

СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС, ПРЕСТИЖ И ИМИДЖ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

Гончаренко А. Л.

Исследованы социальный статус, престиж и имидж вооруженных сил. Проанализированы характерные черты и научно-практические аспекты этих понятий. Синтезирован опыт ведущих стран мира. Обоснована возможность и определены основные пути формирования положительных аспектов социального статуса, престижа и имиджа Вооруженных Сил Украины.

Ключевые слова: государство, общество, общественное сознание, вооруженные силы, армия, военный профессионал, социальный статус, престиж, имидж, военная реклама, СМИ.

SOCIAL STATUS, PRESTIGE AND IMAGE OF ARMED FORCES: PROBLEMS AND WAYS OF SOLVING THEM

Goncharenko O. L.

The article is devoted to the research of armed forces' social status, prestige and image. The main peculiarities and scientific practical aspects of these concepts are being analyzed. The experience of leading countries of the world is being synthesized. The possibility is being grounded, and the main ways of forming the positive aspects of the social status, prestige and image of the Ukrainian Armed Forces are being determined.

Key words: State, society, public consciousness, armed forces, army, military professional, social status, prestige, image, military advertisement, mass media.



УДК 008.17

М. Б. Ценко, кандидат філософських наук, доцент

ЕТИКЕТ ЯК ЗАСІБ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Розглянуто сутність соціокультурної самоідентифікації особистості та роль етикету як одного із засобів здійснення цього процесу. Розкрито функції етикету щодо визначення людиною певних особистісних якостей та особливості впливу етикетної культури на різні рівні самоідентифікації особистості.

Ключові слова: самоідентифікація, особистість, етикет, функції етикету, етикетна культура.

Актуальність проблеми. Формування та самовизначення особистості завжди зумовлене соціальними процесами та особливостями соціокультурної

ситуації. В сучасних умовах економічної та політичної нестабільності, соціальної диференціації, що поглиблюється, і як наслідок розбіжності ціннісних орієнтирів, розмаїття ідеальних конструкцій особистісної досконалості, самоідентифікація особистості ускладнюється і все більше набуває проблемного характеру. У «пошуках» власного «Я», критеріїв та орієнтирів соціокультурної самоідентифікації людині потрібні певні засоби, які б сприяли визначенню її ідеалу особистості, а також ставали інструментом адекватної самоідентифікації. Одним з таких засобів, на нашу думку, є етикет у його сучасному вигляді, сучасних сенсах і багатофункціональному застосуванні.

Метою статті є спроба дослідити етикет як засіб процесу самоідентифікації особистості, аналізу соціокультурних та інструментальних можливостей етикету в даному процесі.

Аналіз наукових джерел і публікацій показує, що проблема соціокультурної самоідентифікації має широкий спектр дослідження. Вона вивчається у психологічній площині, соціологічній, філософській. Значними розробками питань ідентичності та самоідентифікації є праці В. Ядова, Н. Лебедевої, Н. Наумової, П. Гнатенко і В. Павленко, Ю. Москаль, Н. Шульги, О. Гуменюк, Є. Піддубної, А. Петровського та ін.

Останнім часом наукові розвідування проблеми набувають спеціалізованого характеру. Різноманітні трансформації в суспільстві ускладнюють процес самоідентифікації особистості в різних сферах життєдіяльності, що спонукало науковців досліджувати особливості політичної, етнічної, вікової, професійної соціокультурної самоідентифікації (В. Злишков, Р. Слободян, А. Сергеева, І. Самошкіна, Н. Завацька, Н. Іванова, Н. Монахова, М. Марусинець, О. Сіренко, М. Шульга та ін.).

У досить широкому просторі дослідження феномену самоідентифікації особистості дуже невелике місце відведене пошуку та обґрунтуванню засобів, що сприяють самоідентифікації, та з'ясуванню їх функціональних можливостей у цьому процесі. Продуктивним, на наш погляд, є розгляд етикету як такого засобу.

У дослідженні цієї проблеми ми виходили з того, що самоідентифікація особистості – це складний процес внутрішньої духовної діяльності людини, що відбувається протягом усього свідомого життя і являє собою формування у самосвідомості індивіда Я-концепції, яка б відповідала потребі відчуття і усвідомлення цілісності своєї особистості та повноти своєї включеності у соціальне буття.

Процес самоідентифікації спирається на системи цінностей, що прийняті у суспільстві, соціальних групах, і характер відносин за участю індивіда. Одночасно самоідентифікація особистості здійснює посередницькі функції між внутрішнім і зовнішнім світом, сприяючи соціальній адаптації. Вона є важливим компонентом свідомого формування особистості, її саморозвитку і самовдосконалення, забезпечує послідовність та адекватність поведінки, виваженого ставлення до інших та консолідацію з ними [1, 10].

Соціокультурна самоідентифікація за змістом провідних ціннісних орієнтацій неоднорідна. Тому виділяють декілька рівнів цього процесу: соціально-професійний, сімейний, національно-територіальний, ідеологічний, релігійний, еволюційно-видовий, гендерний. [3–5, 8, 9] Та чи інша соціальна ідентичність стає провідною в самоідентифікації особистості залежно від її віку, рівня розвитку, умов існування, актуальних завдань у конкретний період життєдіяльності.

Самоідентифікація як процес самовизначення людини, формування свідомого ставлення до себе як до особистості є складовою усіх рівнів соціальної ідентифікації, завдяки чому ці рівні взаємопов'язані між собою, не мають чітких меж, можуть впливати один на одного. Найбільш залежні і взаємовпливові професійний, сімейний та національно-територіальний рівні самоідентифікації особистості. Вони є найбільш підвладними соціальним змінам і найскоріше реагують на них. Тому самоідентифікація на цих рівнях має великий резонанс у соціальному бутті людини, визначаючи характер і зміст її поведінки і стосунків. Інакше кажучи, якість духовного життя людини, її взаємозв'язків з оточуючим світом дуже залежить від результатів самоідентифікаційних процесів.

У той же час вагомим є зворотний зв'язок: будь-який рівень, або тип самоідентифікації особистості, не може здійснюватися поза межами соціальних взаємодій. Власне, соціальний контекст є простором, в якому існують усі спонукальні мотиви та імпульси для внутрішньої роботи людини над собою і де розгортаються перспективи ідеальних конструкцій особистісної досконалості, які можуть стати значущими для тієї чи іншої людини.

Сучасна людина не може задовольнити свої потреби, гармонізувати своє життя, обмежуючись одним певним оточенням і сталими соціальними зв'язками. Тому значущими стають взаємодії у різних соціальних формуваннях. Кожна група в свою чергу має свої змістовні засади особистісної ідентичності, критерії визначення та визнання ціннісних якостей та достоїнств людини як особистості. І оскільки однією із знакових особливостей соціального індивіда є соціокультурна потреба відчувати себе і бути прийнятим іншими як значуща і достойна людина, то особистісна самоідентифікація з необхідністю відбувається за параметрами, прийнятими в тій чи іншій важливій для індивіда групі.

Останнім часом дослідники даної проблеми чимало уваги приділяють аналізу особливостей самоідентифікації у суспільстві, що трансформується, переживає економічні, політичні, соціальні, ціннісні перетворення. Дійсно, такі перебудови часто деструктивно впливають на особистісне самовідчуття, іноді призводять до кризи самоідентифікації. Нестійкість соціальної структури суспільства, руйнування усталених груп оточення, формування нових міжгрупових та внутрішньогрупових зв'язків ведуть до розпаду звичної системи цінностей. Як наслідок руйнується Я – концепція людини, що буду-

валася на вже прийнятих цінностях. Індивід втрачає «своє місце» в суспільстві, опиняється перед необхідністю призвичаюватися до нових соціальних ролей, формувати нові життєві пріоритети, знов установлювати власну особистісну ідентичність.

Аналізуючи ситуацію самоідентифікації і як перманентний життєвий процес, і як нагальну соціокультурну потребу в період соціальних змін, виявляється, що складності даного процесу, в тому числі криза самоідентифікації, виникають на тлі, чи то внаслідок дисгармонізації відносин, які мають, чи то нездатності певним чином «вписати» себе в той чи інший організм колективних відносин.

Люди по-різному вибудовують свої стосунки з оточенням. Не завжди природні та набуті якості сприяють формуванню, принаймні, рівних, безконфліктних відносин. Зауважимо, що і колективне сприйняття групою новачка не часто приязне. Проте людині потрібні добрі стосунки, і не тільки заради спокою і зрівноваженості. Такі відносини створюють сприятливі умови для з'ясування орієнтирів та компонентів, що становлять зміст особистісної ідентичності та спонукають визначати та виявляти себе як особистість. Для відтворення необхідних відносин існують соціальні інструменти, які б задовольняли різним соціокультурним потребам людини. Саме в такому контексті розкриваються сенс і роль етикету як засобу гармонізації процесу самоідентифікації.

Феномен етикету полягає перш за все в його універсальній здатності створювати та відтворювати будь-які людські стосунки у позитивній моральній якості. Етикетна нормативність побудована на екзотеричних принципах і може модифіковано реалізуватись у різних соціальних контекстах, причому легко узнається та признається і в міжгрупових взаємозв'язках. Природність етикетної нормативності зумовлена, з одного боку, онтологічним принципом поважати та визнавати «іншого», на якому базується етикет, а з другого – рівнем культурної практики етикету, що прийнята у конкретному соціокультурному середовищі.

Етикет відіграє інструментальну роль у створенні нових стосунків, відносин співробітництва та приязності. Він забезпечує моральні умови засвоєння нової соціальної реальності, ціннісних орієнтирів, окремих особливостей відносин, в яких необхідно ідентифікуватися. Важливими передумовами міжособистісної взаємодії, що містяться в етикеті, є простота, формальність, безсуперечність етикетних правил, завдяки чому етикет стає загальною та глибокою підставою вільного спілкування та поведіння суб'єктів різних соціокультурних груп, забезпечуючи не тільки комфортні умови взаємодії, а й збереження та підтримання на достатньому рівні особистої гідності кожного.

Правила етикету нормативно орієнтовані на прийняття «іншого» незалежно від його якостей, стану тощо. Етикетний взаємозв'язок, який передуює спілкуванню та супроводжує спільну діяльність, є передумовою гуманної схильності індивідів та своєрідного духовного очищення простору для фор-

мування кожним власного уявлення про ціннісну сутність «іншого» та самого себе.

Посередництвом етикетної поведінки «запускається» механізм встановлення ідентичності «іншого». Його сенс полягає в тому, що етикетний рівень, вимагаючи від кожного індивіда уважно і поважно ставитися до того, що висловлюється, або вчиняється іншим, створює умови для схильного і відвертого спілкування, розкриття особистості іншого і висвітлення загальної картини особистісних характеристик, що є значущими у певній соціальній групі. Це забезпечується етикетною нормативною вимогою обов'язкової формальної дистанційованості суб'єктів, яка дозволяє відсторонено, неупереджено ідентифікувати «іншого» як самостійного індивіда з певним набором психофізичних, моральних, інтелектуальних та інших якостей. Така ідентифікація співвідносна з актуалізацією себе як «самостійного» індивіда і визначенням для себе власних якостей і можливостей. Тим самим етикетна поведінка передує та полегшує соціально-психологічну самоідентифікацію учасників взаємодії.

Етикет виконує й інші функції у процесі самовизначення та свідомого ставлення людини до себе. Знання та виконання етикету само по собі організує людину в певних межах взаємодії. Етикет вимагає самоорганізації, самопримуснення, вольового вчинку. В умовах нашого суспільства, коли етикетна культура не стала ще нормою, однак є бажаною у стосунках, поведження відповідно до етикету викликає у оточуючих поважне ставлення і в той же час підносить людину в її власних очах.

У суспільній свідомості з етикетною культурою завжди пов'язуються певні позитивні особистісні якості. Формуючи стосунки за допомогою етикетних форм та підтримуючи етикетний рівень взаємодії, людина забезпечує собі, з одного боку, рівень зовнішнього визнання своєї особистості, а з другого – допомагає собі ствердитися у своїх моральних та інших достоїнствах і здібностях.

Висновок. Зважаючи на те, що як особистість людина характеризується рівнем розвитку її свідомості, співвіднесенням її свідомості із суспільною свідомістю і являє собою систему соціально значущих якостей індивіда, міру володіння соціальними цінностями та здатність до їх реалізації [7], можна достатньо впевнено констатувати, що етикет сприяє формуванню в людині певних значень і цінностей, які стають елементами її особистісної ідентичності, а також виступає інструментом усвідомлення останньої та реалізації її у врівноважених етикетом стосунках.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гнатенко, П. И. Идентичность: философский и психологический анализ [Текст] / П. И. Гнатенко, В. Н. Павленко – К. : ООО «Арт-Пресс», 1999. – 475 с.

2. Гуменюк, О. Психологія Я-концепції [Текст] : монографія / О. Гуменюк. – Тернопіль. : Екон. Думка, 2002. – 186 с.
3. Завацька, Н.Є. Я-концепція як складова адаптивного потенціалу особистості зрілого віку [Текст] / Н. С. Завацька // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – 2008. – № 1. – С. 68–75.
4. Зливков, В.Л. Самоідентифікація в педагогічній комунікації [Текст] / В. Л. Зливков – К. : Укр. центр політичного менеджменту, 2005. – 144 с.
5. Иванова, Н. Л. Профессиональная идентичность в социально-психологических исследованиях [Текст] / Н. Л. Иванова // Вопр. психологии. – 2008. – № 1. – С. 89–00.
6. Лебедева, Н. М. (отв. ред.) Идентичность и организация в меняющемся мире [Текст] / Н. М. Лебедева, Н. Л. Иванова, В. А. Штроо – М. : ГУ – ВШЭ, 2008. – 358 с.
7. Леонтьев, А. Н. Деятельность. Сознание. Личность [Текст] / А. Н. Леонтьев. – М. : Смысл : Академия, 2004. – 414 с.
8. Марусинець, М. Прикладні аспекти дослідження професійної ідентичності особистості [Текст] / М. Марусинець // Соціальна психологія. – 2005. – № 3. – С. 90 – 97.
9. Монахова, Н. В. Гендерна ідентичність у сучасній соціальній психології [Текст] / Н. В. Монахова // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – 2006. – № 5. – С. 129–133.
10. Ядов, В. А. Социальная идентификация личности [Текст] / В. А. Ядов – М. : Ин-т социологии РАН. – 1993. – 168 с.

ЭТИКЕТ КАК СРЕДСТВО САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Ценко М. Б.

Рассмотрены сущность социокультурной самоидентификации личности и роль этикета как одного из средств осуществления этого процесса. Раскрыты функциональные особенности этикета в определении человеком определенных личностных качеств и влияние этикетной культуры на разные уровни самоидентификации личности.

Ключевые слова: самоидентификация, личность, этикет функции этикета, этикетная культура.

ETIQUETTE AS MEANS OF THE PERSONAL SELF-IDENTIFICATION

Tsenko M. B.

The author researches the essence of sociocultural self-identification of the person and a role of etiquette as one of means of realization of this process. Tsenko M.B. allocates the etiquette functions in the personal definition of individual qualities and features of etiquette culture's influence on different types of the personal self-identification.

Key words: self-identification, person, etiquette, etiquette functions, etiquette culture.

