А.Г. Русанова

КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СТУДЕНТОВ ОБЛАСТНОГО ЦЕНТРА РОССИИ

Культурная идентичность – это цель и результат процесса культурной социализации. Последний характеризует самоопределение личности в конкретных культурных условиях, что является следствием идентификации с культурной группой (половозрастной, профессиональной, этнической и др.), которая располагает (то есть способна манипулировать и понимать) некоей совокупностью общей системы символов и значений, а также норм и правил поведения.

Культурная идентичность представляет собой разновидность идентичности личности. Отождествление себя с кем-то или чем-то может осуществляться через поиск и распознавание общих признаков, посредством классификации и обобщения этих признаков до целостных «образов» и социальных типов (в том числе через анализ знаковых и символических систем, присущих соответствующей общности) и последующее их воспроизведение.

В современной российской социологии определенное признание в трактовке социальной идентичности получили следующие концептуальные положения: понимание этого феномена в аспекте социальной структуры и перспектив ее развития, через познание идентичностей как своего рода «солидарностей» (работы В.А. Ядова[1]); функциональный анализ идентификаций в системе социального воспроизводства (работы В.И. Чупрова и Ю.А. Зубок[2]); интерпретация социальной идентичности через интериоризацию ценностей и норм в процессе социализации (работы А. Ковалевой[3]); понимание идентификации в контексте культуры, через отождествление со смыслами и знаками (семантикой и семиоти-

[1] См.: Социальная идентификация личности / Под ред. В. А. Ядова. М., 1993; *Ядов В.А.* Социальная идентификация в кризисном обществе // www: knowledge.isras.ru/sj/sj/94-1-3.html.

[2] См.: *Зубок Ю.А.* Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. М., 1998; *Чупров В.И., Зубок Ю.А.* Молодежь в общественном воспроизводстве: проблемы и перспективы. М., 2000; *Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К.* Молодежь в обществе риска. 2-е изд. М., 2003.

[3] См.: *Ковалева А.И.* Концепция социализации молодежи: нормы, отклонения, социализационная траектория // Социологические исследования. 2003. № 1. С. 109–115; *Она же.* Личность и общество. М., 2001; *Она же.* Социализация личности: норма и отклонение. М., 1996.

кой) различных культурных тезаурусов (работы Вал. и Вл. Луковых[1]) и др.

Ведущую роль в разработке теории культурной идентичности сыграла феноменологическая теория. Согласно П. Бергеру и Т. Лукману, индивиды конструируют социальную реальность в контексте данной культуры[2]. Люди формируют схемы социальных взаимосвязей в обществе и действуют в согласии с этими схемами. Обществу необходимы концептуальные нормативные механизмы поддержания символического универсума культуры и размещения индивидов в нем. Представление о культурной идентичности в рамках данной теории возникает в результате «перенимания от другого» того мира, в котором люди живут и в котором происходит «постоянная и непрерывная идентификация со значимыми другими»[3].

Исследователи согласны в том, что процесс формирования идентичности молодежи (в том числе культурной) наиболее очевиден. Студенчество как часть молодежи обладает определенными социально-возрастными характеристиками, выступает как наиболее образованная ее часть, как носитель интеллектуального потенциала общества. Тем не менее культурная среда формирования этой социальной группы существенно различается в зависимости от типа поселения, где расположен вуз и где проходит основной процесс трансляции культурных паттернов, составляющих высшее образование новых поколений. Наша задача – выявить типы культурной идентичности студентов на материале областного центра России.

Типичный пример областного центра России – Волгоград. Это определяется следующими причинами. Волгоградская область занимает важное место в социально-экономической жизни России и Южного федерального округа. Территория области – 112,9 тыс. кв. км. В состав области входят 33 района, 6 городов областного подчинения, 13 городов районного подчинения, 23 поселка городского типа, 452 сельсоветов. Население области составляет 2 млн 699,2 тыс. человек[4]. В административном центре области прожива-

[1] См.: *Луков В.А.* Молодежные субкультурные феномены в России // Социологический сборник. Вып. 7 / Под общ. ред. В.А. Лукова. М., 2000. С. 62–83; *Луков В.А.* О дискурсе, «дискурсе» и методологических проблемах исследования социального развития // Дискурс: Социологическая студия. Вып. 1: Социальное развитие / Под общ. ред. В.А. Лукова. М., 2001. С. 3–14; *Луков Вал. А.* Тезаурологическая концепция молодежи // Социологический сборник. Вып. 5. М., 1999. С. 8–23; *Луков Вал. А., Луков Вл. А.* Тезаурусный подход в гуманитарных науках // Знание. Понимание. Умение. 2004. № 1. С. 93–100.

[2] См.: *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. М., 1995.

[3] Там же. С. 212.

[4] См.: Экономическая энциклопедия регионов России. Волгоградская область / Гл. ред. Ф.И. Шахматов; ред. тома О.В. Иншаков. Волгоград, 2005. С. 2.

ет более 1 млн жителей. Население городов областного подчинения (Волжский, Камышин, Урюпинск, Михайловка, Фролово и др.) составляет менее 500 тыс. жителей.

Общая численность молодежи Волгоградской области в возрасте от 14 до 30 лет составляет 674,7 тыс. человек, из них 238,4 (или 35,3%)[1] молодых людей охвачены различными формами обучения. В Волгограде представлены все основные высшие учебные заведения, обслуживающие промышленные, экономические, социальные, культурные потребности региона, и учреждения, влияющие на регулирование спроса и предложения специалистов рынка труда через изменение объемов и профессионально-квалификационной подготовки студентов.

В качестве объекта исследования в областном центре Российской Федерации были избраны студенты, обучающиеся по специальности «Социальная работа» в двух университетах города: Волгоградском государственном и Волгоградском государственном педагогическом. Представители специальности «Социальный работник» в своей работе должны ориентироваться в различных ценностных основаниях людей и уметь гибко «переключаться» с одних на другие, ведь «…социальный работник, наряду с конкретными приемами, техникой оказания психологической и социальной помощи различным группам населения должен обладать теоретическими знаниями о закономерностях процесса социализации личности на различных этапах ее жизненного пути и в контексте культурно-исторического развития общества»[2].

В феврале–марте 2007 г. нами было проведено эмпирическое исследование «Роль гуманитарных дисциплин в культурной идентификации студентов». Использовался метод сплошного опроса. В ходе исследования были опрошены 600 студентов указанных вузов дневной формы обучения по специальности «Социальная работа» (на бюджетной и коммерческой основе).

Систематизация эмпирического разнообразия индивидуальных моделей и их созависимых характеристик, соответствующих культурной идентичности студентов университета областного центра России, позволила выявить три типа культурной идентичности студентов, которые оказались примерно равно наполняемыми и составили около трети генеральной совокупности.

Первая группа характеризуется «позитивной» культурной идентичностью. Молодые люди отождествляют себя со студенческим сооб-

[1] Данные 2003 г.

[2] *Солодникова И.В.* Социальная идентичность и жизненный путь личности (исследовательские проекты в области социальной работы). М., 1993. С. 69.

ществом, так как основным видом деятельности считают обучение. Они ориентированы на интересную и хорошо оплачиваемую работу в будущем, которую им даст высшее образование – источник перспектив. Такая идентичность характеризуется устойчивостью и осознанностью. Высшее образование позволяет молодым людям подняться на некую ступень в обществе, дает старт в профессиональной жизни.

Вариативность полученных данных по созависимым характеристикам позволяет утверждать, что студенты, обладающие «позитивной» культурной идентичностью, в своем большинстве осознанно выбирали специальность для обучения; они считают высшее образование гарантом жизненного успеха и, следовательно, регулярно посещают все занятия; полагают, что знания, полученные в ходе обучения в вузе, актуальны и способны разрешить определенные проблемные ситуации, которые могут возникнуть в жизни. «Альтернативным» источником сведений для этих студентов могут выступить Интернет, телевидение, родители, друзья и знакомые.

Вполне естественным представляется, что и социальный институт высшего образования посредством «значимых других» (прежде всего преподавателей) ориентируется в трансляции социокультурных сведений и знаниевых накоплений на данную группу – отличает этих студентов, поощряет их.

Вторая группа характеризуется «негативной» культурной идентичностью. Молодые люди также отождествляют себя со студенческим сообществом, однако в своем поведении подменяют формальную (предписываемую) норму неформальной. Студенческая пора – в аспекте неформальной нормы – самое счастливое и беззаботное время в жизни, следовательно, на первом плане оказываются дружеские связи. Ослаблена ориентация на какую бы то ни было работу в будущем, жизненная перспектива размыта, мотивация к учебе незначительна. Студенты из этой группы видят итог высшего образования в получении диплома, отсрочке от армии и др.

Студенты второй группы диаметрально отличаются от студентов с «позитивной» культурной идентичностью. Они посещают занятия нерегулярно; не считают высшее образование гарантом жизненного успеха и учатся, чтобы иметь диплом; содержание университетских дисциплин считают, как правило, бесполезным и неактуальным; способствовать пополнению знаниевой базы отказываются, так как не видят в этом смысла для будущего. Они считают, что обучение в вузе способно разрешить затруднительные ситуации, связанные с недостатком общекультурных сведений, но отмечают, что сами в такие ситуации практически никогда не попадают. К предметам общегуманитарного цикла относятся отрицательно или считают их

бесполезными и вообще отказываются как бы то ни было способствовать развитию знаний, умений и навыков, полученных в вузе.

Преподаватели вузов обычно игнорируют этих студентов, а руководство старается исключить из образовательного процесса.

Третья группа характеризуется «неустойчивой» культурной идентичностью. Студентами молодые люди ощущают себя потому, что ориентированы на получение высшего образования. Оно выступает для них как некий абстрактный идеал, который будет способствовать «хорошей жизни». У молодого человека, как правило, отсутствуют ориентации на обучение конкретной профессии и поддержание жизненных перспектив.

Студенты данной группы по выделенным показателям находятся, как правило, между «позитивной» и «негативной» культурными идентичностями. Они регулярно посещают занятия и считают высшее образование гарантом жизненного успеха; атрибутами «хорошей жизни» считают материальный достаток (который не связывается с хорошей и интересной работой), семью и здоровье. Телевидение и Интернет идеально подходят для них, чтобы устранить отрывочные пробелы в знаниях. К содержанию предметов в целом относятся равнодушно. Ведущий вид деятельности этих студентов не лежит в области собственных интересов.

Данная культурная идентичность недостаточна для решения образовательных задач с точки зрения социализационной нормы. Задача института высшего образования – работать со студентами данной группы, чтобы исключить переход во вторую группу и полное нивелирование институциональной нормы. Этому может способствовать комплекс мер по развитию учебной мотивации в ходе воспитательной работы в вузе.

В процессе культурной идентификации происходит интериоризация культурных образцов и ценностей. На условной шкале от позитивной культурной идентификации (личностное самоотождествление, имеющее положительный оценочный тон) к негативной (неприятие, отрицательный оценочный тон) расположились три культурные идентичности. Постоянная легитимация, осуществляемая, с одной стороны, самим субъектом (внутренняя), с другой стороны, социумом (внешняя), заставляет агента, освоившего определенную идентичность, выстраивать поддерживающую ее жизненную стратегию.