы, “члены которых хоть и пространственно разобщены, но имеют одну интеллектуальную сущность” [18]. Формирование подобных массовых групп общественности, выразителей определенных интересов, стало возможным с наступлением эпохи модерна, которая, помимо всего прочего, несла в себе власть мощных коммуникативных посредников — масс-медиа, — могущих создавать и уничтожать массовые идентичности.

В XX веке, наряду с “публикой-аудиторией”, появляется новая публика — “массовидные образования”, призванные выражать или же защищать свои или чьи-либо интересы: добровольные объединения, группы сторонников, защитников, противников, любителей и т. п. Чаще всего такие образования носят латентный характер, но при благоприятных условиях, в случае осознания себя в качестве группы и объединения для совместного решения какой-либо проблемы, они трансформируются в активную публику [19]. Публичная сфера порождает и особые коллективные группы — “группы давления”, или “лобби”, которые вполне профессионально идентифицируют себя как выразителей или защитников определенных интересов.

В эпоху постмодерна, наряду с диверсификацией моделей идентичностей, когда личностная идентификация приобретает форму игры, свободного перемещения по социальному пространству, вполне логично объясняется появление иного полюса идентичностей с жестко заданной профессионализацией деятельности. Становление коллективных социальных идентичностей сегодня — это, с одной стороны, появление локальных групп, сознающих себя как отдельные образования, выражающих себя в общей палитре общественного мнения и позиционирующих себя в публичном пространстве, а, с другой стороны, — это профессиональные группы давления или выражения интересов, что является вполне закономерной ступенью в формировании гражданского общества, и, наконец, это достаточно аморфные массовидные образования, “аудитории”, не имеющие четких критериев коллективной идентичности, живущие настоящим, согласно яркой метафоре З. Баумана, “прогуливающиеся”, “бездомные”, “туристы”, “игроки”, пребывающие в каждодневном поиске опыта и смысла [8, с. 80].

Анализ возможностей применения данных теоретических моделей и осмысление результатов эмпирических исследований позволяют представить несколько теоретико-методологических **выводов** по поводу складывания социальных идентичностей в современном украинском обществе, а также места и роли в них коммуникативных практик.

Во-первых, следует отметить уменьшение собственно социальных (социально-профессиональных, социально-статусных, гражданских) идентификаций и, соответственно, увеличение отнесения себя к аскриптивным группам, напр., поло-возрастным [20, с. 224] или к так называемым “символическим” социальным категориям: “такой, как все”, “нормальный”, “нравственная и духовная элита”, “бесправный и обреченный” [13, с. 15-17].

Во-вторых, можно говорить о постепенном складывании вполне реальных локальных групп, осознающих себя как отдельные образования на основе разной коммуникативной активности. Речь идет, скажем, о формировании себя в виртуальном пространстве через виртуальную реконструкцию персональной идентичности. В данном случае, с одной стороны, у индивидов имеются возможности для самоконструирования себя в сети, при этом появляется возможность создания “нескольких идентичностей для одного тела” [15], экспериментирования со своей идентичностью, напри-

мер, изменения пола и примеривание на себя девиантных ролей [15; 16]. С другой стороны, индивиды могут объединяться в виртуальные, или сетевые сообщества. Под ними, по мнению одного из создателей данного термина Г. Рейнольда, "... обычно понимается сом организующаяся электронная сеть интерактивных коммуникаций, объединенная вокруг общих интересов или целей, хотя иногда коммуникация становится самоцелью" [6, с. 343].

Локальные групповые идентификации не исчерпываются виртуальными сообществами. Сюда также можно отнести "латентные публики", которые при определенных условиях усиливают интерактивные коммуникации, осознают себя в качестве группы и объединяются для совместного решения какой-либо проблемы. Будучи первоначально добровольными объединениями, они могут трансформироваться в "группы давления", которые достаточно профессионально идентифицируют себя как выразители и защитники определенных интересов, что является, кстати, закономерной ступенью в создании гражданского общества.

В-третьих, в современном обществе существует и множество аморфных массовидных образований, "аудиторий", не имеющих четкой специфики коммуникативной деятельности и критериев идентичности, пребывающих в каждодневном поиске опыта и смысла. К ним относятся "аудитории", сегментированные масс-медиа и массовой культурой по идеологиям, ценностям, вкусам и стилям жизни. Американский антрополог Д. Келлнер, например, считает, что популярная культура сегодня "проектирует на аудиторию ролевые и половые модели, допустимые и недопустимые формы поведения, стили и моды и содержит утонченные приманки для подражания и идентификации с одними субъективными позициями и для избежания других" [14, с. 174]. К этой же категории относятся "пилигримы постмодерна" З. Баумана: "прогуливающиеся" (безопасно участвующие в мини-драме как телезрители), "туристы" (эстетизирующие повседневные коммуникации), "игроки" (для них мир — это чередование коммуникативных опытов и смыслов) [8, с. 80].

М. Кастельс в этой связи замечает, что коммуникативные идентификации создают новую стратификацию в обществе. "Мир мультимедиа, — говорит ученый, — будет населен двумя различными популяциями: взаимодействующей и включенной во взаимодействие, т. е. теми, кто способен выразить свои мультинаправленные цели коммуникации, и теми, кого будут снабжать ограниченным количеством заранее "установленных" вариантов выбора" [6, с. 350].

Литература

1. Штомпка П. Понятие социальной структуры: попытка обобщения // Социс. — № 9. — 2001. — С. 3-13.
2. Ионин Л. Г. Культура и социальная структура // Социологические чтения. Вып. 1. — М., 1996. — С. 47-95.
3. Аитов Н. А. Понятие "социальная структура" в современной социологии // Социс. — № 7. — 1996. — С. 36-38.

4. Макеев С. Структурна перспектива в сучасній соціології // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. — №1-2. — 1998. — С. 27-35.
5. Заславская Т. И. Социокультурный аспект трансформации российского общества // Социс. — №8. — 2001. — С. 3-11.
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. — М., 2000. — 608 с.
7. Бауман З. Социологическая теория постмодерна // Человек и общество. Хрестоматия / Под ред. С. А. Макеева. — Киев, 1999. — 267 с.
8. Костенко Н. Культурные идентичности: превращения и признания // Социология: теория, методы, маркетинг. — №4. — 2001. — С. 69-88.
9. Турен А. Возвращение человека действующего. Пер. с фр. — М., 1998. — 204 с.
10. Душацкий Л. Е. Моделирование повседневности. Эмпирическая типология работающего населения // Социс. — №6. — 2001. — С. 53-58.
11. Демидов А. М. Социокультурные стили в Центральной и Восточной Европе // Социс. — №4. — 1998. — С. 16-28.
12. Козырев Ю. Н., Козырева П. М. Дискурсивность социальных идентичностей // Социологический журнал. — №2. — 1995. — С. 23-42.
13. Климова С. Г. Стереотипы повседневности в определении “своих” и “чужих” // Социс. — №4. — 2000. — С. 13-22.
14. Kellner D. Popular Culture and Constructing Postmodern Identities // Modernity and Identity. — Oxford, Cambridge, 1992.
15. Donath J. S. Identity and Deception in the Virtual Community. 1997 // www.media.mit.edu/Judith/Identity/IdentityDeception.html
16. Kelly P. Human Identity. Part I: Who are You? 1997 // www.home.calumet.yorku.ca/pkelly/www/id1.html
17. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Пер. с нем. — М., 1996. — 352 с.
18. Тард Г. Общественное мнение и толпа. — М., 1905.
19. Grunig J., Repper F. Strategic Management, Publics and Issues // Excellence in Public Relations and Communication Management. Ed. by Grunig J. — N. Y., 1992. — P. 135-139.
20. Макеев С. А. Процеси соціальної структуризації в сучасній Україні // Українське суспільство на порозі третього тисячоліття. — К., 1999. — С. 214-231.

О. Р. Личковська

кафедра соціології Інституту соціальних наук Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова, к. 40, Французький бул. 24/26, 65058, м. Одеса-58, Україна.

КОМУНІКАТИВНІ ПРАКТИКИ Й КОМУНІКАТИВНА АКТИВНІСТЬ ЯК МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІДЕНТИЧНОСТЕЙ У СУЧАСНОМУ СОЦІУМІ

У статті розглядаються поняття ідентичності, критерії її формування в сучасному суспільстві й три основних моделі досягнення ідентичності: легітимація, протистояння й проектування. У такому контексті аналізуються місце й роль комунікативних практик у процесах ідентифікації. Виявляються також особливості протікання ідентифікаційних практик у сучасному українському суспільстві.

Ключові слова: соціальна ідентичність, комунікативні практики, комунікативна активність, публіка, аудиторії.

O. R. Lychkovska

Sociology Department of Social Sciences Institute of Odessa Mechnikov National University, r. 40, 24/26 Frantsuzsky Boulevard, 65058 Odessa-58, Ukraine.

**COMMUNICATIVE PRACTICES AND COMMUNICATIVE ACTIVITY
AS MECHANISMS OF SOCIAL IDENTITY FORMATION IN MODERN
SOCIETY**

Summary

The concept of identity, criteria of its forming in modern society and three basic models of achievement of identity, is examined in the article: legitimating, opposition and constructing. In such context a place and role of communicative practices is analyzed in the processes of identification. The features of identification practices processing in modern Ukrainian society come to light also.

Keywords: social identity, communicative practices, communicative activity, public, audiences.