

Список литературы

1. *Historisches* Wörterbuch der Philosophie Herausgegeben von Joachim Ritter Völlig neubearbeitete Ausgabe des «Wörterbuchs der philosophischen Begriffe» von Rudolf Eisler. Band 2. – Basel / Stuttgart : D-F Schwabe & Co Verlag, 1972.
2. *Gerhard Sauter* The Concept and Task of Eschatology – Theological and Philosophical Reflections / Sauter Gerhard // Scottish Journal of Theology. – 1988. – Vol. 41. – P. 499–515.
3. *Schleiermacher F.* Der christliche Glaube nach den Grundsätzen der evangelischen Kirche im Zusammenhange dargestellt von Dr. Friedrich Schleiermacher / F. Schleiermacher. – Band 2. – Berlin : Gedruckt und verlegt bei G. Keimer, 1831.
4. *Гегель Г. В. Ф.* Философия истории / Г. В. Ф. Гегель. – СПб. : Наука, 1993. – 480 с.
5. *Гегель Г. В. Ф.* Философия права / Г. В. Ф. Гегель. – М. : Мысль, 1990. – 524 с.
6. *Гегель Г. В. Ф.* Энциклопедия философских наук / Г. В. Ф. Гегель. – М. : Мысль, 1977. – Т. 3. – 471 с.
7. *Хофман Джон* Марксизм и теория «праксиса» / Джон Хофман. – М. : Прогресс, 1978. – 336 с.
8. *Нересянци В. С.* «Философия права»: диалектика объективного духа / В. С. Нересянци // Философия Гегеля: проблемы диалектики. – М. : Наука, 1987. – С. 287–295.

**МОТИВАЦИОННЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ АКТИВАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА**

**Е.В. Гайнутдинова
(Россия, г. Астрахань)**

Актуальность проблемы о мотивационных предпосылках активации национальной идентичности, рассматриваемая в статье Е.В. Гайнутдиновой, определяется тем, что современное общество по-прежнему сталкивается с такими агрессивными формами национальной идентичности, как террористические акты, и это является показательным фактом того, что проблема лежит гораздо глубже национального экстремизма. В ходе анализа отмечается, что проблемы возникают на уровне вариантов выбора линии поведения с учетом мотивационных установок или на уровне замещения как одной потребности на другую, так и замещение одной цели на другую.

В результате исследования определено, что активация национальной идентичности может являться сигналом того, что мы имеем дело с замещением неработающей идеей патриотизма, которая ищет иные формы ее реализации. Вторая причина – это социально-экономические проблемы, в результате которых не каждый человек способен к самореализации, а также сфере глобального потребления, когда стираются границы между тем, что действительно необходимо и чередой сиюминутных желаний, вследствие чего национальная идентификация выступает формой сохранения ценностного аспекта жизни субъекта.

Ключевые слова: мотивация, потребность, потребление, национальная идентификация, элитизм, «габитус», «текущая современность».

Actuality of the problem about motive preconditions of the national identification activation which is regarded in the E.V. Gainutdinova's article, is determined by the fact that modern society still meets with such aggressive forms of national identification as terroristic acts, and it is a significant fact that the problem lies rather deeper than the national extremism. On analysing it, there can be marked that the problems appear on the level of variants of the behaviour way choice with the account of the motive settings or on the level of the substitution, both one need for another and substitution of one purpose for another.

In the result of the research it is determined that national identification activation is probably the signal that we deals with the substitution of the idle idea of patriotism which looks for another forms of its realization. the second reason – social-economic problems, as a result, not everybody is capable for the self-realization and also for the sphere of global consumption, when the boundaries between that's really needed and the sequence of momentary wishes are erased, owing to it national identification appears as the form of keeping the valuable aspect of subject's life.

Key words: motivation, requirement, consumption, national identification, elitism, "habit", "the fluid modernity".

Изучение мотивационных механизмов, детерминирующих нашу деятельность, вновь обретает свою актуальность в русле тех проблем, которые существуют в современном обществе. Одной из проблем является возрастающая роль индивидуального начала в человеке. С одной стороны, это характеризует человека как самодостаточную личность, но, с другой стороны, каждая личность существует в коллективе и является его составной частью. Конформизм в определенной степени также необходим, как и неконформизм, поскольку в каждом обществе должны быть как и объединяющие начала, так и те, которые характеризуют индивидуальность субъектов. Однако индивидуализация, в большей степени ассоциированная с изолированностью субъектов в достижении целей, становится причиной того, что ряд людей предпринимают попытки актуализировать национальные идеалы и цели и за основу берут те ценности, которые сформированы веками, но с субъективной интерпретацией.

Следуя закону возрастания потребностей по А. Маслоу, человеку свойственно стремиться к качественному содержанию своей жизни. В этом обнаруживается самооценочность человека, способного в процессе социализации и духовного развития достичь наивысших человеческих потребностей. Однако убежденность исследователя в существовании иерархии потребностей стало следствием установления преобладающей дефицитности потребностей перед бытийными. При этом он отмечает, что в процессе онтогенетического развития высшие потребности обнаруживаются позже, чем низшие. Соответственно, по мнению А. Маслоу, «чем выше место потребности в иерархии потребностей, тем менее насущна она для выживания, тем дольше она может оставаться неудовлетворенной и тем выше вероятность ее полного исчезновения... По сравнению с пищей и безопасностью уважение кажется просто роскошью» [8, с. 156].

Между тем следует учитывать тот факт, что концепция А. Маслоу представляет собой модель развития потребностей, согласно закону возвышения потребностей, что, в большей степени, отображает не сами потребности как детерминанты деятельности, а детерминацию базовых потребностей на уровне актуализации, поскольку развитие получают не сами потребности, а представления субъекта о них. Соответственно, следует учитывать роль воли в деятельности, способной варьировать существующие потребности по степени их необходимости. Например, если человеку срочно нужно сделать какое-то задание, от выполнения которого зависит либо повышение по службе, либо вообще сохранение рабочего места, то он не будет акцентировать внимание на еде или сне в момент выполнения задания. Соответственно, при анализе насущных потребностей человека следует учитывать также и ситуации, при которых происходит их актуализация. При этом А. Маслоу наиболее убедительно представил и проанализировал именно «человеческие» потребности, характеризующие субъекта как самодостаточное существо, способное к более сложным потребностям, осуществление которых зависит от участия сознания, а их актуализация от уровня развития самого человека.

Говоря о потребности как о материальном детерминанте деятельности, вероятнее всего в данном контексте рассматривать потребности первого уровня, а именно, дефицитные потребности, обусловленные фактом человеческого существования. Если рассматривать социетальные потребности, связанные с качеством существования субъекта в обществе, а именно, с его стремлением быть востребованным представителями данного общества, состоять как важное и необходимое звено в цепи построения общественных связей, то потребности характеризуются как актуализированные. Если с первичными потребностями механизм развития деятельности более или менее понятен с точки зрения функционирования сигнальной системы организма, то в отношении к бытийным потребностям грань между осознанными и неосознанными действиями стирается. Фактически, определение того, что является ли потребность всегда материальным детерминантом деятельности или нет, не принципиально, а более необходимо проследить механизм развития потребности в деятельности, поскольку проблемы возникают на уровне вариантов выбора линии поведения с учетом мотивационных установок или на уровне замещения как одной потребности на другую, так и замещение одной цели на другую. Очевидно то, что к потребностям

высшего уровня развития человека применимо скорее понятие «потребности – цели», т.к. данное обозначение подчеркивает как сложность, так и пластичность причин в деятельности. Наиболее показательным это проявляется в русле тех проблем, которые существуют в современном обществе. Например, современное общество по-прежнему сталкивается с такими агрессивными формами национальной идентичности, как теракты, что является показательным фактом того, что проблема лежит гораздо глубже национального экстремизма. Корни показной национальной идентификации уходят, в первую очередь, не к социально-экономическим проблемам, а к духовным. Особенно это касается России как полинационального и по географическому положению масштабного государства, на территории которого, как нигде, объединяющими ценностями, должны быть те, которые лежат в иной плоскости, чем национальные интересы. По сути, демонстрация этнической идентичности, проявляющаяся далеко не в мирных целях, является сигналом того, что мы имеем дело с замещением неработающей идеей патриотизма, которая ищет иные формы ее реализации. Например, любовь к Родине замещается любовью к своей нации, как к последнему пристанищу объединяющего начала хотя бы с небольшим количеством в масштабах страны людей, но имеющих единый смысл существования.

Конечно, нельзя отрицать тот факт, что национальное и культурное самоопределение необходимо для организации целостности личности и воспитания чувства индивидуальной ответственности за сохранение традиций и ценностей предшествующих поколений, но это не должно носить принудительный характер. Система мировоззрения россиян должна строиться на убеждении в том, что каждый житель нашей страны, в первую очередь, это гражданин и только потом представитель той или иной нации. Очевидно то, что слишком заострено внимание на национальном вопросе, а вот развитие гражданских идеалов, таких как патриотизм, имеют поверхностный характер. Однако именно воспитание гражданских идеалов является фундаментом построения гражданского общества.

Вторая причина повышенного внимания к национальной идентификации являются социально-экономические проблемы, в результате которых не каждый человек способен к самореализации даже после получения высшего образования, даже после получения желаемой должности. А. Маслоу определил данную потребность как одну из основополагающих потребностей из ряда возвышенных. Неустроенность условий жизни субъекта, обладающих неустойчивой психикой, способны стать поводом к проявлению агрессии по отношению к другим, более успешным людям. Фактически обнаруживается дилемма: чужой успех – своя неудача. Гораздо проще объяснить успешность других людей, чем собственную несостоятельность в чем-либо. Неслучайно ряд людей, комментируя обстоятельства жизни, на их взгляд, удачливых людей, обычно говорят: «Он просто оказался в нужное время в нужном месте». Преувеличивая значимость человека таким образом, мы искусственно надстраиваем социальную среду его существования («социальное тело»). Здесь уместно употребление концепта «габитус», которое ввел П. Бурдьё, французский социолог и философ, представитель постструктуралистского направления социальной теории, для обозначения «системы устойчивых и переносимых диспозиций, структурированные структуры, предрасположенные функционировать как структурирующие структуры, т.е. как принципы, порождающие и организующие практики и представления» [3, с. 71]. Данное понятие снимает противоречие относительно определения характера детерминации деятельности субъектов и одновременно позволяет структурировать систему детерминации, рассматривая ее как состоящую из прочных приобретенных предрасположенностей габитусом, как систему когнитивных и мотивирующих структур. Одной из таких предрасположенностей, которая используется как исходная установка, на мой взгляд, является феномен «элитизм», как линия развития, производная от потребности в самоактуализации, квазиформа реализации данной потребности. Феномен элитизма обнаруживается в возвышении себя не за счет незаурядных способностей и таланта, а за счет причисления себя к особым по положению и статусу людям, кого можно охарактеризовать как псевдоэлиту. С точки зрения развития челове-

ка как личности в культурологическом и философском плане это недопустимо, но использование данного заблуждения как мотива в развитии карьеры вероятно.

Может возникнуть мнение о том, что те исследователи, которые осуществляют попытку разграничения понятий элитность и элитизм, внося таким образом культурологические коррективы в отношении к понятию (концепту) «элита», не чувствуют себя полностью реализованными и оцененными по достоинству обществом. Однако это не совсем так, поскольку отождествлять понятие «элита» только с «лучшими» представителями власти и бизнеса, значит возлагать на них ответственность за формирование мировоззрения и ценностного потенциала целого общества, что аргюіі практически невозможно, так как обладание определенным статусом не является показательным в плане духовного развития личности. Отличительные особенности категорий «элитарность» и «элитность» подробно рассматриваются Н.Б. Карабущенко, указывая на то, что «элитность представляет собой качество, позволяющее личности достигать акме, стремиться к высшим проявлениям творческой активности, выступать как социально-значимая личность, имеющая гуманистическую направленность» [6, с. 79]. Проблема заключается в том, что функция власти состоит в поддержании целостности, сохранении согласованности ценностей и норм. Например, Р. Дарендорф придает наибольшее значение ее неинтегративному аспекту, порождающему конфликтные интересы и соответствующие ролевые ожидания, отмечая при этом, что современные общества в основе своей парадоксальны, поскольку с одной стороны, это общества труда, сконструированные на основе трудовой этики и профессиональных ролей, но, с другой стороны, при этом их движет вперед идея, а теперь, вероятно, и все более реалистическая перспектива мира без труда. При этом, как отмечает Р. Дарендорф, «несмотря на то, что люди имели профессии, по крайней мере род занятий, до того как стали гражданами и, во всяком случае, до своего рождения как потребителей, они всегда стремились к тому, чтобы, не работая, получать необходимые блага жизни», поскольку «долгие дни тяжелого труда считаются невыносимым бременем; в течение столетий, и особенно в индустриальных обществах, привилегированный класс, на который многие взирали с изумлением и завистью, был праздным классом, состоящим из тех, кому нет нужды работать» [5, с. 189].

Фактически, феномен элитности строится на неверной интерпретации его знаковой сущности, что, по сути, отображает искаженное восприятие духовных основ развития общества и является прямым доказательством того, что потребление стало смыслом существования каждого современного человека. В связи с этим и отношение к понятию «элита» определяется возможностью или невозможностью потреблять то, что недоступно другим: элитное жилье, элитный отдых, элитные бренды, элитные автомобили, – все это рекламные слоганы, посредством которых производители услуг манипулируют сознанием потребителя, т.к. каждый стремится быть успешным, но чтобы этот успех был материально-знаковым для видимого отличия от остальных. Иначе говоря, отношение к понятию «элита» в современном обществе является лишь вершиной айсберга тех проблем, которые связаны с качественной определенностью нашей жизни. Границы потребления установить возможно, но только при условии объединения усилий и интересов большинства людей. Например, Т. Парсонс указывает на данное условие, при котором поддержать стабильность в сфере потребления возможно: «Ни одно общество не может поддерживать стабильность перед лицом различных потребностей и напряжений до тех пор, пока интересы его граждан не связаны солидарностью, а также внутренней лояльностью и обязательствами» [10, с. 502]. Однако должен быть тот механизм, посредством которого объединение интересов граждан осуществится на основе взаимных обязательств. Этим механизмом должна выступить интеллектуальная элита, поскольку способна представлять образец миропонимания. В частности, Вечтомов Е. отмечает, что «элита способна не только выражать имеющееся или назревшее; она в состоянии влиять на общественное мнение и навязывать свое миропонимание» [4, с. 32].

Следствием указанных выше проблем становится третья причина активации этнической идентификации кроется в сфере глобального потребления, когда стираются

границы между тем, что действительно необходимо и чередой сиюминутных желаний, вследствие чего этническая самоидентификация выступает формой сохранения ценностного аспекта жизни субъекта в духовном плане. Однако и понятие «идентичность» в целом в условиях развития современного общества оказывается нестабильным, противоречивым, как и само общество. Подобную тенденцию отметил З. Бауман, британский философ и социолог, охарактеризовавший состояние нашей эпохи как «текущая современность» для того, чтобы подчеркнуть подвижный, непредсказуемый характер изменений, происходящих в современном обществе. Это сказывается на всех сферах жизни человека. В частности, З. Бауман отмечает, что «подчинение стандартам (... пластичное и изящно адаптируемое подчинение исключительно гибким стандартам) теперь достигается посредством соблазна и искушения, а не принуждения, – и проявляется в личине осуществления свободной воли, а не обнаруживается в форме внешней среды» [2, с. 94]. В связи с этим, по мнению З. Баумана, огромное значение приобретает проблема идентичности, точнее сказать ученого волновал вопрос поиска идентичности, поскольку он связывал данный процесс с поиском логических оснований, способных упорядочить бесконечный поток информации. Однако даже идентичность для З. Баумана кажется «хрупкой, уязвимой и постоянно раздираемой внутренними силами, раскрывающими ее текучесть, и внешними течениями, угрожающими разорвать на куски и унести любую воспринятую форму» [2, с. 92].

Вопрос о чрезмерном потреблении и потреблении как самоцели, как правило, не возникает, гораздо чаще потребление интерпретируется как фактическая и жизненно необходимая данность. Однако, как справедливо отмечает Ж. Бодрийяр, что если бы потребление было тем, чем его наивно считают, – поглощением-пожиранием благ, – то рано или поздно наступило бы пресыщение. Если бы оно относилось к сфере потребностей, то мы должны были бы прийти к удовлетворению. Однако «потребление именно потому столь неистребимо, что это тотально идеалистическая практика, которая за известным порогом уже не имеет больше ничего общего с удовлетворением потребностей или же с принципом реальности» [1, с. 168]. Подобная точка зрения позволяет разграничить понятия «потребность» и «предмет потребности» и, кроме того, дает подтверждение тому, что формы удовлетворения потребностей опосредуются сознанием, и именно сознание способствует многогранному восприятию действительности, а значит, и порождает различные желания и средства их удовлетворения. В связи с этим каждый субъект может быть подвергнут внешнему воздействию со стороны коллективного сознания в силу неверного выбора линий удовлетворения потребности на уровне ее осознания. Например, это связано с развитием рекламы, которая навязывает определенные стереотипы массового сознания, утверждая, что тот или иной продукт является наиболее необходимым благом для человека. Фактически создается иллюзия того, что данные стереотипы массового сознания – это то, что представляет собой истинный смысл существования каждой личности. Г.-П. Мартин, Х. Шуманн справедливо указывают на то, что в жизни современного человека реклама играет слишком значительную роль, выступая неким модератором процесса потребления: «Привязанность к рекламному образу вытесняет чувство принадлежности к культуре, в которой ты вырос, поэтому мюнхенская «Бавария» продает в Гамбурге больше маек со своей символикой, чем две команды местной лиги, «ХСВ» и «Сан-Паули», в совокупности. Продажа болельщикам подобной продукции уже приносит ведущим клубам больше денег, нежели все статьи их доходов в начале 1990-х гг., включая права на телетрансляцию матчей, вместе взятые [7, с. 22].

По мере того, как развивается общество в техническом и информационном плане, человек утрачивает свою самостоятельность в выборе условий жизни и становится одним из многих потребителем бесконечных благ, навязываемых индустрией услуг. В подобных условиях феномен «элитизма» является знаковым отображением когнитивно-идеальных импульсов современной действительности, поскольку олицетворяет собой тех, кто консолидируется и возвышается посредством обладания материально-знаковыми атрибутами блага для видимого отличия от остальных. Если ранее рассматривалось, что человек является субъектом желания и

независимо от того, какой качественной определенностью эти желания обладают, то сейчас происходит нарушение интерсубъективной связи мотивационных механизмов и более очевидно то, что человек становится объектом своих же желаний. Однако определение «свои желания» все чаще носит иллюзорный характер, т.к. современный человек зачастую навязанные извне желания выдает за свои. Об этой особенности писал Э. Фромм, объясняя подобную ситуацию тем, что мы живем в век потребления. В связи с этим он отмечал, что именно общество навязывает нам шаблоны поведения, используя рекламу как средство контроля выбора в качестве препотентной ту или иную необходимую для общества потребность, стимулирующую желания субъекта. Причем Э. Фромм обращает внимание на такого рода «простые стимулы», как секс, накопительство, садизм, нарциссизм и деструктивность. По мнению Э. Фромма, «этим-то и объясняется необходимость постоянной смены раздражителей: необходимо, чтобы воздействие стимулов не прекращалось. Автомобиль, который сегодня приводит нас в «восторг», через один-два года покажется скучным и неинтересным...» [11, с. 318].

Однако реклама является не условием формирования новых потребностей, будь-то «нормальные» или «аномальные», она манипулирует существующими у человека желаниями. В данном контексте следует иметь в виду, что одна и та же потребность может иметь разные линии удовлетворения, будь то позитивные или негативные. Про человека-потребителя отмечал и К. Обуховский, определяя рост потребления как тенденцию развития современного общества. При этом К. Обуховский, вслед за З. Фрейдом, К. Левиным и другими, активно изучал проблему замещения, связывая рост потребления именно с этим феноменом, распространяя указанный термин и на другие потребности человека, которые, в случае неудовлетворения, подвержены замещению. При этом он отмечал, что напряжение, вызванное отсутствием тех или иных факторов, мы ощущаем как депрессию, хандру, дурное настроение и т.д., не отдавая себе отчета, что в сущности речь идет об отсутствии определенного объекта потребности. Кроме того, польский исследователь указывал на тот факт, что бывают случаи, когда человек, «чувствуя напряжение, понимает, что ему чего-то не хватает, но ложно представляет себе объект потребности. Во всяком случае, эти примеры показывают отражение в сознании объекта потребности (это явление естественно назвать желанием) является чем-то иным сравнительно с изменением в организме» [9, с. 113]. Иначе говоря, проблема «замещения» потребности связана с сознательной или бессознательной заменой одной потребности на другую с целью избавления от чувства дискомфорта, вызванного неудовлетворенной потребностью. Это обусловлено тем, что человек не всегда способен осознавать верно свои потребности и соответственно, как результат, неверно формулировать цели деятельности.

Есть некий момент обезличенности современного человека, поскольку присутствует некая трафаретность мышления и средства массовой информации играют в этом не последнюю роль. Конечно, сложно отказываться от того, что человек фактом своей жизни доказывает свою потребительскую сущность. Мы устроены таким образом, что быть независимыми не в состоянии, т.к. для поддержания факта жизни мы вынуждены потреблять природные ресурсы, а создавая атрефактную природу, мы создаем иллюзию своей независимости и всемогущества. Как показала катастрофа, произошедшая в Японии, иллюзию всемогущества и успешности разрушить можно за несколько минут, когда природная стихия превращает в прах все то, что создавалось при помощи современных компьютерных технологий.

Таким образом, определяя причины повышенного внимания к вопросу национальной идентичности на уровне мотивации, можно отметить, что первостепенную роль здесь играют такие внешние факторы жизни субъектов, как социально-экономические проблемы, в результате которых не каждый человек способен к самореализации, демонстрация национальной идентичности, проявляющаяся далеко не в мирных целях, является сигналом того, что мы имеем дело с замещением неработающей идеей патриотизма (однако попытки к формированию патриотизма у современного молодого поколения осуществляются последнее время все чаще), а также

причина активации национальной идентификации кроется в сфере глобального потребления, в условиях которого субъекты пытаются найти формы самоопределения в потоке информации и навязанных стереотипов поведения.

Список литературы

1. **Бодрийяр Ж.** Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М. : Рудомино, 1995. – 172 с.
2. **Бауман З.** Текучая современность / З. Бауман. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
3. **Бурдье П.** Структура, габитус, практика / П. Бурдье // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. – Том I. – № 2. – С. 60–70.
4. **Вечтомов Е.** Интеллектуальная элита и гуманитарное образование / Е. Вечтомов // Интеллектуальная элита России XX в.: столица и провинция : мат-лы межрегион. науч. конф. / Е. Вечтомов, Н. И. Поспелова (отв. ред.) и др. – Киров : Вят. гос. ун-т, 2003. – С. 32–38.
5. **Дарендорф Р.** Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / Р. Дарендорф. – М. : Наука, 2002. – 288 с.
6. **Карабущенко Н. Б.** Психологическая элитология: постановка проблемы / Н. Б. Карабущенко // Вопросы элитологии: философия, культура, политика. – Т. 1. С. 77–92.
7. **Мартин Г.-П.** Западная глобализация. Атака на процветание и демократию / Г.-П. Мартин, Х. Шуманн. – М. : Альпина, 2001. – 163 с.
8. **Маслоу А.** Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
9. **Обуховский К.** Психология влечений человека / К. Обуховский. – М. : Прогресс. – 240 с.
10. **Парсонс Т.** Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения / Т. Парсонс // Американская социологическая мысль. – М., 1996. – С. 494–526.
11. **Фромм Э.** Анатомия человеческой деструктивности / Э. Фромм. – М. : Республика, 1998. – 410 с.