

ББК 60.5:88.5
УДК 316.42

А.М. Анохин

СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ И ПРОБЛЕМА ИДЕНТИЧНОСТИ В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ

Рассматриваются некоторые возможности модернизации социума, адекватные современной глобализационной тенденции. Объектом рассмотрения в данной статье является своеобразие особенностей современного мира, связанных с возникновением культурного плюрализма и изменением ракурсов идентификации личности в социуме. Рассматривается вопрос социальной адаптации актора в новых условиях. Выделяются основания для идентификации, приводится ее классификация. Обосновывается необходимость проявления внимания к трансформации идентичности как социального средства адаптации.

Формирование множественности как адаптивного реагирования на социальные преобразования, имеющие глобализационные тенденции, привлекает внимание к разнообразию культур (этнических, элитарных, эзотерических и т.д.), что свидетельствует о нахождении возможных стратегий социальной адаптации при обращении актора к поликультурной модели взаимодействия. «Культурный полиморфизм каждой нации порождает множество вариантов личных валентностей и идентификаций... Интернализация разнообразных элементов, принадлежащих массе отличных друг от друга культурных систем, создает множество идентификаций»¹.

Конструирование идентичности осуществляется преимущественно посредством общезначимых коммуникативных практик, в ходе которых происходит «участие индивида в культуре» в рамках персонального нарратива, касающегося прошлого опыта. Идентичность актора зависит от того, как он сам себя интерпретирует, находясь в заданном общественном дискурсе. Этим задается круг центральных проблем, интересующих представителей интерпретативной социологии (Э.Гофман, А.Шюц и др.), в котором определяются социальное взаимодействие (интеракция) и социальная идентичность в связи с субъективной интерпретацией, представляющей собой особый вид конструирования социальной реальности. И наоборот, адап-

тивно-интерпретативный процесс субъекта адаптации дает возможность зафиксировать, уточнить или восстановить собственную идентичность.

М. Ф. Бендл² полагает, что в связи с глубоким социальным кризисом «идентичность» является центральным понятием большинства современных социологических исследований. К наиболее значимым причинам кризисных явлений в жизни российского общества относится резкая смена вектора социокультурного развития. В результате этих «новых» ориентаций возникает разрыв между прошлым и будущим, приводящий к распаду или трансформации прежних социальных структур и институтов. Связан он также с пониманием важности приобретения и поддержания новой идентичности в глобализирующемся обществе. С другой стороны, в настоящее время наблюдается и кризис идентичности, заключающийся в утрате обществом своей самоидентичности и сопровождающийся появлением «множества разноплановых, недостаточно теоретизированных научных исследований, создающих представление об «идентичности», как о чем-то сконструированном, текущем, множественном, неустойчивом и фрагментарном»³.

Вместе с тем, накопленные сведения позволяют утверждать, что успешное разрешение «кризиса» идентичности способствует адекватной социальной адаптации, связанной с конституированием преемственной связи между нынешним состоянием общества, перспективами его развития и предшествующими стадиями его существования. Этим задается социальная конструкция, стабильная как во временном, так и в пространственно-коммуникативном плане.

Общепринятая схема коммуникации

Эта схема, согласно А. Шюцу, принимается каждым человеком. О смысле сценических событий человека информирует заранее предположенный фон вещей, которые «каждый, подобный нам, знает». Он полагает, что такой фон используется им самим и другими людьми по правилам кодирования⁴, в рамках которых решается вопрос о соответствии между феноменом и ноуменом. А. Сикурел, А. Шюц, Г. Гарфинкель и др. исходят из того, что понимание основано на *идентификации*, уподоблении участников разговора друг другу, и трактуют понимание как прагматическую взаимную подгонку значений, обусловленную предполагаемыми познавательными и интерпретативными способностями, приписываемыми каждым своему партнеру по общению. Так осуществляется обмен между сопряженными культурами и вложенными друг в друга социальными структурами. Если передаваемые (любым способом и с любой целью) образцы закрепляются в «чужой» культуре без ассимиляции, то они очень слабо мутируют из-за того, что являются инородными для автохтонной культуры и не могут свободно развиваться. Это обеспечивает их большую «сохранность» по сравнению с параллельно существующими формами «исходного образца», находящегося в «родной» среде. Одновременно можно говорить, что такое «отсутствие изменения» может приводить к остановке в развитии той или иной культурной формы, ее стагнации или большей искусственности по сравнению с соответствующей единицей, развивающейся в сопряженной культуре. Диалог культур ведет к тому, что этносоциальная общность зачастую удовлетворяет свои социокультурные потребности за счет заимствования из иной

культуры необходимых образцов, в том числе и своих, переданных ранее в процессе взаимодействия. Сопряженная культура выступает своеобразным буфером (областью) обмена. В качестве иллюстрации к сказанному можно привести анализ механизма сохранения патернальной культуры эмигрантами. В то время как язык и традиции на родине активно меняются, в среде эмигрантов это происходит гораздо медленнее, что создает исследовательское поле для антропологического изучения (языка, образа жизни, социальной организации и т.д.) в данном пространстве.

М.Ф. Бендл⁵ подчеркивает, что создавать идентичности, адекватные новым условиям, можно при опоре, в частности, на конструктивистский подход, который может быть представлен в культурных категориях, в терминах сходства и различия, контекста, субъективных представлений о самости, социального представления «себя», «нарративов самости», понятых как рассказ о «себе» для «себя» и др. В любом случае, мы говорим об имманентной специфике социального конструкта, имеющего базовые положения, относящиеся к трансформации идентичности и возможному осуществлению идентификационного процесса.

Необходимые основания для трансформации идентичности

В основе концептуализации социальной системы, как некоей «самости», лежит проблема границ. Любая система (в том числе и актор) – это пространство, и существует определенное различие между ней и окружением, где «внутреннее» всегда предполагает наличие своей противоположности – «внешнего». «Отношение к культурному пространству является важнейшим условием идентификации...», – пишет С.Н. Иконникова⁶, – Одним из основных свойств любого пространства является непрерывность и протяженность. Но в силу разных обстоятельств и факторов внутри культурного пространства происходят изменения объема, иерархии составляющих его частей, внутренняя перегруппировка его подсистем». Данная «диффузия» возможна за счет гибкости границ и языковой практики субъектов, осуществляющих изменение социальной конфигурации. «В течение поколений схемы опыта, остающиеся интересубъективно релевантными, становятся постоянно объективированными в языке. Едва это случается, языковые «модели» опыта начинают осуществлять влияние на опыт, точнее, они начинают управлять вниманием и формировать интерпретацию опыта, обеспечивая социально и исторически очерченную «топографию» реальности»⁷.

Граница, очерчивающая ситуационно значимые для субъекта локальности, условно отделяет мир, находящийся в «актуальной досягаемости» субъекта, от остального мира. Говоря о культуре, необходимо учитывать мнение М. М. Бахтина, который отмечал, что внутренней территории культура не имеет, она вся существует на границе⁸. Речь здесь идет не только о культуре как таковой, но и о том, что любая локальная культура обретает свое бытие, фиксирует и проявляет свою самобытность, вступая в контакт с другими локальными культурами (когда акторами обнаруживается культурная сопряженность).

Говоря об идентификации как социальной активности актора, мы обращаем внимание на то, что им производится трансформация гра-

ницы: вначале она является более выраженной, затем прозрачной (позволяющей проявить субъективность) и, наконец, система в соединении с актором приобретает новые контуры. Мир вместе с включенными в него объектами, находящийся в актуальной досягаемости, становится определяющим в принятии решений и действий актора, идентифицирующегося с ним. «В самом деле, идентичность объективно определяется как размещение в определенном мире, и она может быть субъективно усвоена лишь наряду с этим миром. Иначе говоря, любые идентификации возможны в пределах горизонтов, открывающихся особым социальным миром..., предписываемое определенными правилами...»⁹. Трансформация идентичности сводится к трансформации границ, определяемых прежней идентичностью, являющейся биографической для актора.

3. Бауман¹⁰ и М. Ф. Бендл¹¹ выделяют несколько связанных и дополняющих друг друга направлений исследования трансформации идентичности.

1. По мнению Э. Гидденса, «устойчивая идентичность является основой постоянных взаимодействий в условиях изменяющегося непредсказуемого мира. Если идентичность находится в кризисе, то ей на помощь приходят внешние и безличные экспертные системы, состоящие из опытных профессионалов, и решение проблем все больше отходит в их ведение.

2. С точки зрения К. Лэша, ранее социальные акторы находились во власти предустановленных правил поведения, исходящих от социальных институтов, а сегодня такая зависимость стала невозможной. Идентичность превращается в постоянный проект по конструированию и изменению самой себя. Теория К. Лэша связана с учением о «детрадиционализации», в рамках которого идентичность рассматривается как «самость», приобретающая рефлексивные и критические способности с учетом не столько одной традиции, сколько всех существующих традиций. Согласно замечанию К. Лэша, востребованные «идентичности» представляются чем-то, что «может надеваться и сниматься вроде костюма». Если они «свободно выбраны», то выбор «никак не связан более с обязательствами и последствиями», следовательно, «свобода выбора сводится к воздержанию от выбора».

3. В теории М. Кастельса глобализация и идентичность вступают в противоречие друг с другом. Силы, формирующие условия, в которых нам приходится противостоять тем или иным проблемам, находятся за пределами досягаемости любых институтов. «Иными словами, – заключает З. Бауман¹², – проблема состоит не столько в том, как обрести избранную идентичность и заставить окружающих признать ее, сколько в том, *какую* идентичность выбрать и как суметь вовремя сделать *другой* выбор, если ранее избранная идентичность потеряет ценность или лишится ее соблазнительных черт». Мы зависим сегодня от глобальных факторов, но наши действия, как и прежде, локальны.

Парадоксальным выглядит «присоединение» в процессе идентификации, которое в большей мере обозначает «отторжение» от другого – поиск идентичности расщепляет структуру и обособляет акторов. Идентичность фиксирует исчезающую возможность. Как отмечают З. Мелосик и Т. Шкудларек¹³, беда всех конструкций идентичности как раз и состоит в том, что «когда я достигаю цели, я теряю свою свободу; я перестаю быть собой, как только становлюсь кем-то». В современном мире свобода маневра поднимает-

ся до ранга высшей ценности – *метаценности*, т. к. обретение четкой идентичности может закрывать ряд потенциальных ресурсов, либо лишать права на их использование.

Классификация трансформирующихся идентичностей

При создании классификации идентичностей будем опираться на общую модель, предложенную М. Майклом, который в качестве основной для классификации выделяет: а) исторический объем идентичности (временной период ее конституирования); б) принятые единицы анализа (совокупность переменных – социальных, исторических, культурных, дискурсивных, – которые образуют «объем» идентичности)¹⁴.

В любой социальной системе исторически развиваются процессы, направленные на формирование и поддержание идентичности. Временная перспектива социальной группы способствует ее идентификации и сохранению ее этоса (морали). Рассмотрение временного периода не входит в задачи нашего исследования, поэтому мы акцентируем внимание на тех ключевых переменных «объема», по которым можно предложить классификацию социальной идентификации. К наиболее значимым основаниям мы относим классификации: а) по уровню достижения (обретения); б) по отношению к объекту; в) по релятивному признаку (признаку относительности).

а) Классифицируя по признаку достижения (обретения) того или иного уровня, все идентичности можно рассматривать как **полные** (*тотальные*) или как **частичные** (*парциальные*) идентичности.

Тотальная идентичность достигается в случае однозначного слияния актора с обозначенным объектом с изменением конструкции и созданием общего демаркационного контура.

Парциальная идентичность предполагает процедуру дифференцирования объекта, результатом которой становится создание его дискретного представления (образа объекта с набором характеристик), синтез собственных обособленных характеристик (образа себя, как набора масок или ролей) и, наконец, сочетание отдельных компонент проведенной дифференциации. Существует множество примеров, когда человек не идентифицирует себя с какими-то определенными компонентами культуры. Так, человек, идентифицирующий себя как православный, может не ходить в церковь, не исполнять какие-либо религиозные предписания или даже не быть крещеным.

Разновидностью парциальной идентичности может являться **ограниченная** (*лимитированная*) идентичность, проявляющаяся, по мнению Л.В. Корель¹⁵, в том, что «если у определенных групп адаптантов близкое окружение невелико или отсутствует в силу каких-либо обстоятельств, а другие «социальные опоры» идентификации ослаблены (старые разрушены, новые не созданы), то это усугубляет деструктивную направленность адаптивного поведения, провоцируя возникновение социальной патологии разного вида».

Также к разновидностям парциальной идентичности относится **идеалистическая** идентичность, представленная «восходящим», «повышающим» вариантом отождествления индивида (предполагающим ориентацию на референтную или более высокую по статусу группу) либо «понижаю-

щим» вариантом (например, освобождение от лишнего)¹⁶. В основном, предметом анализа в идеалистической идентификации выступает «образ», представленный: 1. *образом для себя*, представленным набором объективных (точнее, объективизированных) характеристик; 2. *образом для других*, который, насколько возможно, очищен от негативных черт; 3. *образом в себе*, отражающим подсознательный уровень, который обычно не осознается, но проявляется в кризисные моменты; 4. *образом-компенсатором* («Да, негативное было, но сейчас мы боремся, и в этом наша сила, положительное значение»). В данном случае можно признавать отрицательное, но пропагандировать в положительном ключе определенные черты (например, «Да, мы ленивые – но зато какие скромные, не выпячиваемся»).

Парциальность возникает и тогда, когда объект идентификации очень большой. Например, страна, все человечество, весь народ и т.д. являются крупными объектами, имеющими феноменологический статус и не поддающимися полной идентификации.

В ряде ситуаций достигаются **поверхностные, ненадежные и неудачные идентичности**. Исследуя механизм «импритинговой неудачи» при идентификации, Л.Гудков¹⁷ выделяет такие внутренние действия: «1. снижение планки запросов и требований к себе; 2. признание более важных ситуативных мотивов и причин действий, замещающих референтное, то, которое могло бы принести реальный результат, успех; 3. пропорциональная этому снижению экстенсивная, исключительная идеализация самого достижения и усилия, которая становится по плечу только трансцендентальным героям, идолам, святым... 4. чувство неудовлетворенности или дискомфорта из-за своей «неспособности» сделать нечто, повторить достижение значимых других... 5. соответственно в качестве психологического и социального трансферта этого негативизма выступает негативная проекция «высокого» – квалификация ближайшего и дальнего окружения как дурных...»

В случае утраты социальными общностями и отдельными акторами прежней социальной идентичности, когда не успевают сформироваться новые социальные ориентиры, исчезают надежные идентификаторы, образцы и идеалы, мы констатируем как отдельный вид **невозможность** социальной идентификации.

б) При классификации по объектному признаку можно выделить **антропометрические, расовые, этнические, национальные, половые, гендерные, политические, религиозные, профессиональные, корпоративные** и другие *идентичности*.

Сегодня наиболее востребованными идентичностями, с учетом их трансформации, являются идентичности, направленные не на постижение онтологического смысла или размещение социальных ценностей, принятие общества в целом, а на освоение необходимого ресурса для вхождения в тот или иной социальный пласт. Кризис интенсифицирует социальные идентификации личности, которая начинает отождествлять себя со своим народом (этнической группой), с социальным движением, с определенным кругом людей, отличающихся по имущественному состоянию и т. д. Возможно, данный процесс происходит из-за того, что группа (или иная общность) – более инертное, в отличие от индивида, социальное образование, выступающее в период быстрых социальных преобразований точкой опоры для личности. При этом идентификация может быть представлена широким спектром объектов, что находит выражение в **гибридной** идентичности (С. Холл).

Вышесказанное также свойственно для **корпоративной идентичности**, дающей универсальную защиту в меняющейся среде через тождество с определенной совокупностью акторов. Статус принадлежности к общности модифицирует личное отношение и социальные реакции, позиция конструируется достижением определенных уровней. Проявленная активность обладает определенным риском, и потому, используя корпоративные символы, знаки, специальную речь, стиль, манеру поведения и другие стандарты, выручающие нас при ошибке, мы сохраняем себя, свое имя, свою истинную идентичность.

Близкой по смыслу к данной классификации, но акцентирующей внимание на совокупные особенности организации идентичности и ее протекания, можно назвать **ролевую идентификацию**, к которой можно отнести выделенное множество классифицированных оснований объектного признака. Понятие построения роли (role-making) указывает на то, каким образом ожидаемое поведение строится и модифицируется в ходе взаимодействия. «Организация этих поддерживающих реальность отношений сложна и запутана, в особенности в высококомобильном обществе со значительной дифференциацией ролей»¹⁸. Кроме того, границу идентичности сегодня достаточно трудно определить – «членство» в совокупном консорциуме, как правило, является нефиксированным и объединяет большое число людей по совокупным основаниям, к которым можно отнести: нации, конфессии, партии, пользователей программного продукта или услуг и всю сетевую структуру современного мира в целом (Интернет, связь, телевидение, образование, туризм, клубы, магазины и пр.). Другая сторона данной классификации может быть представлена **навязанной идентичностью** (например, «лицо кавказкой национальности»), которая задается другими и часто несет негативную окраску.

в) В основе классификации может лежать релятивный признак, показывающий относительно чего происходит идентификация. В контексте нашего исследования мы сформулировали классификационный ряд социальных идентификаций по данному основанию.

«**Нулевая**», или **нейтральная, идентичность**: отказ от идентификации в условиях соприсутствия с другими. При этом виде идентичности актер размещает себя вне «поля» идентификации (человек исключает себя сам, или это делают другие). Для него неактуален процесс идентификации и его результат. При этом он осознает возможность такой идентификации.

Отрицательная (негативная) идентичность: актер отрицает свою принадлежность к кому-либо, чему-либо («Я не являюсь тем-то»). Присутствует и выделяется деструктивное начало. Главное – отмежеваться, показать, что ты не такой или не тот, причем актер может не знать (или не обозначать) кто же он. «Методологический (теоретико-инструментальный) смысл понятия идентичности состоит в том, что эта конструкция позволяет удерживать единство действующего лица в ситуации различных институциональных или культурных разрывов, значимости многих нормативных предписаний или правил, мотивов действия, часто противоречащих один другому, но возникающих или актуализирующихся в ходе взаимодействия с разными партнерами, – указывает Л.Гудков. – Отчасти эту неоднородность семантического поля идентификации, неартикулированный, скрытый и нерационализированный фон позитивных самоопределений позволяет обнаружить и

выявить такие попытки, которые нацелены на то, чтобы вытянуть на первый план проективные контр-фигуры идентификации, например с помощью процедуры шкалы социальных дистанций Богардуса или смежными методами...»¹⁹. По мнению П.Бергера и Т. Лукмана²⁰, «значимые другие занимают центральное положение в экономике... поддержания реальности. Они особенно важны для постоянного подтверждения такого решающего элемента реальности, который называется нами идентичностью». Для достижения этой устойчивости в социальном пространстве может использоваться *негативная* идентичность. Инвариантный слой маргиналов в социальной среде задает собой стремление быть *с кем-либо и каким-либо*, но только *не с ними и не такими как они*. «Само общество... отношением к негативному фактору, чужому или враждебному, который становится условием солидарности его членов, объединяемых таким образом, сознающих себя в рамках подобного значимого и ценного для них единства, где они противопоставлены чужим»²¹ идентифицирует себя. Маргиналы выступают значимыми другими (в концепции П.Бергера и Т.Лукмана), но с отрицательным знаком. Соответствующая социальная конструкция потенциально содержит ресурс для образования новых связей, создающих множество локальных общностей, удерживаемых консолидированной оболочкой маргиналов.

Значение негативной идентичности отмечается многими исследователями. «Формирование социальной идентичности, играющей важную роль в механизме конструктивных адаптаций, – отмечает Л.В. Корель²², – осуществляется в современных кризисных условиях по принципу «от противного»: люди скорее осознают, с кем они себя не идентифицируют, но труднее обретают чувство позитивной социальной групповой идентичности». Эту мысль продолжает И.Кубанов: «Каждое негативное состояние служит... базой для производства новых – позитивных – состояний, и материал для этих новых состояний черпается из исходных; иначе говоря, происходит трансформация, метаморфоз состояний». Далее автор говорит о двойственности получаемого результата: «...с одной стороны, исходное состояние, становясь строительным материалом, стирается; с другой стороны, новое состояние, которое возводится на его основе и месте, не обладает: 1) объектной референтностью (т.е. внешняя причина как бы отсутствует, мир во-вне как бы не имеет никакого отношения к этому новому состоянию); 2) оно все равно остается состоянием, и, более того, как некая форма, оно используется в целях защиты от... мира... Другими словами, новое состояние продуцируется как жесткая, ригидная форма, имеющая своей целью только одно: создать некое пространство, или лучше поверхность, на которой могла бы собраться индивидуальная форма и производилась бы ее самоидентификация»²³.

Обратная (оппозиционная) идентичность предполагает активное противопоставление себя некоторому объекту или явлению в процессе идентификации. Обозначенная оппозиция характеризуется бинарностью: «Не это, а то». Несет элемент конструктивного, так как создает собственную идентичность по обратному образцу (от противного). Актор, зная, кем он является в данной структуре, создает ассоциативные связи и осознает противоположности.

«**Брендовая**», или **субститутивная** (от лат. *substituo* – замещаю), *идентичность*, выстраиваемая на основании замещения актора брендом (клич-

кой, ником и др.). Бренд понятен и привлекателен для акторов, так как является продуктом данного социума. Он становится доступным ресурсом для субъекта, находящегося в кризисе идентичности, задавая собой границы, и позволяет актору минимальными средствами сконструировать устойчивую локальность. Присоединяя себя к бренду, субъект обретает большую маневренность в продвижении бренда, а значит и себя (он может даже утрачивать понимание реальности и своей самости, что является не только психологической проблемой, но и социальной). «Брендовая» идентичность определенным образом позволяет модулировать максимальный спектр ценностей, которые воспринимаются социумом как наиболее значимые. В то же время актер оставляет за собой или другими возможность (и право) дистанцироваться от «бренда», оставаться свободным, обладая значительным потенциалом для создания и активизации множества новых «идентичностей», в частности брендовых.

Сетевая структура современного общества приводит к изменению взгляда на проблему дистанции между социальными слоями, что актуализирует использование различных механизмов организации доступности к ним через процессы идентификации. Сегодня, обладая такими *концентра-тами* социума, как деньги, власть, свободное время, возможность перемещаться в пространстве со значительной скоростью, ресурсом и др., можно повысить уровень социальной включенности. «В конечном счете, легитимация идентичности, – говорят П.Бергер и Т. Лукман²⁴, – происходит в том случае, когда она помещена в контекст символического универсума». Другими словами, выделенные нами концентраты социума сами выступают средством идентификации. «Брендовая» идентичность позволяет сочетать в себе полный спектр возможностей, потенциально заложенных в этих концентратах. Однако при помощи бренда более доступным становится и удержание социальной дистанции. Поэтому бренд довольно успешно использует элита, вводя его посредством моды, средств мультимедиа, IP-технологий и др. в социальную ткань повседневности. Этим же пользуются и аутсайдеры, используя собственный бренд, основанный на стигматизации: демонстрация болезни, горя, катастрофических событий и др. посредством одежды, стиля поведения, запаха, внешнего вида, стиля речи и пр. «Символический универсум устанавливает иерархию самовосприятий идентичности – от «наиболее реальных» до наиболее мимолетных. Это значит, что индивид может жить в обществе, имея некоторую уверенность в том, что он действительно является тем, кем он себя считает, когда играет свои привычные социальные роли, при свете дня и на глазах значимых других»²⁵.

Мимикрирующая (симулятивная) идентичность, отражающая конформистские тенденции, характеризуется устойчивостью адаптивного поля. К основным показателям этого поля, выступающего привычным и находящегося в динамическом равновесии для актора, можно отнести сведение дезадаптивных процессов к минимуму. При этом идентификация осуществляется как и у всего окружения (*идентичность по аналогии*). Адаптивная стратегия, доведенная до высокого уровня, позволяет не ощущать насилия со стороны власти и других социальных структур, не попадать под тотальное влияние манипулятивных систем, сохранять собственные доминанты. «Два элемента – внутренняя неприязнь и внешнее преклоне-

ние (не уважение, а зависимость) – образуют главные компоненты этого механизма конституции «Другого», других, социальных партнеров действующего (или пассивно терпящего)»²⁶.

Осуществляя социальное движение по горизонтали и по вертикали социальных уровней (в пределах возможностей собственных ресурсов и социального потенциала), субъект осуществляет «плавающую» идентичность. Понижая статус одних и повышая значение других акторов социального пространства, он «выбирает» из предоставляемых ими возможностей необходимые для осуществления собственной идентификации. Социальная компетентность ничего не сообщает о культурных предпочтениях актора, она просто указывает на его умение «жить в двух» (или большем количестве) измерениях. В тех случаях, когда возможно использование различных норм, актор, обладающий поликультурной компетентностью, просто «переходит» с одного символического языка на другой, от одного набора средств к другим. Идентифицируя себя с множеством элементов социального пространства, выступающих маркерами среды, актор начинает ощущать более устойчивую и явно определяемую конструкцию реальности. Находясь в **диффузном** состоянии идентичности, он обладает запасом выбора и осуществляет его.

Посредническая (медиативная) идентичность связана с осуществлением идентификации другого актора или общности (с которыми сам субъект не идентифицирован) с другими сообществами (быть представителем для конструирования чьей-то новой идентичности). В случае рассмотрения вопроса социальной адаптации, адаптант может «работать» и на адаптацию той социальной общности, к которой он принадлежит (идентификацию с которой не утратил), например, через лоббирование интересов сообщества в местных или федеральных органах власти.

Таким образом, «идентичность – это такая конфигурация значимых представлений действующего о себе и других, которая опосредует институциональный, групповой и индивидуальный уровни действия, удерживая определенность (тождественность) социальной личности в разнородном контексте противоречивых или альтернативных мотивов, интересов, интенций, желаний или социальных требований. Идентичность связывает институциональный план действия (то есть не просто код общепринятого поведения, а его закрепленность в праве и, стало быть, потенциально обязательный, обладающий принудительностью характер действия) и плоскость индивидуального существования и поведения»²⁷.

В заключение отметим, что в настоящее время, когда появляются различные теории идентичности в социологии, необходим критический анализ с учетом уже существующих моделей. Сочетание глобализации условий жизни и ее «фрагментированности», атомизация и приватизация повседневных усилий становятся сегодня самоподдерживающимся процессом. «Именно на этом фоне должны изучаться как логика, так и повальная нелогичность современных «проблем идентичности» и действий, которые вызываются ими»²⁸. Мы полагаем, что к *социальным средствам адаптации* личности относятся различные формы индивидуальной и групповой идентификации. Разнообразие требует адекватного (креативного) способа реагирования. Нетипичность элементов и

факторов культуры побуждает к жизнотворчеству, делает актуальным выбор из многочисленных потенций, обусловленных взаимодействием со средой.

¹ Клоковская А. Культурный полиморфизм и национальные стереотипы // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология : Реф. журнал :РЖ : Отеч. и заруб. лит. / Рос. акад. наук, ИНИОН. – М., 1997. №1. – С.50.

² Бендл М.Ф. Кризис «идентичности» в эпоху высокого модерна // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология : Реф. журнал :РЖ : Отеч. и заруб. лит. / Рос. акад. наук, ИНИОН. – М., 2003. – № 2. – С.58–63.

³ Там же. – С.58.

⁴ Гарфинкель Г. Понятие «доверия»: Доверие как условие стабильных согласованных действий и его экспериментальное изучение // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология : Реф. журнал :РЖ : Отеч. и заруб. лит. / Рос. акад. наук, ИНИОН. – М., 1999. – №4. – С.162–165.

⁵ Бендл М.Ф. Кризис «идентичности» в эпоху высокого модерна // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология : Реф. журнал :РЖ : Отеч. и заруб. лит. / Рос. акад. наук, ИНИОН. – М., 2003. – № 2. – С.58–63.

⁶ Иконникова С.Н. Архитектоника и динамизм культурного пространства России // Гуманитарные науки. – СПб. – № 2 (8). – 1997. – С.94.

⁷ Lucmann Th. Sociology of language. Indianapolis, 1975. – P. 47.

⁸ Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С.25.

⁹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. – М.: «Academia-Центр» Медиум, 1995. – С.215–216.

¹⁰ Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002. – 390 с.

¹¹ Бендл М.Ф. Кризис «идентичности» в эпоху высокого модерна // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология : Реф. журнал :РЖ : Отеч. и заруб. лит. / Рос. акад. наук, ИНИОН. – М., 2003. – № 2. – С.58–63.

¹² Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002. – С. 185-186.

¹³ Там же.

¹⁴ Майкл М. Конструирование идентичностей: социальные, внечеловеческие и трансформирующие факторы // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология : Реф. журнал :РЖ : Отеч. и заруб. лит. / Рос. акад. наук, ИНИОН. – М., 1999. – С.91.

¹⁵ Корель Л.В. Социология адаптации: вопросы теории, методологии и методики. – Новосибирск: Наука, 2005. – С.144.

¹⁶ Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 годов. – М.: Новое литературное обозрение «ВЦИОМ-А», 2004. – С. 270.

¹⁷ Там же. – С. 281.

¹⁸ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. – М.: «Academia-Центр» Медиум, 1995. – С. 245.

¹⁹ Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997–2002 годов. – М.: Новое литературное обозрение «ВЦИОМ-А», 2004. – С. 269.

²⁰ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. – М.: «Academia-Центр» Медиум, 1995. – С. 244.

²¹ Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997–2002 годов. – М.: Новое литературное обозрение «ВЦИОМ-А», 2004. – С. 272.

²² Корель Л.В. Социология адаптации: вопросы теории, методологии и методики. – Новосибирск: Наука, 2005. – С.144.

²³ Кубанов И. Аффект и индивидуация (Достоевский и А.Белый) // Логос 2 (1999). – № 12. – С.10.

²⁴ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания. – М.: «Academia-Центр» Медиум, 1995. – С. 164.

²⁵ Там же. – С. 165.

²⁶ Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 годов. – М.: Новое литературное обозрение «ВЦИОМ-А», 2004. – 816 с.

²⁷ Там же. – С. 271.

²⁸ Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002. – С. 188.