

ГЛОБАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕ РИСКА¹

GLOBAL IDENTITY IN RISK SOCIETY

Нестик Тимофей Александрович — к. ф. н., с. н. с. Института психологии РАН (Москва), e-mail: nestik@gmail.com

Timofey A. Nestik -Ph. D., senior research fellow at the Institute of psychology at the Russian Academy of Sciences. E-mail: nestik@gmail.com

Аннотация: в статье представлен социально-психологический анализ идентификации личности себя с человечеством и связанных с ней феноменов — глобального духа, космополитизма, мирового гражданства. Выделяются факторы формирования глобальной идентичности в современных обществах, рассматривается ее роль в формировании отношения к глобальным рискам.

Annotation: The socio-psychological analysis of global identification and related phenomena (global mindset, global citizenship) is presented. The factors affecting the global identification are determined. The effects of global identification on the attitudes toward global risks are discussed.

Ключевые слова: групповая идентичность, глобализация, мировое гражданство, космополитизм, глобальные риски, глобальный активизм, интернет-сообщества.

Key words: group identity, globalization, global citizenship, cosmopolitanism, global risks, activism, internet communities.

В начале 21 века мир оказался перед лицом все более острых глобальных проблем, решение которых невозможно без консолидации усилий национальных элит и без формирования глобального общественного мнения, которое поддержало бы геополитические инициативы отдельных правительств. Осознание глобальных рисков, не говоря уже об их предотвращении, требует способности личности к отождествлению себя не только с этническими, политическими и экономическими группами, но и с общностью высшего порядка — человечеством в целом.

Создатель концепции общества риска У. Бек указывает на то, что в эпоху растущих глобальных финансовых, экологических и ядерных рисков космополитизм и международное сотрудничество становятся своего рода императивом, от которого зависит выживания человеческого рода. Именно переживание глобальных

¹ Работа выполнена по Госзаданию ФАНО РФ 0159-2015-0001

угроз и осознание схожести реакции на эти угрозы у жителей других государств ускоряет формирование воображаемых глобальных сообществ (Tiryakian, Beck, 2011; Кузнецов, 2014).

«Глобальное мировоззрение» как психологический феномен получил свою операционализацию в области организационной психологии в связи с деятельностью транснациональных корпораций и необходимостью целенаправленного формирования корпоративных и политических лидеров глобального уровня. Под глобальным мировоззрением понимается глобальная идентификация лидера, позволяющая ему видеть мир как целое, ценить различия, учитывать сложность глобальных процессов и отслеживать мировые тренды (Rhinesmith, 1992). Выделяют различные компоненты глобального мировоззрения. Так, выделяет три ключевых компетенции, входящие в глобальное мировоззрение лидеров: во-первых, это способность анализировать информацию о глобальном бизнесе, во-вторых, умение завязывать и развивать отношения с ключевыми заинтересованными сторонами по всему миру, и в-третьих, способность принимать решения с опорой на информацию о глобальных процессах (Bouquet, 2005).

Ключевыми компонентами глобального мировоззрения являются такие личностные характеристики, как космополитизм и когнитивная сложность (Levyetal., 2007), культурная компетентность и глобальная ориентация, предполагающая позитивное отношение к глобализации и способность быстро адаптироваться к ней (Storyetal., 2014).

Анкетирование, проведенное среди 17 000 руководителей, показало, что глобальное мировоззрение руководителей не связано с размером компании: руководители малого бизнеса и крупных глобальных корпораций могут иметь схожие показатели уровня глобального мировоззрения (Javidan, Bowen, 2015). Вместе с тем, была обнаружена зависимость от индустрии и профессиональной деятельности. Так, наиболее высоким уровень глобального мировоззрения оказался среди руководителей в телекоммуникационной индустрии, тогда как наименее развит он в производственных компаниях. Более высокие его показатели отмечены в таких корпоративных функциональных направлениях, как внутренние и внешние коммуникации, финансы и маркетинг, значительно менее развит глобальный взгляд на вещи в административных отделах, IT-службах, а также в производственных подразделениях.

Большой интерес представляют результаты глубинных интервью, проведенных М. Чех и ее коллегами среди 24 лидеров глобального уровня (Csehetal., 2013). Как оказалось, ключевую роль

в формировании компетенций глобального лидерства играет саморефлексия и процессы коллективного анализа совместного опыта. Помимо рефлексивности авторы выделяют и другие личностные характеристики успешных глобальных лидеров: когнитивную гибкость, осознанность, любопытство, скромность.

К феномену глобального мировоззрения близки мировое гражданство и космополитизм. Мировое гражданство определяется как способность видеть себя как часть мирового целого, допускать множественность лингвистических и культурных картин мира, понимать логику отношений господства, борьбы за власть и геополитическое влияние, заботиться о защите прав и благосостояния других людей (Stromquist, 2009). Безусловно, огромную роль в формировании мирового гражданства сыграли глобальные организации — такие как Мировой банк, Международный валютный фонд, Всемирная торговая организация, ООН и ЮНЕСКО. Значительный вклад в распространение идей мирового гражданства и формирование глобальной идентичности вносят некоммерческие организации (He, 2004). Тем не менее, в отсутствие глобального правительства статус «гражданина мира» остается прежде всего психологическим феноменом. Оно возникает через самоопределение личности, сознательный выбор международных норм и стремления действовать поверх границ и суверенитета отдельных государств. Благодаря коммуникационным технологиям, а также осознанию взаимозависимости стран перед лицом глобальных рисков растет масштаб социальных движений, участники которых придерживаются космополитических взглядов (Falk, 1994; Кеск, Sikkink, 1998). Международные активисты — это социальная группа, являющаяся сегодня воплощением идеи мирового гражданства. В этом отношении мировое гражданство — глобальное воображаемое сообщество людей, разделяющих космополитические нормы и ценности. Развитие интернета и появление виртуальных социальных сетей подстегнуло формирование глобальных общественных движений, давая возможность людям с активной жизненной позицией быть услышанными и мгновенно объединять усилия. Примером такого глобального движения является Avaaz: созданное в 2007 г. группой активистов, к 2015 г. движение объединило 41 миллион человек в 16 странах на 6 континентах.

Перед лицом массовых угроз и в чрезвычайных ситуациях интернет-сообщества берут на себя роль цифровых волонтеров, выполняя целый ряд функций — информирования и координации, поиска решений, социальной и эмоциональной поддержки (Морозова, Мирошниченко, 2011). Как показывают социологические

исследования, активизм характерен для наиболее образованных и высокостатусных категорий городской молодежи, его мотивами являются возможность защитить свои права и возможность общаться с людьми, разделяющими те же ценности и убеждения (Седова, 2014). По сравнению с остальными россиянами, объединенные в сообщества активисты характеризуются более позитивным образом будущего и более разнообразными жизненными планами.

Понятие космополитизма, зародившееся еще в эллинистическую эпоху, получало за свою историю различные интерпретации — от религиозной христианской, оккультной и натурфилософской до чисто политической (Фрейхоф, 2003). В последние 20 лет оно постепенно выводится из противопоставления патриотизму и освобождается от негативных оценок, традиционных для советского общества. Сегодня оно осмысливается уже не как подмена интернационализма, а как открытость другому культурному опыту, при которой глобальное и локальное рассматриваются как дополняющие друг друга принципы. В этом значении космополитизм является необходимым условием разрешения глобальных проблем и ответа человечества на угрозы 21 века (Beck, 2006).

Остается спорным вопрос о психологических индикаторах космополитизма. Космополитическая личность характеризуется принятием разнообразия, открытостью к новому, самокритичностью и ориентацией на будущее. По-видимому, следует различать космополитическую идентичность, то есть осознание себя гражданином мира и переживание чувства принадлежности к человечеству в целом, и космополитическую ориентацию как принятие культурных различий, открытость к Другому (Pichler, 2009).

Ключевыми факторами глобализации становятся растущие мобильность и сетевой характер общества (Urry, 2002). Немаловажную роль играет глобализация образования. Начиная с 1980-х гг. космополитизм получает существенную поддержку благодаря усилиям американских университетов и крупных корпораций, формирующих у молодых специалистов ориентацию на глобальную конкуренцию (Mitchell, 2003; Mitchell, 2007; Fincher, 2011). Стимулирование студенческого обмена между странами приводит к повышению кросс-культурной компетентности и чувствительности к глобальным новостям. Появление массовых обучающих онлайн-курсов еще более усилило глобализационные эффекты интернета, расширяя аудиторию и разнообразие возрастных групп. Вопрос о том, как именно связана космополитическая идентичность с отношением к глобальным рискам, пока остается открытым.

Несмотря на то, что космополитические установки и глобальная идентичность возникли среди интеллектуалов еще в эллинистическую эпоху и были тесно связаны с образом жизни мудреца, массовым явлением они стали лишь в 20 веке. Идея общей судьбы человечества возникла относительно недавно. В конце Средних веков одним из первых ее выразил Данте. До него в рамках эллинистической и христианской традиций под человечеством понимались отдельные народы или только крещеный мир (Доброхотов, 1990; Gilson, 1968).

Если для И. Канта идея космополитизма была связана с признанием прав человеческой личности, то для глобальной экономики 21 века космополитизм оказался связанным прежде всего с обществом потребления. Существенную роль в формировании космополитических установок играет глобализация культуры потребления и соответствующие маркетинговые программы транснациональных компаний (Cannon, Yaprak, 2002; Zeugner-Rothetal., 2015). Потребители из разных стран стали рассматривать весь мир как единый рынок продуктов и услуг, на котором можно делать покупки и сравнивать предложения на основе глобальных стандартов. Формирование космополитической идентичности облегчается глобальным характером современных технологий, прежде всего — интернетом (Westjohnetal., 2009). Услугами крупнейшей социальной сети, Facebook в августе 2015 г. за один день воспользовались более 1 миллиарда жителей земного шара.

Важным фактором формирования представлений о будущем является глобализация временной перспективы: благодаря системе образования, традиционным и электронным СМИ, жизненный мир человека расширился до пределов земного шара. У. Бек назвал этот эффект «внутренней глобализацией» (Beck, 2002). По-видимому, существует глобальная память (Liuetal., 2005). Например, исследование воспоминаний о политических событиях, охватившее более 5 000 респондентов из 116 стран, свидетельствует о том, что глобальная память существует, причем представленность в коллективной памяти событий, произошедших за рубежом, не зависит от возраста опрошенных (Ellermannetal., 2007). Очевидно, предметом ожиданий и страхов могут быть процессы и события, носящий глобальный характер (например, изменение климата, угроза ядерной войны). Тем не менее, такие ожидания и страхи формируются под влиянием социальной категоризации и социального сравнения: оценивая будущее других социальных групп, мы сравниваем его с будущим своей.

С одной стороны, выход человека в космос, развитие информационных технологий, повышение мобильности и рост числа мигрантов дали возможность гражданам различных государств лучше осознать ограниченность мировых ресурсов, взаимозависимость государств перед лицом глобальных проблем.

С другой стороны, национальные государства предпринимают собственные попытки формулирования глобалистской «повестки дня». Парадоксальным образом, космополитизм становится следствием защиты национально-ориентированных геополитических интересов. Постепенно приходит понимание того, что существует множество космополитических проектов, имеющих свою региональную и национальную специфику (Веск, 2009; Delanty, He, 2008). Исследования в рамках проекта «Азиатский барометр» свидетельствуют об усилении региональной, транснациональной «азиатской» идентичности. Причем региональная идентификация тем сильнее, чем выраженнее патриотические установки респондентов (Delanty, He, 2008). Заметим, что современные космополитические проекты могут быть совершенно противоположными по декларируемым ценностям европейской гуманистической традиции (примером могут служить террористическая организация «Исламское государство» с ее геополитическими амбициями).

Результаты исследований свидетельствуют о том, что вовлеченность в активную международную жизнь и поездки по миру не усиливают космополитические установки национальных элит, а глобальное мировоззрение не исключает локализма и патриотизма (Helbling, Teney, 2015). В формировании космополитических установок среди элиты ключевую роль играют не практики потребления, а постматериалистическая система ценностей и политическая идеология непосредственного окружения.

Впрочем, глобализация оказывает противоречивое воздействие на космополитические взгляды граждан: иммиграционные потоки и воздействие глобальных финансовых решений на национальные экономики приводят к тому, что граждане наиболее глобализированных стран чувствуют себя заложниками глобализации. Так, данные Евробарометра указывают, что в европейских странах уровень глобализации положительно коррелирует с коммуитаристскими, — часто националистическими, — установками, и негативно связан с распространением космополитических взглядов среди населения (Teneyetal., 2013). Парадоксально, но космополитическая ориентация как принятие культурных различий более распространена в глобализованных странах, тогда как космополи-

тическая идентичность как переживание своей принадлежности к человеческому роду более характерна для экономически менее развитых регионов (Pichler, 2012).

По-видимому, глобальная идентификация может выполнять защитные функции, повышая самооценку членов социальной группы. Если результаты межгруппового сравнения оказываются не в пользу гражданского или этнического сообщества, то интеллектуальные и политические лидеры могут пытаться восстановить позитивную групповую идентичность за счет утверждения региональных или даже геополитических амбиций. Особенно вероятным это становится в условиях культурной травмы.

Рассматривая культурную травму в социально-психологическом аспекте Емельянова Т.П. выделяет такие ее факторы: высокая степень социальной фрустрированности некоторых групп населения, резкие изменения в социальной идентичности, а также способы совладания с травмой, а именно — коллективный коупинг (Емельянова, 2008). В ходе переживания коллективной травмы возрастает интерес к национальному самосознанию, происходит трансформация культурных ценностей (Рассади́на, 2006). Для поколений россиян, родившихся до 1985 г., крах Советского союза и последовавшее за ним «лихое» десятилетие стали коллективной травмой, заставившей переживать чувства национального унижения. Поэтому отклик, который находят среди значительного числа россиян, действия российского правительства на международной арене, может объясняться механизмами защиты позитивной групповой идентичности.

Формируя глобалистскую повестку дня, российские, американские и европейские лидеры опираются на образ будущего, в котором экономическая и политическая значимость национальных государств тесно связана с их ролью в решении глобальных проблем. По-видимому, это одна из причин, которые ведут к формированию глобальной идентичности, позитивная оценка которой опирается на национальную гордость, а не на гордость за человечество.

При переходе от общества благосостояния к обществу риска меняются ценности, на которые опираются элиты при формировании образа будущего. На место идеалов прогресса и качества жизни заступают гарантии безопасности. В связи с этим политические и государственные структуры, отвечающие за безопасность, оказываются более востребованными и влиятельными, чем институты инновационного развития.

На наш взгляд, в условиях быстрых изменений все более важным критерием эффективности власти становится «время ее ре-

акции» на общественно значимые события: власть воспринимается как сильная, если реагирует на возникающие проблемы мгновенно. В обществе риска политические элиты заинтересованы не столько в поддержке долгосрочно ориентированных социальных ожиданий и национальных стратегических целей, сколько в формировании у граждан чувства безопасности, уверенности в защите при любом сценарии будущего. В условиях непрерывного футуризма, когда старые адаптационные механизмы культуры не успевают за происходящими изменениями, укрепляется власть, опирающаяся не столько на диалог элит о будущем или долгосрочные коллективные мечты социального большинства, сколько на управление тревогами по поводу ближайшего будущего.

Национальная геополитическая повестка строится преимущественно на переживании коллективной угрозы — вызовов военного, политического, экономического, культурного или экологического характера. Эти переживания усиливают национальную групповую идентификацию, что в свою очередь может затруднять конструктивный поиск решений международных проблем. Эксперименты М. ванн Зомерена и его коллег показывают, что высокая значимость групповой идентичности провоцирует аффективное совладание с критической ситуацией: члены группы мобилизуются для коллективных действий через чувство гнева или тревоги. Актуализация групповой идентичности упрощает эмоционально-фокусированный копинг и ослабляет проблемно-фокусированный (VanZomeren et al., 2008). Проблемно-фокусированный копинг подразумевает продумывание шагов по целенаправленному изменению реальности, взвешивание альтернатив и выбор оптимального способа действий. Иными словами, повышение значимости групповой идентичности перед лицом глобальных рисков затрудняет рефлексию, оценку инструментальной полезности действий и облегчает аффективное реагирование на ситуацию. Негативные коллективные эмоции, провоцируемые при освещении международных конфликтов, ядерных, террористических и экологических угроз, привлекают внимание к глобальной повестке, но не через глобальную, а через национальную идентификацию.

В заключение хотелось бы отметить четыре перспективных направления социально-психологических исследований глобальной идентификации, которые становятся все более актуальными в связи с обострением глобальных рисков.

Во-первых, требует специального изучения связь глобальной идентификации и предпочитаемых способов реагирования

на глобальные риски. Исследования в области социальной психологии риска показывают, что представления о риске выполняют функцию защиты позитивной групповой идентичности. Социальные представления о рисках конструируются в ходе межличностного и межгруппового взаимодействия (Бовина, 2011). Ключевую роль в их формировании играет стремление личности символически дистанцироваться от опасности, относя ее к внешним по отношению к своей группе силам, приписывая источник риска или его последствия не своей, а чужой группе (Joffe, 2003). Иными словами, коллективный образ будущего в значительной степени определяется степенью напряженности межгрупповых отношений и значимыми группами сравнения: представляя будущее, мы конструируем отличия своей группы от других. В этой связи можно предположить, что глобальная идентификация, будучи сопряжена с разными характеристиками национальной идентичности, может по-разному сказываться на отношении к глобальным рискам. Например, высокая значимость глобальных рисков может быть связана с готовностью решать их в ущерб другим государствам и этническим группам.

Во-вторых, остается открытым вопрос о том можно ли считать участников глобальных интернет-сообществ коллективным психологическим субъектом (Журавлев, 2002)? В какой степени к глобальным коллективным субъектам применимы выявленные при исследовании локальных групп ролевая структура совместного творчества, его психологические механизмы и стадии?

В-третьих, огромное значение для понимания механизмов формирования глобальной идентичности имеет вопрос о том, как формируются глобальная коллективная память и образы глобального будущего. Как связана глобальная идентичность и отношение к глобальным рискам с долгосрочностью временной перспективы, пессимизмом или оптимизмом в отношении коллективного будущего?

Понимание таких феноменов, как современный терроризм, ядерное сдерживание, ксенофобия и толерантность, динамика социальных медиа и др. сегодня уже не возможно без прояснения механизмов формирования глобальной идентичности, представлений о глобальном будущем.

Литература

1. *Бовина И.Б.* Риск: социально-психологический взгляд // Психология и право. 2011. №4. С. 1–10.
2. *Журавлев А.Л.* Психология коллективного субъекта // Психология индивидуального и группового субъекта / Под ред. А.В. Брушлинского, М.И. Володиковой. М.: PerSe, 2002. С. 51–81.
3. *Морозова Е.В., Мирошниченко И.В.* Сетевые сообщества в условиях чрезвычайных ситуаций: новые возможности для граждан и для власти. — Полис. Политические исследования. 2011. № 1. С. 140–152.
4. *Седова Н.Н.* Гражданский активизм в современной России: форматы, факторы, социальная база // Социологический журнал. 2014. №2. С. 48–71.
5. *Фрейхоф В.* Космополитизм // Мир Просвещения. Исторический словарь. М.: Памятники исторической мысли, 2003. С. 31–41.
6. *Beck U.* Imagined Communities of Global Risk. Lecture for the Risk Conference in Shanghai, September 2009. P. 1–18.
7. *Beck U.* The Cosmopolitan Vision. Cambridge, Malden (Ma.): Polity, 2006.
8. *Bouquet C.* Building global mindsets: An attention-based perspective. NewYork, NY: PalgraveMacmillan, 2005.
9. *Cannon H.M., Yaprak A.* Will the real-world citizen please stand up! The many faces of cosmopolitan consumer behavior // Journal of International Marketing. 2002. V. 10. N. 4. P. 30–52.
10. *Cseh M., Davis E.B., KhiljiSh. E.* Developing a global mindset: learning of global leaders // European Journal of Training & Development. 2013. V. 37. N. 5. P. 489–499.
11. *Delanty G., He B.* Cosmopolitan Perspectives on European and Asian Transnationalism // International Sociology. 2008. V. 23. N. 3. P. 323–344.
12. *Dower N., Williams J.* Global citizenship. A critical introduction. N. Y.: Routledge, 2002.
13. *Fincher R.* Cosmopolitan or ethnically identified selves? Institutional expectations and the negotiated identities of international students // Social & Cultural Geography. 2011. V. 12. N. 8.
14. *He B.* Transnational Civil Society and the National Identity Question in East Asia // Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations. 2004. V. 10 N. 2. P. 227–246.
15. *Helbling M., Teney C.* The cosmopolitan elite in Germany: transnationalism and postmaterialism // Global Networks. 2015. DOI: 10.1111/glob.12073
16. *Javidan M., Bowen D.* The Global Mindset: A New Source of Competitive Advantage // Rotman Management. Spring 2015. P. 42–47.
17. *Joffe H.* Risk: From perception to social representation // British Journal of Social Psychology, 2003, Vol. 42. P. 55–73.
18. *Keck M.E., Sikkink K.* Activists Beyond Borders. Ithaca, N. Y.: Cornell University Press, 1998.
19. *Levy O., Taylor S., Boyacigiller N.A., Beechler Sh.* Global Mindset: A Review and Proposed Extensions // The Global Mindset. Ed. by M. Javidan, R.M. Steers, M.A. Hitt. (Advances in International Management. V. 19). Amsterdam: Elsevier JAI, 2007. P. 11–47
20. *Mitchell K.* Educating the national citizen in neoliberal times: from the multicultural self to the strategic cosmopolitan // Transactions of the Institute of British Geographers. 2003. V. 28. P. 387–403.

21. *Mitchell K.* Geographies of identity: the intimate cosmopolitan // *Progress in Human Geography*. 2007. V. 31. P. 706–720.
22. *Pichler F.* Cosmopolitanism in a global perspective: An international comparison of open-minded orientations and identity in relation to globalization // *International Sociology*. 2012. V. 27. N. 1. P. 21–50.
23. *Pichler F.* 'Down-to-Earth' Cosmopolitanism: Subjective and Objective Measurements of Cosmopolitanism in Survey Research // *Current Sociology*. 2009. V. 57. N. 5. P. 704–732.
24. *Rhinesmith S.H.* Global mindsets for global managers // *Training and Development*. 1992. V. 49. N. 5. P. 63–68.
25. *Story J.S. P., Barbuto J.E., Luthans F., Bovaird J.A.* Meeting the challenges of effective international HRM: analysis of the antecedents of global mindset // *Human Resource Management*. 2014. V. 53. N. 1. P. 131–155.
26. *Stromquist N.P.* Theorizing Global Citizenship: Discourses, Challenges, and Implications for Education // *International Journal of Education for Democracy*. 2009. V. 2. N. 1. P. 6–29.
27. *Teney C., Lacewell O.P., De Wilde P.* Winners and losers of globalization in Europe: attitudes and ideologies // *European Political Science Review*. 2013, November. P. 1–21.
28. *Tiryakian E., Beck U.* Cosmopolitanism as Imagined Communities of Global Risk // *American Behavioral Scientist*. 2011. V. 55. N. 10. P. 1346–1361.
29. *Urry J.* *Global Complexity*. Cambridge: Polity Press, 2002.
30. *Westjohn S.A., Arnold M.J., Magnusson P., Zdravkovic S., Zhou J.X.* Technology readiness and usage: a global-identity perspective // *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2009. V. 37. N. 3. P. 250–265.
31. *Zeugner-Roth K.P., Žabkar V., Diamantopoulos A.* Consumer Ethnocentrism, National Identity, and Consumer Cosmopolitanism as Drivers of Consumer Behavior: A Social Identity Theory Perspective // *Journal of International Marketing*. 2015, V. 23. N. 2. P. 25–54.