DOI: 10.17117/na.2015.12.03.447

Поступила (Received): 28.12.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.12.03.447.pdf>

Соболь О.М.
**Культурология как фактор социальной
самоидентификации молодого поколения**

Sobol O.M.
**Cultural studies as a factor of social self-
identification of the young generation**

Данная работа о том, как культура влияет на воспитание и социализацию молодого поколения. В статье рассматриваются различные примеры социальной самоидентификации людей

Ключевые слова: культура, молодежная субкультура, самоидентификация, социализация, аксиологические ценности

This work is about how culture affects the education and socialization of the young generation. The article discusses various examples of social self-identification of people

Key words: culture, youth subculture, identity, socialization, axiological values

Соболь Оксана Максимовна

Уфимский государственный университет
экономики и сервиса
г. Уфа, ул. Чернышевского, 145

Sobol Oksana Maximovna

Ufa state university of economics and service
Ufa, Chernishevscogo st., 145

Перспективой выживания российского общества и его условием являются позиция и деятельность молодежи в настоящем и скором будущем. Какие ценности принимает и отвергает молодежь современной России, как они соединяются с ценностями «отцов», господствовавшими в обществе длительное время – одна из важных проблем самоидентификации молодежи. Основатели теории социальной идентичности (А. Тешфел) и самокатегоризации (Дж. Тернер) – рассматривают социальную идентичность как один из уровней Я – отнесенности. По сути, социальная идентичность в этом смысле – это форма самопрезентации, тот самый ярлычок, который молодой человек навешивает на себя, оценивая свою отнесенность к внешнему миру. И среди видов социальной идентичности неизбежно представлены социальные группы, принадлежность к которым имеет ту или иную ценность для социума: гендерная, профессиональная, этническая, региональная, и т.д. Они многообразны, по задачам и целям, формам организации, некоторые молодежные сообщества настроены позитивно к миру, ценностям, и есть группы с негативизмом, которые представляют большой интерес для экстремистских организаций [2, с.118].

В зависимости от того, какая у молодого человека идентичность, можно с той или иной степенью достоверности прогнозировать его поведение, принимаемые и отвергаемые ценности и нормы, интересы и принципы, стереотипы и

установки. Поскольку социальная идентичность – это осознание своей принадлежности к социальной группе, то, следовательно, это и принятие значимых в данной группе ценностей, установок, стереотипов и норм. Культура аксиологическая (аксиос – ценность) – есть совокупность произведений человеческой деятельности, ценность которых признана внутри определенных социальных систем. Эта совокупность служит духовной основой для данной социальной организации, эти ценности передаются от старшего поколения к молодому поколению. Процессы социализации и самоидентификации молодежи происходят под влиянием социальных факторов, изменяющих ценностные ориентации и культурные идеалы молодежи, формирующих соответствующие модели индивидуального и группового поведения.

В новой социально-политической, нравственной и информационной ситуации в России происходят динамичные и глубокие изменения социальных характеристик молодого поколения. При этом проявляются региональные, национальные, социально-экономические различия, формируются особенности различных слоев и групп молодежи, а социальные интересы, мотивы и устремления молодых содержательно проецируются в перспективы становления гражданского общества в России. Важным показателем ценностного сдвига является повышение значимости ценности свободы в системе ценностей современной российской молодежи [3, с.11]. Актуальны слова Президента РФ В. Путина, сказанные на встрече с представителями общественного совета по подготовке к олимпиаде в Сочи: «сначала россиянин – потом представитель этноса», что в многонациональном государстве одно дополняет другое, вот принцип самоидентификации молодых граждан страны, преемственность, старшее поколение всегда придерживалось этих ценностей. Формула абсолютно правильна, без всякого принижения культурной самобытности каждого народа, каждой национальности.

В течение года и, не прекращаясь сейчас, вокруг нашей страны, нашего народа происходят знаменательные, но порой и страшные события, возрос интерес молодого поколения к истории, литературе, музыке, кино о войне, созданию, исполнению произведений на героическую тематику, тем самым молодое поколение идентифицирует себя с ветеранами, выражая уважение и гордость, преемственность поколений.

Английский философ А. Н. Уайтхед (1861 - 1947) исследовал вопрос о роли культурных символов в социальной интеграции. Сейчас более известные интегративные символы, такие как: народ, культура, религия. Все это окружает нас. Молодое поколение все больше и больше интересуется и просвещается данными «символами». Культурная самоидентификация молодого поколения – сопоставление человеком себя с социальной общностью по культурным признакам. Определенную роль играют признаки, проявляющиеся в повседневных культурных практиках, прежде всего в быту, во взаимоотношениях с людьми другой национальности, конфессии, с носителями другой культуры, обнаруживаются некие противоречия в стереотипах поведения, оценка (свой – чужие).

Процесс любой идентификации предполагает два этапа: 1) опознание, распознавание чего-либо, кого-либо по определенным признакам, 2) уподобление, отождествление себя с этим, то есть деление на «своих» и «чужих». В тот момент,

когда современного молодого человека окружают глобальные проблемы, он оказывается в ситуации кризиса идентичности, а процесс его самоопределения человек носит противоречивый характер.

Социально-идентификационный кризис обнаруживает себя в различных формах: апатии и депрессии, жестокости, различных видах зависимости и беспомощности, желании убежать от реального мира, мистицизма, нигилизма, употреблении наркотиков, алкоголизма. Эта тенденция ведет к негативной автономии, распространению идеологии безвременья, дезинтеграции и отсутствия жизненных планов, т.е. к потере идентичности. Вместе с тем происходит процесс имущественной и политической идентификации, а также приобщение к макрообщностям, основанным на духовной близости. Анализ многочисленных исследований по молодежной проблематике в нашей стране дает основания утверждать, что, несмотря на то, что формирование системы установок, становление жизненных смыслов, выбор целеполагающих ценностей и принципов молодых людей протекает в условиях кризиса и определяется сложной динамикой перемен, большая часть молодежи готова к выполнению тех непростых задач, которые требуется решить в ходе глобальной трансформации российского общества [1, с. 76]. В то же время этот фактор социализации и самоидентификации способствует углублению раскола в обществе, проходящего не только между поколениями, но и внутри молодого поколения, жесткое и непримиримое противостояние фанатов спортивных команд; альтернативность политико-идеологических установок различных молодежных групп. XX век электронной информации, глобализации, и Г. Маклюэн назвал XX век «глобальной деревней». Интернет упраздняет пространство и время, устраняет национальные границы, связывая в единую сеть самые отдаленные участки, стирая разницу между «центром» и «периферией», происходит размывание ценностей культуры.

Современная молодежь отличается крайней противоречивостью, сочетая в себе как позитивные, так и негативные социальные установки и тенденции, отдавая предпочтения или отвергая те или иные культурные ценности предыдущих поколений, создавая свою молодежную культуру. Но, не смотря на это культура является фактором самоидентификации индивида, человека и молодого поколения в общем. Она выполняет важную роль в самоидентификации молодежи в современном мире. Благодаря культуре, как фактору социальной самоидентификации, молодые люди, становятся не только носителями актуальной культуры, но и создают свою современную культуру.

Список используемых источников:

1. Андрейчук Н.В. Проблемы самоидентификации в условиях интенсивного межкультурного взаимодействия // Вестник Балтийского университета им. И.Канта. Вып. №3. 2005.
2. Бондарев А.З. История культурологии :память научного сообщества и проблема самоидентификации // Человек в мире культуры. Вып. 3. 2014.
3. Вильданов Х.С. Национальные ценности в структуре этнокультурной и национальной самоидентификации индивида // Фундаментальные исследования. №9. Ч. 1. 2014.