

ЛИЧНОСТЬ КАК АВТОПРОЕКТ И БРЕНД: НЕКОТОРЫЕ СЛЕДСТВИЯ

Г.Л. ТУЛЬЧИНСКИЙ

27 – 29 мая в Санкт-Петербурге прошел первый Петровский конгресс, одним из итогов которого стала идея создания Международного института Петра Великого, который координировал бы многочисленные исследования личности действительно великого императора, его вклада в развитие России, занявшей достойное место в мировом сообществе. В ходе конгресса Петр I предстал фигурой, заполняющей зияющее пустотой «свято место». Дело в том, что в русской, да и во всей славянской мифологии отсутствует «культурный герой» – персонаж, аналогичный Прометею в древнегреческой мифологии, в Вийнемейнену в «Калевале», тот, кто научил труду, конструктивной деятельности по обустройству и переустройству окружающей действительности. И Петр – Великий в своей неумной преобразовательной активности – действительно оказывается первым русским корабелом, мореходом, основателем целых отраслей, городов и поселков, несомненно соответствует этой роли.

Более того, на Конгрессе несколько неожиданно возник вопрос – а каков был личный проект самого Петра Алексеевича? Ведь он, как личность, также менялся: в своих установках, взглядах, оценках. И был ли такой автопроект?

Постановка подобного вопроса была нелепица еще пару десятилетий назад. И за этим стоит интенсивная динамика, если не общий сдвиг парадигмы в гуманитарных науках. Речь идет об очевидной тенденции смещения акцента с интереса к действительности как таковой на методологию ее познания, а затем с социально-культурных и нормативно-ценностных факторов этой методологии к активной роли личности как источнику, средству и результату общественного и исторического развития. Эту динамику можно отчетливо проследить в философии (от натурфилософии и философии бытия к гносеологии, феноменологии и герменевтике, и, через культурологию и аксиологию – к новой персонологии), истории, психологии, искусствоведении и т.д.

Этой теме был посвящен ряд предыдущих работ¹. Если же обратиться к собственно персонологической тематике, то отмеченная тенденция отразила и общую историческую динамику самосознания и позиционирования личности в обществе.

Новая персонология: личность как автопроект

Каждая культура (этническая, профессиональная, семейная, дворовая...), являясь механизмом порождения, хранения

и трансляции определенного социального опыта, наделяет формирующуюся в рамках этой культуры личность определенной жизненной компетентностью. В этом плане культурная идентичность личности выступает как набор принимаемых и практикуемых личностью программ социальной деятельности. При этом сама личность предстает как вменяемый субъектом такой деятельности. Вменяемый – в обоих русских смыслах этого слова: как имеющий рациональную мотивацию, и как именно то лицо, которое ответственно за последствия реализации принятого решения.

Могут быть выделены следующие стадии формирования границ личности как вменяемого субъекта, а также форм и гарантов идентификации личности²:

Стадия	Границы личности как вменяемого субъекта	Форма идентификации личности	Гарант квалификации	Форма самозванства	Главная проблема подтверждения идентичности
Этническая	Род, племя	По принадлежности этносу (роду, клану, племени, деминации)	Представители данного и других этносов	<i>Представительство</i> от рода, клана, племени и т.д.	Внешний облик, одежда, язык, поведение
Статусная	Выделенный из рода индивид	По заслугам перед государством, сувереном	Суверен	Традиционная (претензии на высокий <i>статус</i>)	документ, свидетельства + телесные признаки
Ролевая	Психосоматическая целостность индивида	По выполняемым социальным ролям	Личностная и профессиональная востребованность	Успешность выполнения ролей	+ непрерывность памяти + компетентность, профессионализм
Проектная	Жизненные стратегии, планы	Конвенционально вменяемая ответственность	Средства массовой коммуникации, общественное мнение	Манифестация имиджа, проект персонифицированного бренда	Известность и узнаваемость
Постчеловеческая перспектива	«Человек без свойств»	Самостоятельно определяемая ответственность (?)	Немонотонная функция свободы / ответственности?	В стадии формирования	В стадии формирования

Показательно, что большая часть современных отечественных исследователей проблемы идентичности ограничиваются этнической и статусной стадиями. Некоторые основания этому есть. Для постсоветского российского общества в известной степени характерен всплеск внимания к этническим основаниям консолидации общества. Давно замечено, что любая фаза модернизации сопровождается нарастанием этничности и конфессиональности в повестке дня общества: не только в дискуссиях, но и в политической практике. Примеров тому много: канун Первой мировой войны в странах Антанты и оси, послевоенные страны Центральной и Восточной Европы... Однако надо отдавать себе отчет в том, что в этом случае речь может идти не только о проявлении архаичности российского общества и общественного сознания. Чрезмерная озабоченность этнической идентичностью личности со стороны общества чревата ксенофобией и межэтническими, а то и межнациональными конфликтами. Российское общество и так не только в малой степени консолидировано, но и в изрядной степени расколото для того, чтобы жестко фиксировать и инициировать противостояния.

Также и статусная идентификация фиксирует иерархически выстроенные социальные позиции, порождая соответствующие особенности социальных отношений типа личной преданности патрону, чинопочитания, карьеризма, самозванства и т.п. Самое главное — это в весьма малой степени выражает главные тенденции соотношения личности и общества, способов самоопределения личности, свойственные современному образу жизни. Одной из главных проблем российского общества еще XIX столетия был затянувшийся болезненный переход от этнической и статусной идентификации личности к идентификации ролевой и порождаемые этим переходом формы самозванства. Эта проблема — главный нерв всего творчества А.С. Пушкина³ — не только драматургии и прозы — вплоть до его лирики⁴.

В настоящее же время, в силу действия ряда общецивилизационных факторов, активно формируется новая персонология, в которой личность во все большей степени предстает как проект, или даже — как серия проектов, автором которых выступает сама личность⁵.

Успехи генной инженерии, трансплантологии, протезирования и т.п. позволяют даже саму телесность личности рассматривать как достаточно пластичную форму. Тело из «темницы души» на глазах постепенно, но достаточно интенсивно превращается в костюм, который можно не только украшать, перекраивать, но и менять. Разнообразные пластические операции, вплоть до операций по смене пола — убедительный пример такого рода.

Исключительные возможности «самопроектной» идентичности дают современные информационные технологии, средства связи и коммуникации. В интернете человек может выступать под самыми различными «никами», строить и позиционировать различные проекты самого себя — вне зависимости от возраста, пола, гражданства, этнической принадлежности и т.п. За одним интернетовским «ником» могут скрываться несколько лиц, а за несколькими — один и тот же. Более того, в этой виртуальной реальности человек может добиться вполне конкретного социального признания, состоять как личность в большей степени, чем в «реале»⁶.

Речь идет не просто о полном торжестве ролевой идентичности. Это идентичность именно проектная. Основной персонаж массовой культуры — личность как автопроект, постоянно корректируемый самим автором-исполнителем. Не только творческая, политическая деятельность, деловая активность, спорт выступают в наши дни полем реализации таких проектов. Это становится обыденным опытом, повседневностью. И такой опыт, в известной степени — самозванство, но в каком-то ином смысле.

Проблема современной личности заключается в том, чтобы реализоваться как некий бренд — в буквальном смысле. Причем речь идет о конкретной технологии разработки и реализации такого проекта, включающей выбор жизненной стратегии, формирование, позиционирование и продвижение определенного имиджа и репутации⁷. Это буквально применение маркетинговой технологии: формирование собственной востребованности, спроса на себя⁸ — не только на рынке труда, но и в социальных отношениях, личной жизни, в быту. Более того, срок жизни такого личностного проекта совпадает со сроком «жизни» товаров и соответствующих брендов:

5 — 7 лет. И это совпадает с наблюдениями не только специалистов по маркетингу, брендингу и PR, но и психологов. Причем подобный «культуральный возраст» никак не связывается с возрастом биологическим. Личностные бренды могут быть раскрыты и в детстве, и в пожилом возрасте. Разумеется, при этом не происходит полного отказа от статусных и ролевых идентификаций. Но они становятся некими признаками, используемыми в технологии формирования и продвижения бренда — так же, как биологическая и сексуальная привлекательность сохраняют важную роль и в самом продвинутом обществе. Статус и роль становятся не целью, конечным результатом идентификации, а средством реализации проекта. Ярким примером такого плана является творчество Б. Акунина, а в еще большей степени — Р.Э. Арбитмана, одновременно реализующего несколько самопроектов: автора детективов Л. Гурского, пародийного искусствоведа Р.С. Каца и др.⁹ Характерно название одной из книг Р. Арбитмана — «А вы не проект?»

Эта особенность современной жизненной стратегии была довольно точно названа Д.А. Приговым «самоидентизванством»¹⁰. В наши дни обитатели мегаполисов в той или иной степени находятся в динамичном перекрестии различных идентификаций: национальных и конфессиональных, профессиональных и семейных, возрастных и имущественных... Переключения ролевых функций в этом силовом поле происходят постоянно, почти мгновенно и на всем протяжении дня. И вряд ли можно говорить об очевидном доминировании какой-то одной из них, как это было исторически не так уж и давно, еще в советское время¹¹.

Важно понять, что социализация и принадлежность к группе в этой ситуации мало что значат. Если у индивида ничего не выходит из социализации в группе и если он при этом нуждается в роли (т.е. не удовлетворен своим статусом), он делается самозванцем — он не принадлежит ни обществу во всем его объеме, ни отдельным подразделениям такового. И в этом плане к каждому из нас сейчас вполне можно применить характеристику пушкинского Самозванца, который умеет жить так, как нужно жить в мире, в котором гибкая, развивающаяся личность отзывается на развивающуюся же и всегда эволюционирующую современность, умеет извлекать пользу

из нее. Самозванец, как актер, очищает роль от ее легитимированности, которой ее снабжает группа¹². Стоит напомнить, что М.М. Бахтин назвал бы такую позицию позицией вненаходимости — главным условием возможности смыслообразования и осмысления.

Фактически речь идет о том, что современный образ жизни у нас на глазах заложил основы новой антропологии. Он нивелировал привычные сезонные и суточные временные циклы, распылил не только большую (родовую), но и традиционную семью, реабилитировал нетрадиционные половые отношения, отделил любовь от деторождения, а само деторождение уже почти отделил от репродуктивных способностей человека (путем искусственного оплодотворения и выращивания эмбрионов в пробирках, грядущего клонирования). А главное — интенсифицировал динамику перемещений в пределах земной поверхности и ближнего космоса настолько, что способность к мгновенной ориентации и переключению кодов восприятия и поведения стала не столько основным фактором удачливости и успешности, сколько условием жизненной компетентности, если не добродетелью. И все это надо умножить на революцию в информационных технологиях. Личность предстает как странник, путник, навигатор, сталкер¹³. А главный человек — «человек без свойств», еще не реализованный, не идентифицированный, не явленный. Это хорошо знает любой автор: к нему подходят, задают вопросы — как автору каких-то текстов, а он сам уже другой, живущий замыслами и идеями еще не явленными, в этом плане — не идентифицированный...

Такое самоидентизманство предстает болевой точкой современной культуры и персонологии, порождающей новые острые проблемы этики, морали, социальной психологии, педагогики. Подобная открытая многомерность современной личности иногда пугает, настораживает. Однако, как представляется, можно говорить о серьезном достижении цивилизационного развития. Дело в том, что каждая идентификация совершенно не отменяет другие, а дает личности новую жизненную компетентность. Личность не фиксируется в жесткой социальной скорлупе, наоборот — перед нею открываются новые «окна возможностей», большая свобода выбора и реализации жизненной стратегии, выбора самих стратегий. И та-

кая свобода неизбежно сочетается с ответственностью, которой наделяется именно сама личность, а не ее «поводыри».

Однако важно понимать, что проектно-брендовая идентификация личности в условиях информационного общества, массовой культуры и рыночной экономики порождает довольно неоднозначную ситуацию.

Некоторые следствия: искусство, политика, мораль

Как отмечает, пожалуй, наиболее глубокий отечественный аналитик субъективности, «если воля — это... трансцендирующая сила, то дело заключается в самой решимости к разумному существованию»¹⁴. И такой акт решимости есть проявление изначальной жизненной спонтанности, живое действие субъективности, неоспоримый факт проявления жизни, ее осуществления в нашей активности. Не спекулятивной рефлексией самосознания, а фактом своего бытия субъект решает задачу своего обнаружения. Суть дела не в познании или идентификации, а в том, чтобы быть. Но что значит быть субъектом своего бытия?

Можно согласиться с З. Бауманом: современное общество подобно некоей жидкой среде¹⁵. Да и сам человек в ней подобен жидкости, принимающей различные формы, заполняющей пустоты и щели. Или, если воспользоваться другой метафорой, давшей название знаменитому роману М. Уэльбека, современная личность, ее Я — подобно элементарным частицам, живущим мгновениями и образующим короткоживущие комбинации. Сиюминутность, текучесть и изменчивость Я. Этакая максимизация возможностей при минимизации ответственности за последствия. И это уже *другая, новая мораль*, в основаниях которой нет ответственности, нет свободы. Этические проблемы сводятся к ресурсам и технологии. Сохраняется воля — желание, свобода хотения, но не как ответственность, а как потребление (политики, товара, услуги). Как идентичность «слабых».

Будучи буквальной реализацией великого проекта гуманизма Просвещения (с его лозунгами «человек есть мера всех вещей», «все на благо человека, все во имя человека») массовая культура объективно работает на «ценностное понижение». В традиционном обществе ценности выстроены иерархически, «вертикально». Массовая культура «съедает» эту вертикаль, при-

водя все ценности к общему знаменателю маркетинга. Ценности превращаются в рубрикаторы рынка массового потребления. Как в магазине «БуквоедЪ»: здесь про добро, тут про Бога, там — про дьявола, хочешь про любовь — у тебя спросят — про какую... Удовлетворению подлежит любая потребность, если она артикулирована, выражена. Бороться с массовой культурой бессмысленно — она сама по себе ни хороша, ни плоха — позитива в ней, наверное, даже больше. Но чему надо противостоять — и обязательно, так это «игре на понижение», давая личности ориентиры, вешки в этом «плоском» мире.

Средствами такого противостояния являются: гражданское общество (когда человек может, объединившись с себе подобными, решать свои проблемы), наличие полноценной элиты (задающей образцы нравственного, интеллектуального и эстетического плана), а также внятная культурная политика (направленная на поддержку социально и гуманитарно значимых видов деятельности). Но в условиях размытия этих факторов, а то и их отсутствия (как в современной России), утрачиваются критерии и основания автопроектов «жидких элементарных частиц».

Итогом своего многостраничного анализа С.В. Комаров делает вывод, что, если для классической философии стоял вопрос — как мыслить свое бытие, то для современной философии вопрос заключается в том, чтобы действительно быть¹⁶. Если согласиться с таким тезисом, напоминающим знаменитый «11-й тезис о Фейербахе» К. Маркса, то приходится признать этакий «триумф своеволия», по своим последствиям парадоксально сопоставимый с тоталитаристским «триумфом воли». Действительно, если современному человеку нельзя существовать, не продуцируя все новые и новые социальные роли, то это оборачивается утратой самого субъекта. Более, того, как отмечает сам С.В. Комаров, «чем понятнее, прозрачнее, даже примитивнее становится ролевое сознание, тем более проблематичными становятся целостность субъекта и единство его сознания»¹⁷. Собственно, именно это обстоятельство и явилось основанием постмодернистских дискурсов о «смерти автора», «смерти субъекта» и т.п.

Но дело не только в художественной стилистике. Дело в том, что собственно проектно-брендовая идентичность в мас-

совом обществе реализуется преимущественно в сфере потребления уже произведенных культурных форм, мифов, имиджей. Тем самым, ответственность за себя, за самопроектирование себя как бренда — разворачивается преимущественно в сфере потребления и масскульта.

Наверное, только в одной сфере деятельности такая жизненная стратегия является наименее социально опасной. Это сфера искусства, где речь идет именно о самоутверждении уникального видения автора, исполнителя, артиста. Но и тут мы имеем дело скорее не столько с художественным творчеством, сколько с формированием и продвижением бренда конкретной личности. Э. Уорхол, И. Глазунов, З. Церетели, Б. Акунин... Этот ряд можно продолжать и продолжать. И эти персонажи встанут в один ряд со звездами эстрады, спорта, популярными телеведущими. Ничто не мешает добавить в такой перечень политиков. И мы получим набор так называемых *публичных людей*, образующих обойму «светской тусовки», телевизионных ток- и просто шоу, а то и просто «лиц» товарных брендов — персонажей рекламы.

Тогда получается, что единственным работающим критерием успешности такого личностного проекта является степень достигнутой известности и узнаваемости личности-бренда, как товара, продаваемого на рынках массового потребления, включая политический рынок. Впору говорить о персонологии товара, о маркетинге как жизненной стратегии и вообще — технологии современной жизни. Золотое правило маркетинга: продавать не то, что производишь, а производить то, что будет продано. «Не рассказывайте им про свои семена, расскажите им про их газон». Личность как товар, общество как рынок, жизнь как маркетинг?

Как прозвучало на нашем круглом столе, «пространство брендов — не пространство людей». Действительно, достаточно вспомнить М. Джексона — яркий автопроект, выстроенный вне расовых, гендерных, возрастных, а в чем-то уже и просто человеческих признаков. И тогда в каком смысле автопроект — «авто»? Получается, что слухи о ведущей роли самой личности сильно преувеличены. Автопроект, как «автопилот», способен вести личность «на автомате», когда сам человек — лишь пассивный материал чьей-то востребованности и технологии.

Это ведет к тому, например, что З. Бауман называет «брешью», разрывом в политической жизни¹⁸. С одной стороны, современной политической культуре свойственны обезличенность и манипулирование, отсутствие реальной публичной политики, замена ее телевизионным шоу. С другой — сама политическая жизнь связана с формированием и продвижением индивидуальных брендов. Даже партии все в большей степени предстают не столько носителями идеологии и политических программ, сколько аппаратом по мобилизации электората вокруг неких ярких индивидуальных брендов политических лидеров. Даже международная политика во все большей степени сводит общественное к личностному («встречи без галстуков», демонстрация обнаженных торсов, «друг Рю» и «друг Владимир», которому его «друг Джордж» «заглянул в душу»...).

И такая брешь — серьезный вызов политической культуре современности. Подобное самоидентифицирование проявляется на индивидуальном и социальном уровнях политической жизни, и чревато тотальной безответственностью: как граждан, «избирателей» — потребителей неких брендов на рынке политического массового потребления, так и самих личностных «симулякров», стоящих за этими брендами. Причем безответственностью как де факто, так и де юре.

Последствия такого самоидентифицирования очевидны. В политической культуре это персонология дуче, вождей, фюреров, вроде Б. Муссолини. «Я один беру на себя ответственность...»¹⁹. Это устраивает «элементарные частицы», дает им возможность примкнуть к бренду мечты. Возложить на него чаяния и надежды, а самое главное — ответственность. В этом плане тоталитарные общества XX столетия были только пробами пера такой политической культуры. Речь идет не только о чреватости такой политической культуры диктатурой, авторитаризмом. Она по самой своей природе является популистской. И не так уж важно — выступает ли сам политик автопроектom или он является проектом, «брендом мечты» других: как брендом неких кукловодов, так и воплощением, персонификацией чаяний публики, «автоматом» этих «проектов».

Налицо и негативные последствия, нравственные издержки подобного самозванства на уровне обыденного сознания. Много и громко говорится о кризисе идентичности, пережи-

ваемом современной личностью под напором массового общества. Но при этом часто упускается из виду, что главной тенденцией является отнюдь не гомогенизация, нивелирование, стандартизация. Наоборот, — это стремление выделиться, попасть на экраны телевизоров любой ценой, попасть в книгу рекордов Гиннеса, оказаться в центре скандала, хоть на минуту, но прославиться, пережить свою «минуту славы» — все это разве не очевидный вектор «ненормативной нравственности»? Точнее, главенства единственной нормы: выделиться, быть замеченным, утвердить свое имя... Эта тенденция действует и в сетевых сообществах «людей-проектов» в Интернете.

Да и искусство в этой ситуации становится преимущественно «этическим экспериментом», а точнее — легальной площадкой для нарушения нравственных и прочих норм. На киноэкранах, в театральных и выставочных залах демонстрируются такие изломы морали и психики, которые в обывденной жизни неприемлемы и недопустимы.

Возможность «покупать», принимать и избавляться от идентичности, «быть в движении» стала в современном потребительском обществе признаком свободы²⁰. Эта тенденция с очевидностью видна в глянцевах журналах, да и масслитовских изданиях последних лет. Провоцирование личных повествований, многочисленные интервью в надежде обнаружить личное, частное «Я», раскрыть «внутреннюю истину» переживают пик популярности. Вместе с тем «желание откровений и раскрытие желаний создают видимость аутентичности», а многие исследования показывают, что личные рассказы — это просто повторения публичных дискуссий, устроенных общественными СМИ для представления «субъективных истин»²¹. Показательны в этом плане такие телевизионные проекты, как «За стеклом», «Дом-2», «Последний герой», реализующие якобы поиски реальности, проявлений индивидуальности, уникальности, неповторимости. Однако итогом оказывается не столько индивидуация, сколько шаблоны (этот — слаб, эта — стерва), т.е. — этикетирование.

И тогда приходится говорить о серьезной деформации нравственной культуры, размывании критериев добра и зла. Ведь зла никто не хочет, все хотят добра. Только представления об этом добре различны. Чикатило, как известно, пола-

гал, что творит добро, «очищая общество» от «плохих женщин». Но это крайний случай. Однако он лишь подчеркивает главную тенденцию — разрывание социальной ткани, когда речь идет уже даже не о сотрудничестве и партнерстве, а новом расслоении по возможностям самоидентифицирования как свободы и власти, по некоему «имиджевому капиталу» личности.

В этой связи больший интерес представляет другая тенденция. На книжных салонах последнего времени много говорится о буме биографической литературы. Более того, уже разворачивается повышенный интерес к литературе автобиографической, в которой сама личность становится автором раскрытия и собирания личностного опыта. Не через «искренность» как пересказ СМИ, а через «доверительность» личностных переживаний.

Так или иначе, но не только в литературе и других видах искусства, но и в политике, спорте, науке, обыденной жизни, во всех сферах деятельности личность все в большей степени предстает как проект и автопроект, позиционируемый и продвигаемый по всем правилам маркетинга и брендинга. Осознанно это делается или стихийно — уже не важно. Мы имеем дело со сложившейся технологией реализации профессиональной и жизненной стратегий. Речь идет уже не о постмодернизме «ускользании» автора, а о его идентификации, персонологической «сборке»²².

В этом плане можно говорить именно о действии двойной тенденции: жанрово-стилистической интеграции при одновременной дифференциации в рамках персонологического доверительно-интимного опыта. Речь идет о проявлении более общей тенденции формирования интегрального, глобального культурно-информационного пространства в сочетании с его дифференциацией. И слухи об усреднении и унификации — сильно преувеличены. В условиях массового общества такая сегментация и дифференциация могут только нарастать и углубляться, потому что только уникальное глобально.

А что может быть уникальней и неповторимей человеческой личности, ее чаяний и фантазий, надежд и упований?! Единственного полноценного и безоговорочного *fantasy* — и одновременно бренда — «магического артефакта», открываю-

шего дверь в царство собственной судьбы и одновременно — развития общества.

И на этой мажорной ноте можно было бы поставить точку. Но...

Российская специфика

Вся отмеченная проблематика по-особому актуальна для современной России, в которой до сих пор этническая и статусная идентичности играют серьезную, если не главную роль. Распад социальных тканей в 1990-х только усилил их роль. Этничность, место в социальной иерархии, связи играют ключевую роль в решении проблем бизнеса, собственности, политики на региональном и даже федеральном уровнях. И одновременно — все более активную роль начинают играть идентичность ролевая и даже проектная. Наиболее отчетливо эта тенденция проявляется, разумеется, в сфере искусства, шоу-бизнеса. Но нельзя не обнаружить ее и в политической жизни, особенно на самых верхних уровнях ее реализации.

Более того, само доминирование этнической и статусной идентичности выступает в качестве одного из серьезнейших факторов так называемого культурного барьера инновационному развитию страны. Как показывают исследования потенциала развития лидеров новой цивилизационной волны — Китая, Индии, Бразилии, сталкиваются с препятствиями, при всей их специфике, имеющими много общего. Речь идет о пережитках аграрного общества и преобладании иерархических структур и институтов социальной организации, таких, как авторитаризм, бюрократия, слабость правовой системы, клановость, семейственность²³. Совокупность этих факторов тормозит инновации, прежде всего — свободное развитие личности. Вместе с тем, для стран, демонстрирующих устойчивое инновационное развитие характерно доминирование именно ролевой идентификации с явным трендом идентификации проектной²⁴. В этой связи очевидно, что этнизация в сочетании с преувеличиваемой ролью конфессий не только ведет в тупик, но и серьезно отбрасывает российское общество назад.

Между тем, у российского общества имеется серьезный социально-культурный и персонологический потенциал. Речь идет о постимперской культуре как потенциале открытого

общества. Дело в том, что современная глобализация — проявление тенденции, действовавшей на протяжении почти всей истории и связанной с возникновением и развитием империй, каждая из которых была своеобразным проектом глобальной интеграции, ростом, «пробой пера» глобализации. Именно империи осуществляли цивилизационные прорывы в истории, оставляя после себя важнейший культурно-исторический опыт надконфессионального и надэтнического общественного и государственного обустройства. Все известные в истории империи (империя Александра Македонского, Древний Рим, Византия, империи древнего и средневекового Китая, Священная Римская империя, Австро-Венгерская империя) оставляли после себя великие культуры. Можно утверждать, что прорывы и «разливы» цивилизации в истории осуществлялись именно империями.

В империях же представители этнических меньшинств делают политические, научные, художественные, деловые, военные и прочие карьеры, которые просто немыслимы в условиях национальных государств. Поэтому представляется, что недавно чрезвычайно модная и оказавшаяся столь плохо продуманной тема толерантности является производной от процесса глобализации и может получить новую глубину и практическое наполнение именно в контексте постимперской политической культуры. Не случайно один из крупнейших теоретиков современного либерализма, рассмотрев все исторические формы государственности, пришел к удивившему его самому выводу, что наиболее толерантными из них были империи²⁵.

Не была исключением и Российская империя. Достаточно вспомнить роль и значение импульса развития России, который был задан Петром I. Можно даже говорить о «петровской идее», сохраняющей актуальность и для современной России, а возможно, и выходящей в наше время на первый план. Ее содержание связано с преобразованием общества, преодолением традиционных «барьеров» развития, выходом общества к новым горизонтам и качеству жизни. Основой такого преобразования стали ставка на просвещение, образование, науку, освоение самого передового опыта, мастерства в любом деле, формирование новой просвещенной элиты, кропотливая работа по созданию новых норм, социальных институтов,

структур, отбор лучших, эффективных специалистов и лидеров своего дела в России и за ее пределами, их поддержке. Мощный «петровский импульс» стал решающим фактором развития страны во всех сферах жизни российского общества, вывел Россию на уровень «фронта» мировой цивилизации.

Речь идет не об апелляции к имперскому началу, империи как таковой — претензии безосновательны и ведут в тупик, а об апелляции к конструктивному содержанию имперской культуры, в которой многое способствует снятию противостояний, раздробленности, развитию государственности и просвещению, гуманитарному развитию, личностной реализации. В этом плане постимперские культуры представляют несомненный интерес как предпосылки и ресурс социального и гуманитарного развития. Примеры стран, сделавших ставку на использование этого потенциала — скажем, Сингапур — яркий тому пример и подтверждение.

В этом плане, у России, находящейся сейчас в достаточно благоприятной для нее политической ситуации имеются все возможности для вхождения в глобализированный мир, возможности воспользоваться сполна его перспективами. И речь идет не столько о природных ресурсах, сколько именно о социально-культурном человеческом потенциале — главном наследии постимперской культуры.

Тематика постимперского наследия применительно к современной России остра и парадоксальна. С одной стороны, в политической риторике проявляются новые имперские амбиции («Проект Россия», евразийство и пр.). Одновременно, с другой стороны, демонстрируется явная растерянность перед этой темой сторонников либерализма (хотя сам либерализм возник именно в имперском общественном сознании, порожден соответствующими культурами).

При этом путаются понятия, что ведет в тупики несостоятельности политического дизайна и его наполнения.

В общественных дискуссиях об «империи» говорится преимущественно метафорически, на уровне идеологической мобилизации, но не решения практических вопросов. Дилемма «империя — нация-государство» оказывается несостоятельной с точки зрения культуры и идентичности: все империи (включая Россию и СССР) уже были в той или иной степени государ-

ственными нациями. Опросы населения показывают, что за так называемым «имперским синдромом» реально стоит не ностальгия по империи, а желание качественного иного уровня жизни, справедливости²⁶. Надуман и вопрос о «кризисе идентичности», реально за которым стоит проблема личностной самореализации в новых цивилизационных условиях. В Российской империи и в СССР была национальная идентичность. Можно, конечно, смеяться над «новой исторической общностью «советский народ», но именно эта, сохраняющаяся пока еще идентичность, обладает колоссальным интеграционным потенциалом и способна порождать не только фантомные боли.

Российская культура всегда развивалась за счет рецепции и взаимодействия с другими культурами, впитывая и развивая достижения науки, техники, искусства, образования других народов. Каждая освоенная культура дает новую дополнительную жизненную компетентность, определенное «конкурентное преимущество». И у носителей российской имперски собирательной культуры культур есть очевидные преимущества. Недаром наши эмигранты так легко адаптируются к культурам других обществ, сохраняя свою российскую идентичность.

Аналогично и проблема сохранения и развития «русского мира» декларируется, но не переводится в план технологии решения, в том числе — проблемы (им)миграции. Между тем, культура и язык выступают мощным ресурсом консолидации элит, неполитической интеграции.

Сталкивается с проблемой и тезис о великодержавности: в современном обществе величие страны определяется не столько размерами, ресурсами и военной мощью, сколько ее «престижем», привлекательностью для «новых людей», человеческого капитала, являющегося трендом развития общества.

В нашем контексте важно понимать, что эти «новые люди» — реальный человеческий капитал современного российского общества — являются носителями именно ролевой и проектной идентичности. Анализ всех отмеченных «проблем» показывает, что фактически речь идет не об «имперском синдроме» и «кризисе идентичности», а о несоответствии российской реальности массовым ожиданиям населения, готового к самореализации на основе новой персонологии и культурной интеграции²⁷.

Культурно-историческое наследие, достижения культуры и искусства современной России в условиях глобализации получают возможности выхода и интеграции в глобальное культурное и информационное пространство. И во всех этих случаях речь идет о ресурсе постимперской культуры для решения вопросов качества жизни и соответствующей социальной политики, без решения которых невозможны как внутренняя, так и внешняя политика современной России.

Нобелевские премии последних десятилетий по экономике получены именно за разработки социальной политики, использование социально-культурных человеческих ресурсов. Понимание этого обстоятельства проходит мимо сознания нашего правящего класса и «реформаторов», демонстрирующих политическую и интеллектуальную несостоятельность даже не столько созданием ситуации отсутствия союзников у России, созданием «врагов» иногда на пустом месте, сколько пониманием социальной политики, социально-культурной сферы (здравоохранения, науки, образования, культурной жизни) как «непроизводительной» нагрузки на государственный бюджет. Российский правящий класс понимает, зачем ему «труба», зачем ему люди, обслуживающие «трубу», зачем ему люди с ружьем, охраняющие его и «трубу». Но он плохо понимает, зачем в этой стране живут остальные сто миллионов граждан. А лица с личной инициативой не то что не получают поддержки, но даже вызывают настороженность.

Поэтому проблема России не столько в «цивилизационном выборе», ограничивающем возможности ее развития (а то и сводящем ее на обочину мирового развития), сколько в способности воспользоваться имеющимися историческими возможностями. Речь идет именно и прежде всего о внятной и вменяемой социальной политике и политической воле к ее реализации.

Тем самым открывается перспектива выхода из тупика альтернативы «глобализм — национальный изоляционизм», к новой интеграции и цивилизационному «фронтиру». Выявляется и несколько иная роль государства — не рантье, а оптимизатора природных и человеческих ресурсов российского общества на основе соответствующей социальной политики.

Будет сохранен человеческий потенциал — остальное приложится. А уж чего-чего, а креативного потенциала, неповторимого творческого «драйва», российской культуре и ее носителям не занимать.

Ergo: тем не менее

Человечество вступает в новую антропологическую и персоналогическую стадию развития. В свое время М. Лютер и И. Кант сделали личность автономно управляемой. Согласно известной формуле К. Маркса, они освободили личность от рабства внешнего, чтобы «закрепить его в душе». Кстати, именно этого не понимают исламистские и православные фундаменталисты в идее прав человека. Они настаивают на обязанностях, не понимая или не желая понять, что долг уже может быть сформирован. Задача общества признать право на долг, на свободу его выбора — со всеми вытекающими последствиями. Это разные стадии зрелости личности и общества.

Наверное, с этим и связан возможный критерий нравственной оценки автопроектов. «Есть двоякого рода идейный фанатизм, — писал мудрый С.М. Дубнов, — первый желателен и даже обязателен для человека убежденного, второй абсолютно вреден. Первый заключается в том, что человек, имеющий определенный убеждения, стремится согласовать с ними свои поступки... Он должен быть фанатиком своей идеи, оставаясь в то же время толерантным к противоположным мнениям... Но есть другой тип фанатиков: люди, которые, считая свой образ мыслей единственно верным, преследуют людей противоположного образа мыслей, стараются путем насилия и притеснения внушить веру в то, что они сами считают истинной. Такой фанатизм, даже будучи искренен, вреден»²⁸. Если применить это к нашей теме, то речь, фактически, идет о различении самозванства и призвания, о котором я писал раньше²⁹. Критерий — не по цели, а по средствам. Если кто-то стремится сделать других счастливыми помимо и вопреки их воле, даже во имя и от имени этих других — это самозванство, ничтожащее свободу, а значит и бытие. И другое дело, если я ставлю такие эксперименты на себе самом, следуя некоему взятому на себя долгу, следуя призванию — не за счет других, хотя и, возможно, — во имя других. Долг направлен не извне вовнутрь,

а изнутри вовне, так же как и достоинство — не изнутри вовне, а наоборот. Не мое дело судить о своем достоинстве. Так же как и никто не вправе говорить мне о моем долге. Но чем более нравственно и интеллектуально развита личность, тем шире поле ее ответственности и понимания того, насколько я обязан всем.

Некоторых отечественных мыслителей пугает идея автономной морали, практика формирования и продвижения личностного имиджа. Предлагаемая С.В. Комаровым идея «мерцающего субъекта» — восстанавливаемого усилием воли постоянного баланса на границе «ленты Мебиуса», «складки бытия», — решает проблему только на словах. Избегание полной объективации в маске роли, захваченности внешним миром вещей имиджа личности за счет сохраняемого усилием воли самосознания «внутреннего мира» — не более чем метафора. Внутренний мир — тот же внешний. Самосознание подобно ленте Мебиуса, у которой нет внешнего и внутреннего. Человеческое сознание социально по своей природе, а индивидуализация — не что иное, как индивидуально-неповторимая целостность социализации.

Проблема — в точке сборки этого уникального единства внешнего=внутреннего и в понимании ответственности за эту уникальность. Существоем ли мы сами по себе и для себя? Где и когда? И интересны ли мы как таковые кому бы то ни было? Каковы критерии такого интереса? И есть ли они? Пока можно сказать только одно: весь опыт истории показывает, что судить по целям — верный путь в социальный ад. Цели всегда благородны, никто не хочет зла. Если судить, то только по средствам.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Наиболее полное изложение проблемы см.: *Тульчинский Г.Л.* Свобода и смысл. Новый сдвиг гуманитарной парадигмы (Российские исследования в гуманитарных науках. Т. 16). — Lewiston; Queenston; Lampeter: The Edwin Mellen Press. 2001; *Тульчинский Г.Л.* Постчеловеческая персонология. Новые горизонты свободы и рациональности. — СПб.: Алетейя, 2002.

² Подробнее см.: *Тульчинский Г.Л.* Новая антропология: личность в перспективе постчеловечности // Семиозис и культура: философия и феноменология текста. Вып. 5. — Сыктывкар, 2009. — С. 7 — 20; *Тульчинский Г.Л.* Самозванство, массовая культура и новая антропология // Человек. 2008. № 1. — С. 43 — 57.

- ³ О «пушкинском уроке» см.: *Тульчинский Г.Л.* Самозванство, массовая культура и новая антропология: перспективы постчеловечности // Человек.гу. Гуманитарный альманах. № 4. Антропологические практики в искусстве. — Новосибирск, 2008. — С. 42 — 66.
- ⁴ См. также: *Давыдов А.П.* Духовной жаждою томим. А.С. Пушкин и становление «срединной культуры» в России. — Новосибирск: Сибирский Хронограф, 2001; *Ильенко С.Г.* Самозванство и случай как содержательно-интегрирующие доминанты художественно-стилевой основы «Повестей покойного Ивана Петровича Белкина» // Известия РГПУ им. А.И.Герцена. Научный журнал. № 5 (11). Общественные и гуманитарные науки (Философия, языкознание, литературоведение, культурология, история, социология, экономика, право). — СПб, 2005.
- ⁵ Речь идет именно о новой фазе, качественно отличной, например, от споров конца XIX — начала XX столетий о «самоэмансипации» в среде российской интеллигенции — как революционно-демократической, так и представителей этнических меньшинств, стремившихся к выходу на европейские культурные горизонты. Описание этих процессов см.: *Дубнов С.М.* Книга жизни. Т. I. Воспоминания и размышления. Материалы для истории моего времени. — СПб: Петербургское востоковедение, 1998.
- ⁶ Помню, как я впервые взял с собой в Москву младшую дочь, которой тогда было всего 13 лет. По приезде в столицу, еще на перроне я быстро понял, что это не «я ее взял с собой», я сам — только «сопровождающее лицо». Нас встречали, препровождали, сдавали с рук на руки молодые люди вполне зрелого студенческого возраста. Оказалось, что в ее блоге, где она выступает под псевдонимом, свыше 450 подписчиков, и она — известный сетевой автор.
- ⁷ См. также: *Леонтьев Д.А.* Труд становится человеком и удовольствие оставаться обезьяной // Человек.гу. Гуманитарный альманах. № 3. — Новосибирск, 2007. — С. 164 — 168; *Леонтьев Д.А.* Феномен свободы: от воли к автономии личности // Только уникальное глобально. Личность и менеджмент. Культура и образование. — СПб., 2007. — С. 64 — 89; *Шеманов А.Ю.* Самоидентификация человека и культура. — М., 2007.
- ⁸ См., например: *Беквит Г., Беквит К.К.* Сам себе бренд: Искусство продажи себя. — М., 2007; *Питерс Т.Дж.* Преврати себя в бренд: 50 способов сделать из себя бренд. — М.; СПб.; Киев, 2008.
- ⁹ См. автоинтервью Р.И. Арбитмана в данной подборке материалов.
- ¹⁰ *Пригов Д.А.* Само-иденти-званство // Место печати. Журнал интерпретационного искусства. 2001. № 13.
- ¹¹ Можно согласиться с Д.А. Приговым, что особенностью тоталитарных режимов является именно жесткое доминирование «“больших” идентичностей» (*Пригов Д.А.* Само-иденти-званство. — С. 24).
- ¹² *Смирнов И.П.* Самозванство, или Ролевая революция // Место печати. Журнал интерпретационного искусства. 2001. № 13. — С. 48.
- ¹³ См. также: *Смирнов С.А.*: Культурный возраст человека. Философское введение в психологию развития. — Новосибирск, 2001; Бытие в свободе, или Проблема культурной идентичности че-

ловека в ситуации онтологического перехода // *Философские науки*. 2004. № 3; *Антропология перехода* // *Человек.ру*. Гуманитарный альманах. № 2. — Новосибирск, 2006. На материале собственной судьбы это странничество описано Е. Хеллберг-Хирн в настоящей подборке.

¹⁴ *Комаров С.В.* Метафизика и феноменология субъективности. Исторические пролегомены к фундаментальной онтологии сознания. — СПб., 2007. — С. 726.

¹⁵ См.: *Бауман З.* Текущая современность. — М.; СПб., и др., 2008.

¹⁶ См. там же.

¹⁷ Там же. — С. 14.

¹⁸ См.: *Бауман З.* Текущая современность. — С. 206 — 210.

¹⁹ И ведь пришлось!

²⁰ См.: *Бауман З.* Текущая современность. — С. 96.

²¹ См. там же. — С. 95.

²² В плане подобной динамики показательна и ситуация, сложившаяся с моими «Историями по жизни (Опыт персонологической систематизации)». Книга, содержащая фиксацию сугубо личного опыта, некое личностное предание, выпущенная в научной серии малым тиражом, вызвала острейший отклик и повышенный спрос, вынудивший издателя прибегать к допечаткам. «Истории...», как и весь проект «опыта персонологической систематизации», первой частью которого является книга, — попытка поиска аутентичности, идентичности. Речь идет о личностном эксперименте индивидуации со всеми рисками и последствиями ее реализации, включая требования к жизненной компетентности в преодолении последствий.

²³ См.: *Ясин Е.Г., Снеговая М.В.* Тектонические сдвиги в мировой экономике: что скажет фактор культуры. — М., 2009. — С. 90 — 92.

²⁴ См.: *Culture Matters: How Values Shape Human Progress* /Ed. by *L. Harrison, S. Huntington*. — N. Y., 2000; *Харрисон Л.* Главная истина либерализма. Как политика может изменить культуру и спасти ее от себя самой. М., 2008.

²⁵ См.: *Уолцер М.* О толерантности. — М., 2000.

²⁶ См.: *Наследие империй и будущее России*. — М., 2008. — С. 103 — 138.

²⁷ См. там же.

²⁸ *Дубнов С.М.* Книга жизни. Воспоминания и размышления. Материалы для истории моего времени. — СПб.: Петербургское востоковедение, 1998. — С. 102.

²⁹ См.: *Тульчинский Г.Л.* Самозванство. Феноменология зла и метафизика свободы. — СПб., 1996.