

ФЕНОМЕН ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЛИЧНОСТИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПСИХОЛОГИИ

О.Б. Смирнова

НОО ВПО НП «Тульский институт экономики и информатики»
г.Тула (Россия)

Происходящие изменения традиционных моделей поведения человека в современном обществе, характеризующиеся снижением относительной устойчивости культуры, перестает быть основой формирования мировоззренческих установок и норм, предполагающих самостоятельный выбор индивидом собственных ориентиров идентификации. В простейшем случае, человек предпочитает такие способы деятельности, которые максимизируют для него полезность в условиях определенной идентичности, определенных социальных норм и ценностей. Тем самым человек стремится сбалансировать свою стандартную функцию полезности и полезность, обусловленную идентичностью.

Говоря про феномен идентичности, следует отметить, что в психологической науке он приобрел актуальность лишь в 60-е годы прошлого столетия. В этой связи А. Кардинер (1963) разрабатывает модель базовой личности, обоснование которой базировалось на культурноантропологических теориях описывающих манеру поведения и особенности социальной интеракции. Наряду с этим, в контексте ролевых теорий идентичность рассматривалась как структурная совокупность ролей, усваиваемых в процессе социализации.

Т.Ньюком, М.Шериф, Д.Келли в ряде эмпирических социально-психологических исследований рассматривали феномен идентичности с позиции изучения взаимовлияния группы и личности.

Вопросы идентичности личности представляют собой междисциплинарную проблему. В психологии данный круг научной проблематики находит отражение в трудах А. Адлера, Р.Бернса, У. Джемса, Р. Д. Лэнга, А. Маслоу, Ж. П. Пиаже, З.Фрейда, Э.Эриксона, К. Г. Юнга. В рамках социологических концепций развитием данного направления занимались Х. Беккер, П. Бергер, З. Бауман, Э.Гидденс, И. Гофман, Дж. Мид, Ч. Кули, Р. Лэйнг, Т. Лукман, Р. Тернер. В классической философии в русле проблемы самосознания, то есть изучения «Я» как центра личности занимались Г. Гегель, Э. Гуссерль, И. Кант, Дж. Локк, Ж.-П.Сартр, Г. Фихте, М. Хайдеггер, Ю. Хабермас, А. Шюц, Д. Юм и т.д.). Современные философы также обсуждают проблему идентичности, но в контексте глобализации (Ж. Бодрийяр, Ф. Кессиди, В. А. Кутырев, Ж. Липовецки, Г. Л. Тульчинский, А. Шаров, А.Ю. Шеманов, В.Хесле) [1].

Идентичность человека оказывается в центре стремительно меняющейся социокультурной реальности. Самоопределение человека напрямую зависит от того, какое именно сообщество, социальную группу человек осознает «своим». В числе авторов, посвятивших свои работы детальному изучению конструирования социальной идентичности человека, и которые стали теоретической и методологической опорой нашего исследования, можно назвать представителей «символического интеракционизма» (Ч. Кули, Дж. Мид, И. Гофман), ученых, занимающихся в русле социально - феноменологического подхода (А. Шюц, П. Бергер, Т.Лукман), которые анализировали соотношение индивидуального и социального, механизмы социализации и индивидуализации, процессы самоидентификации в интерсубъективном поле социального взаимодействия.

Говоря о поведенческих стратегиях личности, следует отметить, что образ Я облегчает человеку ориентацию в системе этих активностей за счет формирования в нем системы самоидентичностей: половой, возрастной, социально-психологической, экономической и т. д.

Шульгина Д.Н. в структуре личностной идентичности необходимо различать два модуса: *idem* - идентичность, где основной характеристикой Я является «тождество», то есть понимание себя как неизменного во времени и пространстве персонифицированного субъекта и *ipse* - идентичность, где основной характеристикой Я является «самость», в которой Я выступает как личность, обладающая набором уникальных, индивидуальных и неповторимых качеств. Первый аспект идентичности является механизмом, поддерживающим личностное Я на ментальном уровне (чувство того, что человек является самим собой, обладая памятью, рефлексивным сознанием и способностью осознания того, каким его видят «другие») и соматическом уровне (тождество телесной организации, позволяющее идентифицировать конкретного человека). Второй аспект идентичности формируется посредством самостоятельной деятельности личности, возможной лишь в социальном контексте, в процессе сравнения и отличия «себя» от «другого», в результате акта познания и самопознания, самосовершенствования, творчества, достижения целей, реализации идей.

То есть, идентичность как тождество, единство с самим собой, и как целостность ментального и телесного, не является точкой отсчета, но обусловлено целью, смысловым «горизонтом» развития личности. То, стержневое Я, которое пытаются найти исследователи, чтобы объяснить феномен идентичности, есть сложнейший акт отождествления человека себя с собой и соотнесения себя с «другим» («другими»), результатом чего является формирование некой «точки равновесия» бытия человека во множестве различного рода определений, самоопределений, в которые он пытается себя «вписать» [1].

Подчеркивая объективную совокупность социальных условий и связей, в которые включен человек на протяжении всей жизни и, что формирует его индивидуальную специфику, личностную неповторимость, безусловным является и тот факт, что личность образует ее внутренний мир, личностные смыслы, ценности, целевые установки, мотивы и т.д. Личность сознает свое место в мире и выделяет себя из этого мира, определяя смысловые границы внутри своего Я, через процесс рефлексии. То есть, становление человека как личности предполагает переживание, рефлексии и присваивание себе всего пережитого, как «своего» [1].

Зарубежные психологи также отмечают тот факт, что личность до некоторой степени способна выбирать не только вектор собственных действий, но также характер и направленность собственной идентичности. Наряду с этим, индивидуальная сознательность при максимизации собственной полезности направляется не только индивидуальными вкусами, но и внутренними социальными нормами, усвоенными в процессе социализации личности. При этом личность, зачастую, сама делает выбор относительно идентификации себя с предпочтительной социальной позицией. Что касается долгосрочной перспективы, то личность как субъект социально-экономических отношений способна менять идеалы и нормы, а также саму природу социально-экономических категорий.

Рассматривая современные процессы развития российского общества, а также высокую степень включенности личности в социально-экономические отношения,

следует отметить, важность формирования экономической идентичности человека, рассматриваемой как компонент экономического Я личности.

Отдельные составляющие обозначенной проблемы изучаются в экономической психологии с позиций анализа когнитивных аспектов взаимоотношений человека и общества, а именно, в рамках изучения индивидуальных представлений людей о богатстве и бедности, их границах, социальном неравенстве, восприятия человеком собственного благосостояния (Г.Тард, Дж. Катон, Г. Саймон, П.-Л. Рейно, П. Альбо) [3]. Формирование экономической идентичности человека рассматривается также в связи с исследованием экономического статуса как характеристики объективного положения личности или группы, самооценки человеком своего материального положения как психологической составляющей его экономического сознания и самосознания. Наряду с этим, субъективные представления людей о собственном материальном благополучии обуславливают их повседневное экономическое поведение и взаимодействия в рамках микросоциальной и экономической среды. Именно личностные представления о собственной экономической субъектности затрагивают всю систему макроэкономических отношений с государством, во многом определяя жизненную направленность, мировоззрение, сферу ценностей человека.

Как отмечает Хащенко В.А. особенность процесса формирования экономической идентичности в отличие от других видов идентичности, например, этнической, заключается в том, что она является результатом социальной категоризации (идентификации и дифференциации) в биполярной системе представлений об экономических категориях "богатые - бедные люди". Существующие объективные признаки имущественного статуса человека (уровень дохода, наличие объектов собственности - недвижимости, дорогих вещей и т.п.) имеют ярко выраженный национальный, социально-экономический, культуральный, а зачастую и региональный характер, а соответствующая информация о реальном имущественном положении труднодоступна, а иногда и полностью сокрыта. Кроме того, объективные критерии дифференциации групп собственников динамичны и непостоянны. Так, уровень дохода человека может изменяться объективно, по мере роста благосостояния общества или в силу конкретных экономических или социальных обстоятельств его жизни. Поэтому можно говорить о существовании в общественном и индивидуальном сознании более или менее определенных представлений о группах бедных и богатых людей [4]. Представления о "промежуточных" экономических группах населения в обыденном и научном сознании чрезвычайно "размыты". При этом группы собственников в значительной мере выступают как "продукт" социальных представлений или статистики. Чаще всего в исследованиях выделяют такие группы, как "бедные", "богатые" и "средняки" [5].

Анализ результатов психологических исследований Института психологии РАН (А.Л.Журавлев, А.Б. Купрейченко, В.П. Позняков, В.А. Хащенко, Е.В. Шорохова) показал, что в качестве феноменов, составляющих устойчивые компоненты экономического сознания личности, выступают: представление человека о себе как об экономическом субъекте; представление о богатстве и бедности; отношение к богатым и бедным людям; отношение к деньгам; отношение личности к собственности социальные установки и формы хозяйствования; отношение к партнерству и конкуренции и др. [6].

Проанализировав различные подходы к определению феномена экономической идентичности, необходимо отметить, что в прикладной части исследования данной

проблемы на сегодняшний день остается нерешенной задача разработки валидного и стандартизированного диагностического инструментария.

Большинство методик, используемых в современных прикладных психологических исследованиях экономической идентичности, носят проективный характер, что обуславливает отсутствие нормативных данных. Среди них следует отметить наиболее часто используемые исследователями методики оценки монетарной удовлетворенности, ценности и доступности, субъективной финансовой удовлетворенности на основе методики «Заверши предложения» и др.

Наряду с этим, следует отметить активные попытки практиков создать надежный диагностический инструментарий, в частности следует отметить Стандартизированную программу исследования экономико-психологических характеристик личности А.Л. Журавлева и Н.А. Журавлевой [7]. Базой разработки данной программы явилась лаборатория социальной и экономической психологии Института психологии Российской Академии Наук. В основу программы положены такие параметры как отношение к богатству, материальному благосостоянию, доходам, направления использования денежных средств, предпринимательской активности, индивидуальных ценностей и нравственно-психологических детерминант экономической деятельности респондентов.

Изучив параметры определения феномена экономической идентичности, а также эмпирические критерии диагностического инструментария, можно сделать вывод о том, что базой для формирования экономической идентичности личности является субъективная модель ее личного благосостояния, а именно осознаваемые элементы ее психологического отношения к экономической среде, а именно когнитивные, представленные в виду социальных представлений и рефлексии; конативные, предполагающие мотивационно-потребностные состояния сознания, а именно готовность, намерения, предпочтения, интересы; и аффективные элементы, включающие в себя переживания, оценки, чувства. Данные компоненты представляют собой систему внутренних критериев оценки личностью собственной экономической принадлежности.

Литература

1. Шульгина Д.Н. Глобализация и культурная идентичность: Автореф. ... канд. фил. н. – Воронеж, 2010. – 24с.
2. Столин В.В. Самосознание личности. – М.: МГУ, 1983. – С. 84 – 253с.
3. Потапова И.С. История экономических учений. – М.: МГИУ, 2000. – С. 112 – 206.
4. Хащенко В. А. Экономическая идентичность личности: психологические детерминанты формирования // Психологический журнал, 2004, том 25, № 5, с. 32-49.
5. Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999.
6. Ефремова М. В. Взаимосвязь гражданской и религиозной идентичности с экономическими установками и представлениями: Автореф. ... канд. психол. н. – М., 2010. – 29с.
7. Журавлев, А.Л. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности/ Журавлев А.Л., Купрейченко А.Б.- М.: Изд-во "Институт психологии РАН", 2003.- 436 с.