

Демин Андрей Андреевич

ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ СООБЩЕСТВА

Статья посвящена проблеме ценностной природы сообществ, процессу идентификации индивида в соответствии с глубинными ценностными инвариантами, формирующими индивидуальное и общественное сознание. Рассматривается влияние политико-идеологической фрагментации общества на усложнение процесса социальной категоризации, идентификационного поиска личности в соответствии с потребностью нахождения реальной группы членства или референтной социальной группы. В условиях кризиса идентичности, вызванного утратой национально-государственного среза сознания, идентификационный образ референтной или воображаемой группы становится более распространенным в обществе.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2015/2-1/20.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 2 (52): в 2-х ч. Ч. I. С. 73-78. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2015/2-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

струнных инструментов, иногда вслед за ритмом начинают постукивать о стол рукоятками ножей или стаканами. Удары эти ритмически изменяются в зависимости от темпа и характера исполняемой мелодии.

В наше время в свадебном обряде абхазов по-прежнему звучат фольклорные инструменты. К сожалению, количество самих инструментов и их использование в традиционных ритуалах значительно сократилось. Сегодня мы можем услышать, как правило, гармонь, барабан и трещотку. Остальные употребляются значительно реже: утрачиваются как сами инструменты, так и уходят из жизни, играющие на них музыканты. Однако думается, возрождение их в быту возможно, если они войдут в курс музыкальных учебных заведений – школ, училищ. Тогда свадебный обряд вновь заискрит звучащими красками народного инструментария.

Список литературы

1. **Аджанджал И. А.** Из этнографии Абхазии. Сухуми: Алашара, 1969. 536 с.
2. **Вишневская Л. А.** Очерки истории и теории северокавказского вокального многоголосия: исследование. Саратов: Новый ветер, 2011. 51 с.
3. **Джанашиа Н. С.** Статьи по этнографии Абхазии. Сухуми: Абхазское гос. изд-во, 1960. 128 с.
4. **Инал-Ипа Ш. Д.** Абхазы (историко-этнографические очерки). Сухуми: Алашара, 1965. 686 с.
5. **Ковач К. В.** 101 абхазская народная песня. Сухуми: Издание Наркомпроса Абхазии; Академия абхазского языка и литературы, 1929. 78 с.
6. **Мацевский И. В.** Народная инструментальная музыка как феномен культуры. Алматы: Дайк-Пресс, 2007. 502 с.
7. **Хашба М. М.** Жанры абхазской народной песни. Сухуми: Алашара, 1983. 158 с.

NATIONAL INSTRUMENTS OF THE ABKHAZIANS AND THEIR FUNCTIONS IN WEDDING CEREMONY

Gunba Esma Zakanovna

*L. V. Sobinov Saratov State Conservatory
esma.gleb333.gunba@mail.ru*

The article considers the basic complex of the national musical instruments of the Abkhazians, and analyzes their functions in wedding ceremony. The study is based on folklore expeditions to the village Hipsta of Gudauta district of the Republic of Abkhazia and on communication with a bright representative of instrumental culture – Himtsa Platonovich Hintuba. The article emphasizes the importance of using authentic instruments in wedding ceremony, analyzes the musical and expressive complex of wedding dance songs, and mentions its semantic features.

Key words and phrases: national musical instruments; traditional wedding ceremony; functioning of instruments in ceremony; dance song; Bourdon.

УДК 316.344.8

Социологические науки

Статья посвящена проблеме ценностной природы сообществ, процессу идентификации индивида в соответствии с глубинными ценностными инвариантами, формирующими индивидуальное и общественное сознание. Рассматривается влияние политико-идеологической фрагментации общества на усложнение процесса социальной категоризации, идентификационного поиска личности в соответствии с потребностью нахождения реальной группы членства или референтной социальной группы. В условиях кризиса идентичности, вызванного утратой национально-государственного среза сознания, идентификационный образ референтной или воображаемой группы становится более распространенным в обществе.

Ключевые слова и фразы: ценность; ценностная система; идентичность; идентификация; кризис идентичности; сообщество; социальная группа; общественное сознание.

Демин Андрей Андреевич

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
andrew.a.demin@gmail.com*

ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ СООБЩЕСТВА[©]

Трансформационные процессы в российском обществе, начавшиеся еще в конце 80-х годов XX века, связаны с наступлением информационно-сетевой эпохи и началом процесса глобализации, а главным образом – с отказом от советской модели государства с присущими ей ценностями и дальнейшей демократизацией. Политическая и социокультурная трансформация постсоветского периода стала причиной усложнения социального пространства, что повлекло за собой социальную нестабильность общества. Подобные радикальные преобразования, происходящие в обществе, затронули все уровни социетальной системы и сказались на общественно-политическом сознании российских граждан, принадлежащих к разным возрастным, профессиональным, социальным, этническим и иным группам.

В сознании старшего и среднего поколения произошли переоценка и переосмысление социально-политической реальности, что фактически привело к тому, что им пришлось приспособливаться к новым политическим и экономическим условиям, перестраивая свою сложившуюся в советское время систему ценностей и представлений сообразно современным требованиям, характерным для постсоветского периода развития страны. На долю молодого поколения выпала еще более трудная задача, связанная с формированием общественной «картины мира» на основе возникших новых ценностных ориентиров, которые находятся в конфликте с исконной системой ценностей и формируются в отрыве от нее. В широком смысле распад привычной «картины мира» при отсутствии адекватной компенсации «влечет за собой массовую дезориентацию, утрату идентификаций на индивидуальном и групповом уровнях, в так же на уровне общества в целом» [8, с. 208]. Это лежит в основе формирования так называемого *кризиса идентичности*.

На сегодняшний день существует множество научных работ [2; 10; 17; 23], посвященных исследованию данной проблемы, которая в социально-психологическом дискурсе нередко выносится на первый план. Изучение этого феномена ведется в более широком смысле, в отличие от того, который был изначально предложен в концепции Э. Эриксона [22]. Традиционно кризис идентичности понимался как некий противоречивый и неустойчивый тип общественного сознания, когда личность не в состоянии определить себя и свое место в обществе в связи с тем, что большая часть социальных категорий утрачивает свои границы и свою ценность. В таком состоянии у людей отмечается низкая адаптивная способность, когда отдельным социальным группам становится трудно принять резко изменившиеся социальные и политические условия, а также снижение социального статуса данных групп. Подобный кризис может сопровождаться утратой целостности своей личности, оценки «правильности» своих общественно-политических взглядов, веры в свое социальное предназначение [14, с. 18], а также выражаться в ощущении отверженности, смятения и даже аномии.

Кроме того, кризис идентичности тесно связан с изменением роли такой социально-психологической переменной как *референтная группа*. Феномен подобной группы был выведен американским социальным психологом Г. Хайменом [24] в противопоставлении «группе членства», к которой индивид имеет реальную принадлежность. Что же касается референтной группы, то индивид не входит в нее реально, но для себя находит в ней как в воображаемом конструкте образцы поведения и ценности, на которые он впоследствии ориентируется. Кризис идентичности проявляется здесь тогда, когда референтная группа утрачивает черты привлекательности, ведь само существование реальной и воображаемой группы обозначает «некоторый фокус идентификации» [2].

В данных условиях социум сталкивается с необходимостью формирования новой социально-политической идентичности страны в рамках единой концепции нации и государства. Однако при отсутствии целенаправленной политики государства в этой области в конечном итоге такое кризисное состояние приводит к политико-идеологической фрагментации российского общества, утрате определенности национально-государственного статуса. Это порождает чувство фрустрации, которое лежит в основе «архаического идентификационного ренессанса» [7, с. 122-134], что характеризуется отсутствием у индивида устойчивого национально-государственного среза сознания в структуре собственного «общественного Я», вследствие чего ему приходится обращаться к нижним «этажам» идентичности (будь то этническая, региональная, локальная и т.д.). Если же индивид сочтет для себя невозможным самостоятельный поиск новой идентичности как альтернативной точки социокультурной опоры, это может привести к полной деградации личности в связи с пассивным приспособлением к ситуации, требующей немедленных корректировок на государственном уровне.

Существуют две основные тенденции [6], по которым происходит поиск индивидом новой идентичности как адекватной компенсации его неудовлетворенному состоянию. Первая связана с необходимостью выживания личности в условиях нестабильности общества. В рамках такой тенденции индивид отчуждается от большого социума с присущими ему проблемами, предпочитая решение проблем личного или бытового характера. На первое место могут выступать материальные потребности и потребность в безопасности. Если же индивид не может самостоятельно удовлетворить данные потребности, он старается найти объект, на который можно переложить свою ответственность по разрешению этой задачи. Как правило, таким объектом становится государство, персонифицированное в образе Президента или Правительства.

Вторая тенденция поиска новой идентичности представляет собой обратный процесс, когда индивид обращается к особому образу жизни, воспринимаемый им как идеал, к которому нужно стремиться. Этот образ жизни характеризуется набором «высших» ценностей, представленных в стереотипизированной форме у той или иной социальной группы. Благодаря этой системе ценностей, человек придает внешнюю осмысленность своему существованию при включении (необязательно реального, но и воображаемого) в данную общность. Именно второе направление поиска новой идентичности интересует нас в рамках настоящей статьи, ведь это в некотором смысле объясняет причины сильной идеологической дифференциации общества в настоящее время. Это лишний раз подтверждают наблюдаемые перемены в социальной структуре общества, связанные с появлением новых социальных групп, слоев и общественных сообществ как носителей ценностей.

В основе формирования подобных категорий социума лежит идея *социальной солидарности*, выдвинутая Э. Дюркгеймом как важнейшее условие функционирования общества. Рассматривая современные ему общества с точки зрения ценностно-психологической природы данных обществ, он писал о том, что «солидарное бытие» является высшей целью человечества, своеобразным критерием исторического прогресса. Изучая эволюцию человеческого общества, Дюркгейм столкнулся с феноменом существования определенной системы, которая имеет собственную жизнь или особую отдельную реальность. Такая система представляет собой «совокупность верований и чувств, общих, в среднем, членам одного и того же общества» [5, с. 63]. Данная система коллективных представлений, согласно Дюркгейму, формировала особый психический тип общества со своим способом развития, своими свойствами и условиями существования. Таким образом, подобное

коллективное сознание характеризуется как нечто иное, чем «частные сознания, хотя оно и осуществляется только в индивидах» [Там же]. Но самое главное – оно обладает реальной силой, которая оказывает свое воздействие на поведение индивидов и представляет для них особую предпочтительную ценность.

В связи с этим, ощущение социальной или органической солидарности выступает в качестве базового свойства психологической перцепции. Стремление к устойчивой ассоциации с определенной социальной группой носит не механический характер, когда на первый план выносятся повседневные привычки и традиции («механическая солидарность»), а более глубокий по своему содержанию – где признается существование разделяемого индивидами некоего ценностного императива. В данном смысле Дюркгейм указывает на весьма значимую ценностную природу коллективного сознания или общества в целом.

Продолжает развивать идею ценностно-психологического фундамента коллективности немецкий социолог Ф. Теннис, который разграничивает между собой две формы социокультурной организации, выделяя отдельно «общность» и «общество». Первую он характеризует с механической точки зрения, где наибольшее значение имеет традиционное воспроизводство социальных моделей и практик. Что же касается «общества», то именно в нем он находит такие важные психологические характеристики как социальная связанность индивидов, культурные и ценностные основания солидарности, сознательный баланс между индивидуальными и коллективными интересами, а также рефлексия индивида в качестве волевого субъекта социальных отношений [18].

Позже идея социальной солидарности на основе существования коллективной ценностной структуры была развита в научных трудах американского социолога Т. Парсонса. Автор не просто указывал на наличие мотивационных и культурных оснований солидарности людей, но фокусировал внимание именно на ценностном компоненте, который лежит в основе консенсуса социальных сообществ в рамках всей социальной системы. Чувство согласованности между индивидами он объясняет через «интернализацию» (усвоение) членами общества ценностей и других выделенных структурных категорий (наравне с ценностями Парсонс выделял еще три категории: нормы, коллективные организации, роли). Но именно ценности воспринимались им как наиболее важная структурная категория, ведь «ценности являются первичными при поддержании образца функционирования социальной системы» [12, с. 110]. В этой связи подчеркивается значимость ценностных образцов, которые регулируют процессы принятия субъектами социальных отношений действия определенных поведенческих моделей [13].

Вышеназванные авторы не отождествляют прямо феномен социальной солидарности и согласованности с процессом идентификации, но именно их идеи легли в основу социально-психологического подхода, в рамках которого делается значительный акцент на ценностных основаниях формирования идентичности. В то же время, необходимо различать идентичность как индивидуальное свойство с точки зрения персонального психического состояния и как производную коллективной ценностной структуры, то есть с точки зрения массового социокультурного феномена. Важно заметить в данном контексте, что идентичность представляет собой обусловленную психически взаимосвязь индивида с психологической триадой «образы – ценности – символы» [20, с. 62], которые и задают идентификационные рамки на уровне массового сознания. Мы не будем подробно останавливаться на характеристике существующей триады, но рассмотрим содержание интересующего нас в рамках настоящей статьи ценно-мотивационного профиля, взятого из этой триады.

Если под идентификационным образом понимать специфическую психическую проекцию в сознании личности различных объектов, присущих социальной реальности, тогда ценностно-мотивационный профиль характеризуется наличием совокупности психологических установок, которые побуждают индивида сделать выбор в пользу того или иного образа. То есть ценностные компоненты формируют и определяют идентификационный образ, на основе которого и происходит сам процесс идентификации индивида с группой «своих». Этот образ не существует сам по себе, но именно в связи с присутствием ценностных оснований он может «достраиваться» в индивидуальном и массовом сознании до выработанной модели идентичности, согласно которой происходит рациональное осмысление индивидом факта принадлежности к той или иной социальной общности.

В контексте вышесказанного важно заметить, что все это относится к глубинным пластам общественного сознания членов общества, опора на которые является необходимым условием для консолидации этого сознания в рамках создания культурно-идеологического поля. Как правило, речь идет о существовании единого поля идеологии [16], но в связи с наблюдаемым сегодня «кризисом идентичности» происходит идеологическая фрагментация общества. Это обостряет проблему сознательного идентификационного выбора через поиск «своих» социальных групп, которые представлены в большом количестве при их небольшой условной величине. Но как вообще складывается идеологическое поле, отражающее ведущие ценностные основания сознания личности?

Чтобы дать ответ на этот вопрос и попробовать разобраться в механизме формирования идеологием как элементов идеологических систем, мы вынуждены обратиться к одной из наиболее значимых для социально-политической психологии категорий – *общественному сознанию*. Понятие общественного сознания имеет сходство с психологическим определением «картины мира». В традиции общей психологии под понятием сознания подразумевается «открывающаяся субъекту картина мира, в которую включен и он сам, его действия и состояния» [11, с. 125]. В таком случае, общественное сознание – это та же *картина мира* или восприятие той части реальности, которая «окрашена» отношениями социального взаимодействия.

Важно заметить, что формирование общественного сознания не может носить исключительно искусственный характер, ведь оно необходимо опирается на уже существующий фундамент такого глубинного компонента политико-культурной «матрицы» как национальный менталитет [4]. То есть представления об обществе, основанные на ценностных категориях, нельзя получить в результате только индивидуальной практики субъекта сознания. Они приобретаются человеком благодаря естественному процессу психологической социализации, который в то же время является центральным процессом для транслирования ментальности от поколения к поколению, когда передаются знания, ориентации и ценности, что в совокупности образует *общественно-политический менталитет* [21, с. 258].

С точки зрения социально-психологического подхода к изучению поколений, тот окончательный облик поколения, который мы можем всячески интерпретировать, непосредственно связан с процессом *социализации*, а в первую очередь – с опытом первичной социализации личности. Ведь процесс социализации – а для нас он важен с точки зрения включения человека в систему социального взаимодействия – тоже проходит поэтапно, наряду с тем как изменяется личность в соответствии с возрастом. Этот процесс начинается едва ли не с самого рождения, когда ребенок начинает знакомиться с конфигурацией семейных отношений, что впоследствии скажется на восприятии этим человеком отношений в обществе в целом, включая такие понятия как господство и подчинение. С каждым новым витком взросления личности расширяется количество агентов социализации, повышается роль ретрансляторов, существующих в ментальности ценностных компонентов. В конечном счете, происходит смена внутренних позиций индивида в результате усвоения всех ключевых социокультурных элементов.

Таким образом, подчеркивая характер преемственности от поколения к поколению ценностных компонентов, лежащих в основе транслируемого содержания ментальности, мы можем говорить об относительно устойчивом уровне их существования в общественном сознании. Ключевая идея состоит в том, что, будучи однажды усвоенными в результате процесса первичной социализации, ценностные компоненты общественного сознания сохраняются на всю последующую жизнь индивида. Именно они должны определять идентификационный выбор личности и, как правило, в рамках единого поля национально-государственной идентичности. Но вновь возвращаясь к проблеме кризиса идентичности, который мы наблюдаем на сегодняшний день, мы видим, что ценностные основания не справляются с функцией формирования единого идентификационного поля. Вернее, сами ценности, лежащие в структуре общественного сознания, по-прежнему являются наиважнейшими ориентирами в современном социуме, но если рассматривать их в своей совокупности – как систему ценностей, – то здесь уже мы наблюдаем сильные изменения, которые ведут к перестройке всей системы. В то время как одни ценностные основания в формировании идентичности могут выходить на передний план, другие теряют свою значимость для индивида под воздействием внешней социокультурной среды, хотя и не исчезают полностью в сознании личности.

В итоге происходит отмеченная выше дефрагментация общества. Образуются и существуют в дальнейшем новые социальные категории, в основе которых также заложено возникающее чувство социальной солидарности или «социальной идентичности» [25, р. 7-24]. Осознание личности своей принадлежности к социальной группе, а также признание эмоциональной значимости такой принадлежности и лежат в основе идеи социальной идентичности [3]. Важным в данном контексте предстает процесс *социальной категоризации*, в результате которого личность упорядочивает свое социальное окружение в терминах выявления различных групп (категорий). Фактически, индивид помещает себя в одну из существующих категорий, что отражает сам процесс идентификации. Когда же индивид начинает отождествлять себя с какой-либо группой, можно говорить о достижении непосредственно идентичности с ней [1].

Отождествляя себя с определенной социальной группой, личность вступает в межгрупповые отношения, при которых происходит сопоставление своей группы с другими группами. В таких условиях возникает потребность в сравнении своей группы с образом некой «чужой». Особенно данное сравнение становится актуальным во времена кризиса и нестабильности общества, когда в основе существования другой или «чужой» группы лежит устойчивый «образ врага». Именно тогда центральной моделью процесса идентификации личности становится категория «Мы – Они» с двумя противоположными полюсами. Индивид может и не осознавать того, что его идентичность строится в результате межгруппового сравнения, однако восприятие через призму категории «Мы – Они» формирует представление о «локальной территории» [6, с. 46], которая может иметь не только конкретное, но и экзистенциальное значение. На такой «территории» существует собственное «гравитационное поле», в рамках которого действуют свои «различные обряды и обычаи, подчеркивающие принадлежность —*жс*» к данной общности в отличие от —*их*» [15, с. 82].

Таким образом, поиск новой идентичности в рамках тенденции обращения личности к социальной среде представляет собой двуединый процесс. С одной стороны, происходит отнесение и отождествление себя с существующими реально («группы членства») или воображаемо («референтные группы») социальными группами, где главное условие – восприятие группы как «своей». А с другой стороны, – происходит межгрупповое сравнение («Мы – Они» или «Свой – Чужой»), которое положительно сказывается на сплоченности внутри группы. Сама же групповая сплоченность во многом зависит от «влияния сходства, воспринимаемого всеми членами группы, между их “Я” и другими членами группы; сходства, возникшего вследствие образования определенной социальной категории, включающей всех членов данной группы» [2].

Однако важно заметить, что привычное понимание социальных категорий с присущей им внутренней сплоченностью в современном мире подверглось переосмыслению в связи с быстро меняющейся социальной структурой. Во многом это объясняется процессами глобализации и вхождением в информационную эпоху развития общества. Например, свое значение утрачивает такая социальная категория, которая была особенно актуальна для советского периода истории, – категория социального класса. В общественно-политическом дискурсе, посвященном текущим событиям, уже не встретить таких понятий как «рабочий» или «буржуазный класс». Изменилась и формулировка значения термина «социальный слой», который по-разному трактуется в зависимости от критериев для выделения. Если раньше приходилось говорить о существовании классовой структуры общества, то сегодня в научной литературе чаще прибегают к понятиям «социальная стратификация» или «социальная мобильность». Как следствие, повышается значение социального статуса в обществе. Люди стремятся не просто идентифицироваться с различными социальными категориями, но найти среди них ту, которая воспринимается позитивно большинством членов общества.

Помимо того, что изменились некоторые традиционные понятия социальных категорий и появились новые, изменения претерпел и характер социальных отношений. Наступление информационной эпохи принесло резкое развитие информационных и коммуникационных технологий – главного инструмента многонаправленной трансформации, которую некоторые связывает с возникновением «сетевое общества» [9] как нового типа общественных отношений. В рамках такого общества возрастает роль именно воображаемых общностей или сообществ, которые могут охватить максимально большее количество людей, стремящихся к идентификации с социальными категориями. Ведь развитие информационных технологий повышает роль коммуникаций в обществе, упрощает глобальный доступ к информации, а как следствие – референтные группы становятся более распространенными в обществе при их привлекательности в идентификационном плане. Конечно, в условиях сильной политико-идеологической фрагментации общества это порождает «эффект избытия», когда подобных групп становится слишком много. Референтная группа не существует в единственном числе, поэтому индивиду в поиске идентичности приходится делать осознанный выбор в пользу той или иной общности. А данный выбор может зависеть от множества факторов, таких как: потребности общности, единство интересов и ценностей, близость условий жизнедеятельности, сходство эмоций и рациональных предпочтений и так далее. Важными при соотношении себя с социальной общностью или сообществом являются и социально-политические установки, обусловленные «социальными, этническими и политическими условиями и отношениями между социальными группами и политическими институтами» [14, с. 16].

Самоопределение коллективного общественного «Я» складывается на основе социальной идентичности. Носитель данной идентичности отождествляет себя с определенной общественно-значимой позицией, которую разделяют и признают другие члены сообщества [19]. Эта общественно-значимая позиция и вырабатывается на основе системы ценностей и представлений, а также психологической деятельности субъекта и его окружающих.

Именно социальная идентичность определяет пределы существования тех или иных сообществ людей. Данные сообщества могут выстраиваться по типу группы интересов, общественного объединения, партии, идеологического движения или простой гражданской принадлежности к определенному государству (национальных диаспор). У них могут различаться как внешние, так и внутренние атрибуты. Однако если внешние могут со временем меняться, то внутренние (будь то лежащая в основе система ценностей группы или установки людей) представляют собой устойчивое ядро, на котором держится все сообщество. Правда, важно заметить, что формирование идентичности, как правило, происходит именно за счет принятия внешних атрибутов в связи с тем, что идентичность индивидом осознается лишь частично. Хотя даже воображаемое сообщество в действительности является носителем устойчивого набора ценностей.

В результате возникновения кризиса идентичности утративший национально-государственный срез сознания индивид вынужден обращаться к нижним «этажам» идентичности. Необходимо это для того, чтобы избежать чувства возможной фрустрации, которое может в крайней своей форме вызывать различные психологические патологии. При этом при отсутствии целенаправленной государственной политики в идеологической сфере индивид вынужден осуществлять самостоятельный поиск наиболее привлекательной для него формы идентичности.

Для этого на основе существующих в сознании ценностных компонентов, которые передаются из поколения в поколение в результате транслируемого содержания национальной ментальности, а также будучи усвоенными личностью в период процесса психологической социализации, человек осуществляет идентификационный выбор в пользу той или иной социальной общности. С развитием информационных технологий и в условиях процесса глобализации в обществе наблюдается рост числа социальных категорий, которые могут выступать для индивида в качестве идентификационной модели. При этом если раньше необходимо было существование ярко выраженных границ тех или иных социальных групп, то сегодня достаточно наличия одного лишь идентификационного образа референтной или воображаемой группы. В связи с этим возрастает роль таких сообществ людей, которые возможны лишь благодаря взаимодействию отдельных их членов и представителей.

Главное, чтобы формирование идентичности опиралось на существующие ценностные основания. Любые сообщества представляют собой носителей особой идентичности, которая складывается на основе существующей в сознании представителей сообщества ценностной системы. Она образуется из отдельных значимых для индивида ценностей, которые выступают в роли важнейших ориентиров в современном мире. Сами ценности представляют собой довольно устойчивый в сознании личности компонент, который практически не поддается изменениям. Но в условиях кризиса может меняться сама система ценностей, где на первый план выдвигаются отношения между элементами системы. Это объясняется тем, что одни ценностные основания формирования идентичности под воздействием внешней социокультурной среды могут уступить свое место другим, что ведет к трансформации всего ценностного контура данной системы.

Список литературы

1. Агеев В. С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: Изд-во Московского ун-та, 1990. 240 с.
2. Андреева Г. М. К вопросу о кризисе идентичности в условиях социальных трансформаций [Электронный ресурс]. URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2011n6-20/580-andreeva20.html> (дата обращения: 20.10.2014).
3. Андреева Г. М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2005.
4. Гуревич А. Я. От истории ментальностей к историческому синтезу // Споры о главном: дискуссии о настоящем и будущем исторической науки вокруг французской школы «Анналов». М., 1993.
5. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. М.: Канон, 1996.
6. Евгеньева Т. В. Культурно-психологические основания формирования образа «Другого» в современной России // «Чужие» здесь не ходят. Радикальная ксенофобия и политический экстремизм в социокультурном пространстве современной России. М., 2004.

7. **Евгеньева Т. В., Титов В. В.** Формирование национально-государственной идентичности российской молодежи // Полис. 2010. № 4.
8. **Ионин Л. Г.** Социология культуры. М.: Логос, 1998.
9. **Кастельс М., Киселева Э.** Россия и сетевое сообщество // Мир России. 2000. № 1.
10. **Лебедева Н. М.** Социальная идентичность на постсоветском пространстве: от самоуважения к поискам смысла // Психологический журнал. 1999. Т. 20. № 3.
11. **Леонтьев А. Н.** Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975.
12. **Парсонс Т.** Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Американская социологическая мысль: тексты / под ред. В. И. Добренькова. М., 1996.
13. **Парсонс Т.** Системы современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1997.
14. **Попова О. В.** Политическая идентификация в условиях трансформации общества. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2002.
15. **Поршнев Б.** Социальная психология и история. 2-е изд-е, доп. и испр. М.: Наука, 1979.
16. **Селезнева А. В.** Политические ценности россиян в контексте политической культуры // Актуальные проблемы современной политической психологии / под ред. Е. Б. Шестопаля. М.: РИОР, 2010.
17. **Стефаненко Т. Г.** Изучение идентификационных процессов в психологии и смежных науках // Трансформация идентификационных структур в современной России. М.: Московский обществ. науч. фонд, 2001.
18. **Тённис Ф.** Общность и общество. Основные понятия чистой социологии. М.: Университет; Владимир Даль, 2002.
19. **Тимофеев И. Н.** Политическая идентичность России в постсоветский период: альтернативы и тенденции. М.: МГИМО-Университет, 2008. 176 с.
20. **Титов В. В.** Национально-государственная идентичность российской молодежи в начале XXI века. М.: МАКС Пресс, 2012.
21. **Шестопаля Е. Б.** Политическая психология: учебник для студентов вузов. 2-е изд-е, перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2007.
22. **Эрикссон Э.** Детство и общество. СПб.: Летний сад, 2000.
23. **Ядов В. А.** Социальная идентификация в кризисном обществе // Социологический журнал. 1994. № 1.
24. **Нуман Н. Н.** The Psychology of Status // Archives of Psychology. N. Y., 1942. № 269.
25. **Tajfel H., Turner J.** The Social Identity Theory of Intergroup Behavior // Psychology of Intergroup Relations / ed. by S. Worchel, W. Austin. Chicago, 1986. P. 7-24.

VALUE BASES OF COMMUNITY IDENTITY FORMATION

Demin Andrei Andreevich

*Lomonosov Moscow State University
andrew.a.demin@gmail.com*

The article is devoted to the problem of the value nature of communities, and to the process of identifying the individual in accordance with underlying value invariants that form individual and public consciousness. The author considers the influence of the political and ideological fragmentation of society on the complexity of the process of social categorization, the identification search of the person according to the need of finding a real group of membership or a referential social group. The identification image of referential or imaginary group becomes more prevalent in society in the conditions of the crisis of identity caused by the loss of the nation-state cut of consciousness.

Key words and phrases: value; value system; identity; identification; identity crisis; community; social group; public consciousness.

УДК 781.41

Искусствоведение

В статье предпринята попытка освоения и развития методов гармонического анализа, разработанных австрийским музыковедом Г. Шенкером. Предлагается новый взгляд на анализ песни Р. Шумана «Цветок душистый» из цикла «Любовь поэта», помещённый Шенкером в его книге «Свободное письмо» и послуживший предметом длительной музыкально-теоретической полемики в США. Метод Шенкера применяется автором статьи также к анализу песни «В сиянье тёплых майских дней». Ставится вопрос о возможности включения теории Шенкера в современное российское музыковедение.

Ключевые слова и фразы: линейно-гармонический анализ; Г. Шенкер; Р. Шуман; цикл песен; теория музыки в России и США.

Захаров Юрий Константинович, к. искусствоведения, доцент
*Академия хорового искусства имени В. С. Попова, г. Москва
n-station@rambler.ru*

ДОПОЛНЕНИЕ К ШЕНКЕРУ: ЛИНЕАРНО-ГАРМОНИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДВУХ ПЕСЕН Р. ШУМАНА[©]

В XX веке имя австрийского исследователя музыки Генриха Шенкера (1868-1935 гг.) было известно лишь очень узкому кругу советских музыковедов. И хотя в англоязычной культурной среде система Шенкера