



УДК 101.1:316
ББК 87.6

НАПРАВЛЕНИЯ И ОРИЕНТИРЫ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Лакизо Екатерина Александровна

Аспирант кафедры философии,
Волгоградский государственный университет
Ekaterina.lakizo@gmail.com, socphil@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлен анализ основных современных социально-философских подходов к проблеме формирования социальной идентичности – деятельностного и конструктивистского. Социальная идентичность рассматривается как отношение, посредством которого личность осознанно определяет свою внутреннюю ценностно-смысловую близость или отдаленность по отношению к различным общностям, классам, социальным слоям и группам. Социальная реальность наделяет идентичность рядом специфических черт, в значительной степени определяющих результат процесса идентификации. Показано, что в современном обществе социальная идентичность испытывает значительное влияние объективных условий, в которых она формируется, закрепляется, переопределяется или трансформируется. Выделены субъективные направления и ориентиры, которыми руководствуется личность в процессе социального самоопределения.

Ключевые слова: социальная идентичность, идентификация, современное общество, личность, социальная реальность.

Любое общество, являясь по своей организации системой, связано с проблемой своей устойчивости и жизнеспособности. При этом, чем сложнее общество, тем в большей мере оно должно заботиться о своей внутренней связности, интеграции своих подсистем. Решение этой проблемы в каждый исторический период опирается на собственные ресурсы данного общества – особенности его структуры, общественные и межличностные связи, культуру, ценности, социальные институты и другие факторы.

Современное информационное общество, основанное на разрастании техногенной инфраструктуры, уплотнении информационных потоков, ускорении темпов своих изменений, основным средством решения данной проблемы сделало развитие коммуникаций, направленных на формирование массового

сознания, стереотипов поведения людей, потребительских ориентаций разных общественных групп населения, на постоянную адаптацию к меняющимся условиям жизни. Здесь функцию идентификации выполняют стандарты массового поведения, типовые модели образа жизни, потребительские ценности. Овеществленный «каркас» современной общественной системы явно подменяет социокультурные основы идентификации личности, разрушая вместе с этим и ценности социума, коллектива, в пространстве которых обеспечиваются условия для *всесторонней социализации* личности, существенным компонентом которой является и процесс ее социальной идентификации.

Поэтому возникает существенный вопрос: как возможна сегодня социальная идентификация личности, если социум слабо «улав-

ливается» человеком, охваченным со всех сторон коммуникационным универсумом? В каких проявлениях социума он может себя узнавать?

В концепциях информационного общества социальная сфера оказывается выраженной недостаточно: ее «закрывают» различные уровни информационного воздействия, получая свое системное проявление в новом феномене – «сетевом обществе», исследованном М. Кастельсом. Раскрывая специфику этого общества, данный автор пишет, что пространство этого общества «организовано вокруг новых потоков информации, которые сводят и вместе с тем и разделяют одновременно... свои территориальные компоненты» [5, с. 369–370]. Универсальность информации здесь проявляется в конструировании на ее основе пространства и времени в сетевом обществе.

Каким образом здесь сохраняется социальное? В чем оно само проявляется и как здесь реализуется социальная идентификация личности? Социальное как межсубъектная сфера общественной жизни определяет позицию людей в некотором совместном пространстве их бытия, характеризующую их внутреннюю ценностно-смысловую близость или отдаленность к данным общностям, классам, социальным слоям, группам. П. Бергер и Т. Лукман полагают, что «структура социальной реальности конституируется субъективными значениями» [1, с. 33], которые образуются в ходе повседневной жизни и общения индивидов (субъектов). Возникающая здесь реальность «интерпретируется людьми и имеет для них субъективную значимость в качестве цельного мира. Это мир, создающийся в их мыслях и действиях, который переживается ими в качестве реальности» [1, с. 38]. А.Г. Грицанов отмечает, что социальное «отражает взаимообусловленность индивидного бытия людей, с одной стороны, и над-индивидуальные структуры социальной статики и социальной динамики, с другой» [2, с. 730]. Таким образом, социальное является неким субъективным и интерсубъективным смысловым полем или пространством, которое индивидуально признают своим внутренним нормативным условием бытия и общения «примыкающие» к нему

индивиды. Социальное выступает как некая сфера, которая внутренне структурирована различием этих смысловых полей, в которые входят статусы, позиции, самосознание, социальные роли, ценности, культура и другие компоненты общественной жизни и взаимодействия людей.

Поэтому и социальная идентичность выступает как способ включенности людей в социум: идентичность, таким образом, – это «не свойство (то есть нечто присущее индивиду изначально), но *отношение* (выделено нами. – Е. Л.). Она формируется, закрепляется (или, напротив, переопределяется, трансформируется) только в ходе социального взаимодействия» [7, с. 78].

В современном постиндустриальном обществе социальное не выделяется как автономная сфера, которая находится *рядом с другими* сферами – экономической, политической, культурной. Оно как бы пронизано этими сферами, и поэтому идентичность теряет свою внешнюю данность – соответствовать существующим признакам какой-то социальной группы, слоя, класса и *становится результатом осознанного выбора из множества равных возможностей*. Так, если в традиционном обществе социальная принадлежность человека определялась его происхождением, то в наши дни личность *самостоятельно* определяет свое место в социальной реальности. Понимание ориентиров, направляющих процесс социальной идентификации, позволит преодолеть такие явления современного общества, как кризис тождества, перманентно изменяющуюся протеевскую идентичность и формирование негативной формы самоопределения.

Самостоятельное определение социальной идентичности – это самоопределение человека в социально-ценностном, культурном пространстве, то есть определение смысловой дистанции – далекого или близкого, своего или другого (чужого), в рамках которых личность осуществляет свое самоопределение. Но здесь важно всегда учитывать и объективную сторону – преобладание тех социально-экономических и других условий, к которым адаптируется человек. Эти условия, а также связанные с ними ценности, и определяют его выбор и предпочтения, из

которых складывается социальная идентификация. Какие же трактовки социальной идентификации личности существуют в современной философской литературе?

Исследование социальной идентичности в науке и философии берет свое начало в 70-е гг. XX века. Первые попытки осмысления принципов, лежащих в основании процесса самоопределения, были сделаны в рамках психологических концепций и теории управления. Знаковым событием стало исследование Генри Теджфела. Его классическая теория социальной идентичности основана на понимании тождества, как когнитивной систематизации социального опыта. Процесс самоопределения включает в себя три последовательных этапа: категоризацию, ассимиляцию и согласование [12, р. 141]. Индивид разбивает социальную реальность на смысловые блоки, затем, под воздействием устойчивых социокультурных представлений, осуществляет выбор тождества. Формирование идентичности происходит посредством заимствования основных убеждений социальной группы, закрепление – во взаимодействии с другими. Иными словами, Теджфел представляет емкую универсальную схему социальной идентификации: выбор – убеждение – действие. Процесс можно считать завершенным в тот момент, когда индивид не просто разделяет основные групповые суждения, но и руководствуется ими в выборе стратегии социального поведения.

Модель основания тождества, описанная Генри Теджфелом, универсальна как для формирования чувства солидарности с профессиональным коллективом, так и для основания политической, гражданской или культурной идентичности. Однако, по нашему мнению, эта универсальность идентификации пропускает ту ее специфику, на основе которой происходит процесс социального самоопределения. Самокатегоризация на основании стереотипных установок не объясняет влияние факторов объективной социальной реальности, влияющих на идентификацию.

Изучение идентичности в современной социальной философии можно условно разделить на два основных подхода: *деятельностный и конструктивистский*. Под современной версией деятельностного подхо-

да стоит понимать группу теорий, которые в качестве основания идентичности понимают «сложное единство мышления, коммуникации и действия» [3, с. 116]. Социальное тождество рождается естественно и формируется в процессе коммуникации, ритуалах, праздниках или интеракциях, которые индивид направляет на поддержание общественного порядка. Личность осознает себя частью социальной общности, занимает свое место в сложной сети социальных связей, понимает свою значимость. Социальная идентичность, сформированная через следование традициям, участие в ритуалах, соблюдение определенного общественного порядка, осознается человеком, как личностная соотнесенность с социальной общностью.

По мнению Юргена Хабермаса, индивид неотделим от социальной реальности и пребывает в постоянном взаимодействии с другими, что, в свою очередь, определяет его самого: «...на тождестве моего Я стоит печать коллективных отождествлений, а история моей жизни включена в более общие жизненные взаимосвязи» [10, с. 14]. Идентичность конституируется в повседневной практике, осуществляемой в соответствии с ценностными ориентирами человека. Личность активно принимает участие в процессе коммуникации, утверждая свою принадлежность к социальной группе. Воспроизводство традиций и отлаженная работа социальных институтов способствуют сохранению социального самоопределения. Идентичность по Хабермасу – это интеграционный результат различных типов социального взаимодействия, в которые осознанно вступает личность.

Формирование тождества индивида и социума представляет собой сложный многоуровневый процесс. Согласно концепции Ю.Л. Качанова, социальные условия формируют фундамент будущего тождества. Ситуационная идентичность неустойчива, она сохраняет свою целостность при условии неизменности внешних обстоятельств. Критическое осмысление или прекращение существования ситуации, давшей начало чувству единения, неминуемо ведут к разрушению тождества. Однако при возникновении чувства эмпатии и сопереживания социальная

идентификация выходит на качественно новый уровень и способствует формированию более устойчивой формы самоопределения. «Надситуационная идентичность детерминруется... позицией агента в социальном пространстве, всем его социальным опытом, и поэтому она лишь опосредованно связана с актуальными условиями и предпосылками практики субъекта тех или иных социальных отношений» [6, с. 616–617]. Понимание многоуровневой структуры социальной идентичности позволяет говорить о возможности разработки эффективных социальных технологий конструирования тождества. Посредством создания определенного социального контекста можно направить личность к формированию позитивной ситуационной идентичности. Регулярное и возобновляемое социальное действие, подкрепленное ценностно-ориентированными установками, способствует преобразованию идентичности в надситуационную. Подобное тождество будет восприниматься индивидом не как искусственно созданная ситуация или навязанная идея, но как личностное переживание единения с группой.

Идентичность рассматривается также как результат развития жизнедеятельности личности, ее включенности в социум и историческую эпоху. М.В. Заковоротная отмечает, что личность не может избежать влияния времени, напротив, она «событийствует» с ним. В XX в. «секторы жизненного стиля стали более разнообразны, создавая не похожие, но совместно существующие контексты, из которых можно выбрать свой собственный» [4, с. 56]. Процесс идентификации, в ее понимании, представляет собой реализующееся в результате жизнедеятельности и взаимодействия с другими определение собственного жизненного стиля из того множества вариантов, которые предлагает современное общество.

Таким образом, сторонники деятельностного подхода представляют идентичность как естественно сформированное чувство общности с социальной группой, где главным ориентиром выступает *уникальный социальный опыт личности*. Социальная идентификация в их трактовках представляет собой стихийный процесс, реализующийся в по-

вседневной жизненной практике человека. Подобное понимание не дает ответа на вопрос о корректировании и направлении социального самоопределения, которые необходимы в ситуации кризиса идентичности. Нестабильность и неустойчивость современной социальной реальности выступают значительным испытанием на пути стихийного формирования тождества.

Согласно второму направлению, *идентичность представляет собой искусственный конструкт*. Первоначально формируется идея, которая служит своеобразным каркасом будущего тождества. В качестве центрального тезиса может выступать чувство избранности, сопричастности к некому событию или иной идеологической концепции. «В диалектике природы и социально сконструированного мира трансформируется сам человеческий организм. В той же диалектике человек творит реальность и тем самым творит самого себя» [1, с. 86]. В этом подходе социальная идентичность личности имеет не устойчиво онтологический, а скорее ситуационный статус. Здесь основа – процесс непрерывной адаптации к меняющейся действительности. Критерий достижения результата – главная идея должна быть релевантна социальной действительности, она формируется и трансформируется в соответствии с актуальными общественными потребностями. Иными словами, тождество может конструироваться, трансформироваться или разрушаться под воздействием объективных социальных процессов. Как только идентичность теряет свою актуальность, идея, ранее объединявшая социальную общность, подвергается искажению или трансформации, что либо в корне меняет чувство единения, либо полностью прекращает его существование. Инструментом воздействия на центральный тезис, как правило, выступают средства массовой информации.

Поэтому идентичность в современном обществе – это единение человека не только с реальным миром, но и с виртуальной средой – единение с воображаемыми, искусственно созданными сообществами. Подобную точку зрения в отношении формирования наций, как последовательное продолжение идей Андерсона и Гелнера, высказывает В. Тиш-

ков. Социальная общность, в его понимании, результат «чисто волевых, административных решений» [9]. Конструкт создается искусственно в соответствии с политическим запросом, присутствующим в актуальной повестке дня. Объективные обстоятельства уступают место идеологическим концептам. Возникает вопрос, как быть с «пережитками прошлого», устаревшими убеждениями и закрепившимися в языке терминами, противоречащими идеям нового сообщества. И здесь совершенно отчетливо заметно, что *социальное в таком подходе размывается*, теряется, уступая место феномену понимания как условию «присутствия» в меняющейся коммуникативной среде.

Стоит заметить, что ряд научных работ последних лет, посвященных исследованию основных принципов конструирования социальной идентичности, наполнен категоричными оценками и трактовками подобного воздействия на личность и общество. К ним можно отнести точку зрения М.В. Суsoева. В его понимании социальные технологии формирования тождества в современном обществе поставлены на поток: «Существует индустрия по массовому производству идентичностей и их коммерческой дистрибуции» [8, с. 21]. Согласно концепции автора, конвейер по производству готовых решений личностного самоопределения создает их на заказ. Но понимание идентичности как рыночного продукта – излишняя крайность. Подобное суждение обесценивает современного человека, представляя личность бездумным, не способным к критическому мышлению и действующим в соответствии со стандартными навязанными алгоритмами существом. Конструирование социальной идентичности не имеет целью «зомбирование» сознания, напротив, оно способствует стимулированию человека к осуществлению выбора, оказанию помощи в преодолении идентификационного кризиса, противостоянию формированию негативной протестной формы тождества. Человек, завершивший процесс социального самоопределения, имеет устойчивую почву под ногами, он способен полноценно участвовать в социальных отношениях и быть полноценным членом общества.

Но можно ли создавать конструкции, в которых будут существовать социальные отношения? Ведь они не могут сводиться к ситуационно построенному тождеству личности и коммуникационной среды. Социальные отношения всегда объективны, поскольку они представляют не только намерения личностей, но всю общественную систему – производство, управление и др. И если в современном обществе массовой является адаптация людей к постоянно меняющимся рыночным и информационно-коммуникативным условиям их существования, то это еще не значит, что социальные связи и сама среда могут быть сконструированы чисто рационально. Но поскольку сегодня конструктивизм частично выражает процессы социальной идентификации индивидов, практическим (и соответственно – теоретическим) решением проблемы социальной идентификации личности должно быть не отбрасывание одного из этих подходов, а исследование возможностей их интеграции.

Но для реализации такого синтеза личность должна в своей реальной практике «участвовать» в общественной жизни как *действующий субъект* и вместе с тем – как *субъект коммуникации*, который в определенном плане активизирует и даже создает социальные отношения в обществе. Он их создает в том аспекте, что становится носителем социальных норм и ценностей, добровольно и осознанно подчиняясь этим нормам. Здесь процесс социальной идентификации личности – его формирование, закрепление или трансформация – происходит в социальном взаимодействии. Индивидам не достаточно формально причислить себя к социальной группе, необходимо проявить себя в соответствии с нормами и ценностями сообщества, частью которого они себя считают. Но принесенная извне идея может стать личностным убеждением, если транслируется она через ритуалы, праздники, воспроизводится в процессе коммуникации как реальное содержание социальной жизни. Поэтому, хотя в современном обществе идентичность конструируется и разрушается под влиянием актуальных факторов социальной реальности, но при этом глубинная причастность человека к своей соци-

альной группе, слою, классу – сохраняется постоянно.

Рассмотрим теперь некоторые направления реализации социальной идентификации, которые реализуются в коммуникациях и деятельности, а также моделируются в программах и проектах. Они включают в себя, как объективную сторону – существование социальных общностей, групп и слоев как коллективных субъектов, с одной стороны, образующих в коммуникационных процессах и структурах социальное пространство, и личностное отношение (выбор), которое осуществляют индивиды, соизмеряя себя с общественными процессами, с другой.

Индивиды живут в обществе через общение (взаимопонимание) и осмысленные целенаправленные действия. Они, таким образом, должны следовать определенным социальным и культурным нормам, чтобы их действия были узнаваемыми и оказывались в пространстве коммуникаций. Одними из наиболее устойчивых норм выступают моральные (духовные) ценности, которые определяют субъективность человека, его экзистенциальное измерение. Поэтому вполне закономерно, что нравственные ценности становятся важным «каналом» реализации социальной идентичности человека: «Только идентифицируясь с ценностями, которые не имеют ничего общего с корыстным интересом, “я” становится уверенным в своих силах и обретает чувство собственного достоинства» [11, с. 121]. Если суждения, разделяемые социальной группой, соотносятся с моральными установками человека, будет сформирована его идентичность с данной группой. Личности необходимо нравственное основание для отношения себя к общности, которое выражается в таких понятиях, как справедливость, личная значимость и достоинство.

Еще одним субъективным «измерением» (или направлением) выбора личностью своего образа идентификации является *престижность группы*, социальный статус (образ жизни, мировоззрение, ценности, влияние и др.) которой импонирует данной личности. Групповая идентичность – составная часть социальной идентичности, которая обеспечивает этой первой ценностно-мировоззренческие, культурные смыслы. Здесь групповое и

социальное взаимодействуют в контексте *диалектики части и целого*. Социальные группы в своем взаимодействии становятся важным компонентом социума, а последний определяет направления и цели межгрупповых (и внутригрупповых) коммуникаций. Именно поэтому выбор молодым человеком или девушкой «своей» группы является не только осуществлением групповой идентификации, но и объективным процессом укрепления социума.

Субъективным проявлением социально-личностной идентификации является включенность человека в нормы языкового общения, его участие в жизни социума – в культурных, политических, экологических, спортивных и других событиях и процессах, в формировании общественного мнения и гражданской позиции по определенным актуальным проблемам современного общества. Важной стороной социальной идентификации является также формирование национально-этнического самосознания индивидов, развитие их потребности ориентироваться не только на момент настоящего, но и на свою отечественную историю, на интересы и проблемы страны. Но здесь не должно быть крайностей – установки на формирование архаической национальной идентичности с привязкой к конкретной территории, либо новой форме тождества – космополитизму, который обеспечивается сегодня процессом глобализации, в которой международные технологические, коммуникационные и другие стандарты становятся нормой для отдельной страны и условием ее существования в «современности».

Огромное ускорение и сжатие социального времени, как характерная черта современного общества, – приводит к тому, что личность, которая существует и действует в настоящем, вместе с тем находится под постоянным давлением ускользающего «порядка вещей». Здесь возникает проблема: как «соответствовать требованиям» других, своей референтной группе, нормам социального слоя, к которому человек себя причисляет. Если индивид не успевает, к нему относятся как к неудачнику, теряющему свой личный престиж. Поэтому стремление к социальной идентификации становится актуальным мотиватором поведения современного челове-

ка, цель которого – получить защиту и поддержку «своего» коллектива, группы, класса, общности.

Деятельностная сторона социальной идентификации проявляется в разных формах вовлеченности человека в общество – работе, деловых контактах, учебе, формах проведения свободного времени и т. д. Например, *формирование партнерских связей* – одно из направлений такой групповой и вместе с тем – социальной идентичности человека. Основной формой, через которую осуществляется расширение межсубъектного пространства партнерства (как части социума) является *социальный обмен* – интересами, предложениями, инициативами, возникающими посредниками, функциями. Благодаря этому, в создаваемом межсубъектном пространстве коммуникаций действует основная функция такого обмена – порождение взаимного доверия. Закрепляя формы обмена, его нормативные и коммуникативные регуляторы, участники партнерских отношений принимают вместе с тем и более широкий горизонт (контекст) социальных характеристик, в пространстве которых действуют партнерские связи. Таким образом, в сложной системе социального общения, в специфике его пространства осуществляются различные процессы и воздействия, на основе которых субъекты становятся проводниками социальных ролей, носителями социальных норм и правил, ценностных ориентаций, культурных смыслов, укрепляя на этой основе и само социальное как особую сферу бытия общества.

Социальная идентификация личности – это сложный процесс, в котором, с одной стороны, формируется социальный опыт и ценностно-смысловые, поведенческие модели личностных ориентаций, а с другой – происходит актуализация социального как сферы межсубъектного взаимодействия любых уровней. Концептуализация этого процесса и его специфики требует междисциплинарного подхода – особой методологии, связывающей философию, психологию, социологию, теорию культуры, теорию личности и другие направления исследования этой сложной, но весьма актуальной на сегодняшний день темы. И хотя формирование такой методологии еще не завершено, од-

нако ясно, что в качестве философского осмысления очень важно раскрытие сущности социальной идентификации, что обеспечивает выведение этого феномена на уровень понятия. Некоторые шаги в направлении этого результата и предприняты в данной статье.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бергер, П. Социальное конструирование реальности / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
2. Всемирная энциклопедия: Философия XX век. – М. : АСТ ; Минск : Харвест : Современный литератор, 2002. – 976 с.
3. Громыко, Ю. В. Деятельностный подход: новые линии исследований / Ю. В. Громыко // Вопросы философии. – 2001. – № 2. – С. 116–123.
4. Заковоротная, М. В. Идентичность человека. Социально-философские аспекты / М. В. Заковоротная. – Ростов н/Д : Изд-во Северо-Кавказ. науч. центра высш. шк., 1999. – 200 с.
5. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : Открытое общество, 2000. – 608 с.
6. Качанов, Ю. Л. Проблема ситуационной и трансверсальной идентичности личности, как объекта социальных отношений / Ю. Л. Качанов // Психология самопознания. Хрестоматия. – Самара : БАХАР-М, 2003. – С. 613–615.
7. Малахов, В. С. Идентичность / В. С. Малахов // Новая философская энциклопедия : в 4 т. – М. : Ин-т философии РАН, 2004. – Т. 2. – 634 с.
8. Сусоев, М. В. Социально-философский смысл и исторические типы идентичности : автореф. дис. ... канд. филос. наук / Сусоев Максим Владимирович. – Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 2005. – 25 с.
9. Тишков, В. Нация – это метафора // [Персональный сайт Р. Тишкова]. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: http://valerytishkov.ru/cntnt/publikacii3/publikacii/naciya_et.html (дата обращения: 14.09.2014). – Загл. с экрана.
10. Хабермас, Ю. О прагматическом, этическом и моральном употреблении практического разума / Ю. Хабермас // Демократия. Разум. Ответственность. – М. : АО «КАМИ», 1995. – 245 с.
11. Хёсле, В. Кризис индивидуальной и коллективной идентичности / В. Хёсле // Вопросы философии. – 1994. – № 10. – С. 112–123.
12. Tajfel, H. Human groups and social categories. Studies in social psychology / H. Tajfel. – N. Y. : Cambridge University Press, 1981. – 370 p. [Age: Economy, Society and Culture]. Moscow, Otkrytoe obshchestvo, 2000. 608 p.

REFERENCES

1. Berger P., Lukman T. *Sotsialnoe konstruirovaniye realnosti* [The Social Construction of Reality]. Moscow, Medium Publ., 1995. 323 p.
2. *Vsemirnaya entsiklopediya: Filosofiya XX veka* [World Encyclopedia: Philosophy of the 20th Century]. Moscow, AST Publ.; Minsk, Kharvest Publ., Sovremennyy literator Publ., 2002. 976 p.
3. Gromyko Yu.V. Deyatelnostnyy podkhod: novye linii issledovaniy [Activity-Based Approach: New Lines of Research]. *Voprosy filosofii*, 2001, no. 2, pp. 116-123.
4. Zakovorotnaya M.V. *Identichnost cheloveka. Sotsialno-filosofskie aspekty* [The Identity of the Person. Social and Philosophical Aspects]. Rostov-on-Don, Izd-vo Severo-Kavkazskogo nauchnogo tsentra vysshey shkoly, 1999. 200 p.
5. Kastels M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Moscow, Otkrytoe obshchestvo Publ., 2000. 608 p.
6. Kachanov Yu.L. *Problema situatsionnoy i transversalnoy identichnosti lichnosti, kak obyekta sotsialnykh otnosheniy* [The Problem of Situational and Transversal Identity of the Person as an Object of Social Relations]. Samara, BAKhAR-M Publ., 2003. 672 p.
7. Malakhov V.S. Identichnost [Identity]. *Novaya filosofskaya entsiklopediya: v 4 t. T. 2* [New Encyclopedia of Philosophy: in 4 vols. Vol. 2]. Moscow, Institut filosofii RAN, 2004. 634 p.
8. Susoev M.V. *Sotsialno-filosofskiy smysl i istoricheskie tipy identichnosti: avtoref. dis. ... kand. filos. nauk* [Socio-Philosophical Meaning and Historical Types of Identity. Cand. philos. sci. abs. diss.]. Ekaterinburg, Izd-vo UrGU, 2005. 25 p.
9. Tishkov V. *Natsiya – eto metafora* [Nation is a Metaphor]. Available at: http://valerytishkov.ru/cntnt/publikacii3/publikacii/naciya_et.html (accessed September 14, 2014).
10. Habermas Ju. O pragmaticheskom, eticheskom i moralnom upotreblenii prakticheskogo razuma [On the Pragmatic, Ethical and Moral Use of Practical Reason]. *Demokratiya. Razum. Nравstvennost* [Democracy. Reason. Morality]. Moscow, AO “KAMI” Publ., 1995. 245 p.
11. Hjosle V. Krizis individualnoy i kollektivnoy identichnosti [The Crisis of Individual and Collective Identity]. *Voprosy filosofii*, 1994, no. 10, pp. 112-123.
12. Tajfel H. *Human Groups and Social Categories. Studies in Social Psychology*. New York, Cambridge University Press, 1981. 370 p.

DIRECTIONS AND GUIDELINES OF SOCIAL IDENTIFICATION OF A PERSON

Lakizo Ekaterina Aleksandrovna

Postgraduate Student, Department of Philosophy,
Volgograd State University
Ekaterina.lakizo@gmail.com, socphil@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. Social identity in contemporary society is a process of involvement of people in the society. This is the attitude, by which a person consciously defines its internal value-semantic proximity or remoteness in relation to different communities, classes, social strata and groups. In modern society, social identity is experiencing a significant influence of the objective conditions in which it is formed, fixed, redefined or transformed. Social reality gives the identity a number of specific features which to a large extent determine the outcome of the identification process. This article presents an analysis of the major contemporary social and philosophical approaches to the problem of the formation of social identity – the activity and constructivism. The author also highlights the subjective directions and guidelines of humans in the process of social self-determination.

Key words: social identity, identification, modern society, personality, social reality.