

пондентов, в первую очередь лидеры должны обладать такими качествами как ответственность, коммуникабельность и инициативность.

Что касается специальных знаний, умений, навыков и способностей, которое развиваются в процессе участия студентов в деятельности молодежных общественных организаций и органов студенческого самоуправления, то, по мнению студентов, наиболее успешно развиваются такие, как умение сотрудничать и работать в команде, умение планировать деятельность.

Подводя итоги, можно сказать, что в Белорусском государственном университете успешно проводится воспитательная работа, которая затрагивает различные аспекты внеучебной деятельности, опирается на потребности и интересы студентов и направлена на вовлечение студентов в деятельность молодежных общественных организаций и органов студенческого самоуправления. Активное же участие обучающихся в их деятельности свидетельствует о том, что политика ВУЗа в этом направлении является правильной и эффективной. Использование результатов проведенного исследования в практике работы педагогических работников и студенческого актива университета будет способствовать дальнейшему совершенствованию воспитательной работы с молодежью, развитию деятельности молодежных общественных организаций и органов студенческого самоуправления БГУ.

ПРОБЛЕМА ЛИЧНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В КОНТЕКСТЕ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА ЭРИХА ФРОММА

О. В. Шатерник

Согласно теории социального характера, разработанной Э. Фроммом, связующим звеном между личностью и социально-экономической структурой общества выступает определенный тип социального характера. Несмотря на индивидуально-психологические различия, индивиды любого общества имеют общие, типичные для данного конкретного общества психологические черты – социальный характер – «ядро структуры характера, которое присуще большинству членов одной и той же культуры в отличие от индивидуального характера, который различен у людей той же самой культуры» [2, с.78]. Характер, выступая психологической основой личности, обуславливает поведение человека, его чувства и образ мыслей; он является основным двигателем мыслей и действий индивидов, поэтому определяется Фроммом в динамическом смысле как специфическая форма, в которой человеческая энергия «канализируется» в процессе адаптации индивидов к социально-экономическим условиям данной культуры и тем самым является результатом взаимодейст-

вия социально-экономических условий и человеческих потребностей, как врожденных, так и приобретенных в ходе истории.

Главная функция социального характера заключается в том, чтобы способствовать интернализации индивидами внешних потребностей и «направить активность членов общества по такому руслу, когда их поведение не является результатом сознательно обдуманного решения: следовать или не следовать социальному эталону, а является следствием желания действовать так, как они должны действовать, получая в то же время удовлетворение от того, что их поведение соответствует требованиям общества» [1, с. 85].

Социальный характер формируется под воздействием таких социальных факторов, как система образования, религия, традиции, а также процесса воспитания в семье, задача которой заключается в передаче требований общества подрастающему поколению. Социальный характер представляет собой результат динамической адаптации человеческой природы к структуре определенного общества. Форма этой адаптации и социальный характер различны и зависят от типа социальной структуры.

В своей работе «Иметь или быть» Фромм выделяет следующие типы непродуктивного социального характера, свойственные различным типам общества: рецептивный и эксплуататорский – тоталитарному, анально-накопительский – капиталистическому, рыночный – современному западному, и, наконец – продуктивный, творческий тип. Для рыночного социального характера модус потребления является основополагающим. Все черты личности превращаются в товар, человеческое общение – в «свободный рынок личностей и человеческих качеств». Цель рыночного характера – максимальная адаптация к требованиям рынка, стремление сохранить спрос на себя при любых условиях, складывающихся на рынке человеческих личностей [3, с. 226].

Современное общество воздействует на личность посредством непрерывного потока информационного зомбирования с целью выработать максимально адаптированный для существующей конкретной социально-экономической системы «продукт». В современном мире человек сталкивается с проблемой идентификации себя в качестве целостной уникальной личности, поскольку его Я распадается на множество неподносимых СМИ идентичностей. Доступность большого объема информации и различные ее интерпретации, приводят к тому, что индивид не в состоянии подвергнуть ее анализу, что соответственно, способствует снижению критического восприятия информационного потока, вследствие чего, индивид превращается в активно впитывающую «губку», накапливающую в себе различные социально-культурные коды. Отсутствие ясного восприятия окружающего мира и осмысления фильтруемого

потока вызывает фрагментацию личности, не имеющей представления о своей подлинной идентичности, в силу того, что она становится объектом, содержащим в себе совокупность разнородных и противоречивых идентичностей: национальной, религиозной, политической, гендерной и т.д.

Проблема идентичности личности в концепции социального характера Э. Фромма может быть сведена к тому, что современный человек, представляя набор востребованных обществом качеств, находится на грани утраты своих истинно человеческих черт, его «Я» определяется заданными обществом склонностями и предпочтениями для поддержания логики рынка. «Я таков, каким ты хочешь меня купить» [3, с. 227]. В связи с этим, возникает несоответствие установок истинного «Я» человека принятому в обществе социальному характеру, что может привести к утрате человеком чувства собственной идентичности. Чем слабее противостояние истинного «Я» существующему авторитету тем больше вероятность того, что место истинного «Я» может занять «Я-маска». Человек, живущий под «маской» вынужден жить в постоянном конфликте между подлинным «Я» и ложным «Я», соответствующим требованиям определенной социальной системы, подавлять проявления истинного «Я», что с неизбежностью может привести к деперсонализации и расколотости человеческой личности. В результате такого противостояния у человека могут развиваться деструктивные установки на саморазрушение (садомазохизм, бегство от реальности и т. д.) или конформизм.

Социально-экономическая система, ориентированная на количественные показатели производства породила человека массы, ненасытного пассивного потребителя материальных благ. Современный человек утратил способность критически мыслить и рефлексировать, его нравственные ориентиры, поведение, чувства, представление о себе соответствуют стандартизированным нормам и ценностям, навязанным ему социальной системой. Отсюда вытекает проблема аутентичности существования личности, непосредственно связанная с необходимостью ее самоопределения и самоконструирования, возможностью реализации и воплощения своего Я.

Решение проблемы подлинности человеческого существования, обретения человеком личной идентичности Э.Фромм видит в фундаментальном изменении структуры человеческой личности и переориентации ее с обладательного модуса на экзистенциальный. Подлинное бытие характерно для творческого (или продуктивного) социального характера, основой которого является установка на «бытие» и «любовь»: внутреннее слияние с природой и миром, выстраивание межличностных отношений, основанных на любви, уважении и сохранении целостности и индивиду-

альности другого [3, с. 260]. Современному человеку необходимо преодолеть пассивность к жизни, внутреннюю омертвелость чувств и эмоций, ставших результатом активного манипулятивного воздействия современных коммуникативных технологий, и встать на путь самосознания, выработки собственных ценностных и мировоззренческих установок, научиться противостоять позиции конформизма и освободиться от гнета системы ориентированной на стандартизацию личности.

Литература

1. *Фромм, Э. Здоровое общество* / Эрих Фромм; пер. Т. В. Банкетовой. – М.: Аст; Хранитель, 2006.
2. *Фромм, Э. Человек для самого себя. Исследование психологических проблем этики* / Эрих Фромм; пер. Э.М. Спириной. – М.: Аст, 2010.
3. *Фромм, Э. Иметь или быть* / Эрих Фромм; пер. с нем. Э.М. Телятниковой. – М.: АСТ; Астрель, 2011.