



НОВОЕ В ФИЛОСОФИИ



Проективный философский словарь



Выпуск 3

В этот выпуск презентации нового издания «Проективного философского словаря» вошло несколько статей, связанных с осмыслением современного статуса личности — источника, механизма и результата постижения и преобразования действительности.

СЛОВАРНЫЕ СТАТЬИ

АВТОПРОЕКТИВНОСТЬ ЛИЧНОСТИ (person as self-project) — характеристика позиционирования и самопозиционирования личности, свойственная современности.

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, состояться как личность в большей степени, чем в «реале».

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.

Основной персонаж современности — 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 [3].

Именно этим объясняется беспрецедентный взлет престижа профессии актера — лицедея, еще в начале прошлого столетия профес-

сии сомнительной: во времена А.П. Чехова, а тем более А.Н. Остро-вского к актерам, актрисам относились как людям второго сорта. Прежде всего, как к людям бесстатусным. Ныне же их личная жизнь, одежда, диеты, болезни, их времяпровождение, их планы, их дети — главные события в потоке новостей информации. Они — «звезды», которые и на льду танцуют, и боксируют, и экстрим преодолевают, и возглавляют партийные списки на выборах.

Современная личность не просто продукт мегаполисов. Она — проект в условиях глобализации и информатизации. И не просто проект, а проект, предполагающий успешность его реализации как бренд.

В условиях массовой культуры проблема личности заключается в том, чтобы реализоваться как некоему бренду — в буквальном смысле [2]. На первый план выходит выбор проекта, автором которого является сам человек. Причем, речь идет о довольно конкретной технологии разработки и реализации такого проекта, включающей выбор жизненной стратегии, формирование, позиционирование и продвижение определенного имиджа и репутации [1]. Это буквально — применение маркетинговой технологии: формирование собственной востребованности, спроса на себя — 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 — не более 5 — 7 лет. Причем этот «культуральный возраст» никак не связывается с возрастом биологическим. Личностные бренды могут быть раскручены и в детстве, и в глубоко пожилом возрасте. Можно долго, как Аленушка у пруда, сидеть и ждать свою судьбу: работу, личное счастье. Но если ты чего-то хочешь, ты обязан об этом заявлять. Если ты хочешь, чтобы о тебе знали, надо о себе сообщать, выводить себя в информационное, социальное, экономическое, политическое, культурное пространство. Возможности для такого самопродвижения в наше время исключительные. Информационные технологии, глобализация создают потрясающие перспективы установления личных и профессиональных контактов.

Вопору говорить о персонологии товара, о маркетинге как жизненной стратегии и вообще — о 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? Пространство брендов — не пространство людей. Достаточно вспомнить Майкла Джексона — яркий автопроект, выстроенный вне расовых, гендерных, возрастных, а в чем-то уже и просто человеческих призна-

ков. 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.

В этой связи чрезвычайно важной становится роль образования, которое не может ограничиваться только передачей совокупности дисциплинарных знаний и обучением стандартным навыкам. Система общего и профессионального образования должна не только учить элементам самоопределения и самопозиционирования личности, но и выступать площадкой реализации и продвижения личностных проектов.

Открытая многомерность современной личности иногда пугает, настораживает. Однако, как представляется, можно говорить о серьезном достижении цивилизационного развития. Дело в том, что любая 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», бóльшая свобода выбора и реализации жизненной стратегии, выбора самих стратегий. И такая свобода, неизбежно, сочетается с соответствующей ответственностью, которой наделяется именно сама личность, а не ее «поводыри». Но всегда ли готовы семья, школа, конкретный педагог, общество в целом к такой постановке дела?

Литература:

1. Леонтьев Д.А. Феномен свободы: от воли к автономии личности // Только уникальное глобально. Личность и менеджмент. Культура и образование. — СПб., 2007. — С. 64 — 89.
2. Тульчинский Г.Л. Личность как автопроект и бренд: некоторые следствия // Философские науки. 2009. № 9.
3. Тульчинский Г.Л. Самозванство, массовая культура и новая антропология: перспективы постчеловечности // Человек.ru. Гуманитарный альманах. № 4. Антропологические практики в искусстве. — Новосибирск, 2008. — С. 42 — 66.

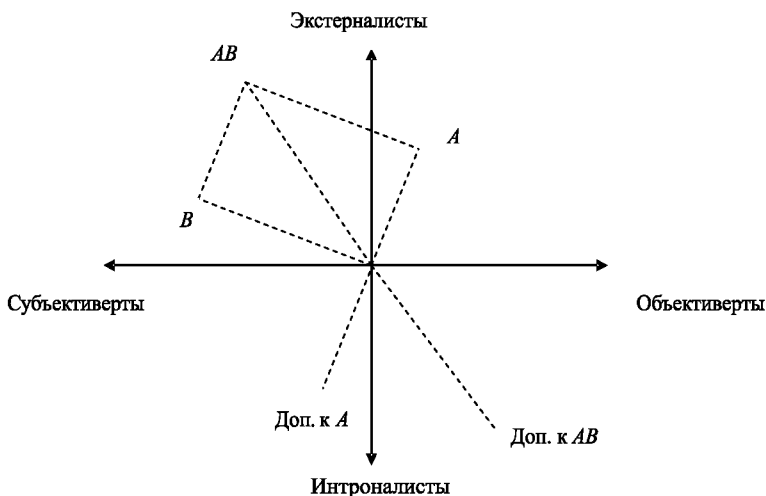
Г.Л. Тульчинский

ВЕКТОРНАЯ ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ (vector typology for persons) — аналитическая характеристика личности, основанная на систематизации видов ее направленности (интенциональности) относительно внешнего и внутреннего мира.

Как известно, К.Г. Юнгом [3] было введено различие двух основных типов личности: экстраверты и интроверты. Ф. Эмери [2] эта типология была развита по четырем характеристикам: «объективерты» (люди, поступающие преимущественно под воз-

действием внешних обстоятельств); «субъективверты» (поступающие преимущественно под воздействием внутренних импульсов); «экстерналисты» (стремящиеся изменить внешние обстоятельства); «интроналисты» (стремящиеся измениться сами). Это позволяет выделить четыре основных типа личности: «объективированные экстерналисты», «субъективированные экстерналисты», «объективированные интроналисты» и «субъективированные интроналисты».

Такая типология открывает возможность соотнесения количественного выражения каждой из четырех характеристик, например, в виде пространства, задаваемого четырьмя осями координат:



Поскольку каждая из осей, по сути дела, — шкала степени выраженности соответствующих характеристик, постольку конкретная личность может быть связана с определенной точкой в этом пространстве. Модель позволяет не только задать характеристику конкретной личности (например, *A* или *B*) — как место в этом пространстве, но и определить тип личности, уравнивающий данную, построив вектор в противоположном направлении через центр (см. доп. к *A*).

Модель позволяет также определить тип «коллективной личности», которую образуют два человека. Для этого надо построить параллелограмм векторов двух личностей. Например, *AB* как коллектив *A* и *B*. Более того, можно выявить тип личности, уравнивающий такую пару (см. доп. к *AB*). Наблюдения показывают, что если *A* и *B* — муж и жена, то у ребенка будет формироваться характер, близкий дополнительному к *AB*. Такой подход может быть применен к любому коллективу.

В качестве осей векторной типологии могут быть взяты и другие параметры, например: цинизм — совесть, нетерпимость — толерантность. В этом случае получаются четыре основных типа: «циничные нетерпимщики», «циничные толеранты», «совестливые нетерпимцы», «совестливые толерантщики». Такая типология содержательно совпадает с недавней типологией, предложенной М.Н. Эпштейном [2]: «бессовестные идеалисты», «бессовестные циники», «совестливые идеалисты» и «совестливые циники».

Можно также предложить модель, задав оси: цинизм — идеализм и честь — совесть (стыд). Циники — люди без принципов, идеалисты — с принципами, идеалами. Честные — руководствующиеся представлениями о социально-внешних, корпоративных идеалах (офицерская, женская и т.п. честь). Совестливые (стыдливые) — руководствующиеся внутренне признанными ими представлениями о допустимом.

Модели, предлагаемые в рамках векторного подхода, являются операциональными, и не несут морализаторских амбиций.

Векторный подход к типологии личности является одной из конкретизаций смещения акцента в анализе со структурного рассмотрения к анализу динамических характеристик социально-гуманитарных явлений, **социальных сил** (см.), что свойственно **новому сдвигу гуманитарной парадигмы** (см.) в целом.

Литература:

1. Акоф Р., Эмери Ф. О центростремительных системах. — М., 1974.
2. Эпштейн М. <http://mikhail-epstein.livejournal.com/25314.html#cutid1>
3. Юнг К.Г. Психологические типы. — СПб., 2001.

Г.Л. Тульчинский

ИСТОРИИ ПО ЖИЗНИ (life stories) — персонологическая этнография, личностное предание, форма и жанр **скриптизации бытия** (см.). И.п.ж. — реальные жизненные истории, которые рассказываются в разных ситуациях, когда люди делятся житейским опытом. Их рассказывают при знакомстве и застолье, при уходе за детьми и в назидание детям, т.е. в «ситуациях общения», когда люди делятся, наверное, самым интересным и важным — житейским опытом. Они обладают повышенной доверительностью, занимательны и необычны, в них фиксируется и транслируется уникально-личностный опыт.

И.п.ж. является не всякая житейская история. Это не пересказ прочитанного, увиденного в СМИ. Они содержат в себе как элементы воспоминания, так и исповеди. Кроме того, это истории не обычные, «остраняющие» житейский опыт. Поэтому такие истории всегда поучительны — в том смысле, что дают новое осмыс-

ление привычного, содержат некоторый урок, мораль. И при этом они должны быть занимательны и даже смешны — в них должна быть радость понимания: «Вот как оказывается в самом-то деле». Они чем-то напоминают анекдоты — типовой опыт, тогда как и.п.ж. — описание опыта уникального, достигающее уровня осмысления и обобщения, близкого к притче. Наверное, это и есть своеобразные притчи, легенды как часть личной культуры, личное предание, личная мифология [3].

Получается своеобразное этнографическое исследование субкультуры, состоящей из одного носителя, и воспроизводство некоей персонологической мифологии «в одном флаконе». «Память есть хранилище следов от впечатлений личности на всем протяжении ее бытия, а воспоминание есть акт, извлекающий эти следы из их хранилища и объединяющий настоящее с прошлым в одно душевное целое, образующее данную индивидуальность. В обычном состоянии душа дифференцирована, занята мыслями и заботами данного дня; нижние пласты былых впечатлений закрыты верхним пластом текущих восприятий. Когда же силою воспоминания приводятся в движение и нижние, глубокие пласты памяти и пережитое воссоединяется с переживаемым, тогда душа интегрируется, становится цельною и устойчивою» [1, 556 – 557]. И «великий праздник для души — обрести вновь кусок прежней жизни, реставрировать часть самого себя. Ибо душа есть совокупность пережитого, передуманного и перечувствованного. Воссоединение частей этой совокупности есть акт интеграции души» [1, 305].

Если суммировать сказанное, то получается, что истории по жизни это рассказы:

- «реальные» — в них описываются реальные жизненные истории, ситуации, события;
- повышенной доверительности — участником и свидетелем описываемого являлся сам рассказчик или человек его близкого круга;
- «не обычные», т.е. содержащие эффект остранения привычного;
- поучительные, содержащие некую мораль для слушателя или читателя;
- занимательные, слегка *fanny* — в них должны выражаться положительная эмоция радости узнавания нового и чувство юмора;
- уникально-личностные — в них фиксируется и транслируется уникально-личностный опыт;
- персонологичные, выражающие личностное предание как часть личной культуры — отсюда и их притчевый жанр.

Истории по жизни — жанр обычно устный. Их запись и систематизация предполагают, как минимум, два шага. Во-первых, зафиксировать некие типичные жизненные ситуации — «фреймы» бытия», тематизировать бытие в типичные темы личностного существования. Во-вторых, наполнить эти фреймы конкретными сюжетами конкретного личностного предания. «Заданной культурной традицией внемысленной позиции мысли, с которой она могла бы тематизировать саму себя как участницу взаимодействий с миром, теперь не существует. Человек должен индивидуально, на свой страх и риск, сконструировать данную позицию, и уж тогда можно принимать решение о том, как выстроить отношение с надындивидуальной ментальностью» [2, 134].

В своем существовании человек одинок, но само это существование происходит во множестве ситуаций и обстоятельств того конкретного мира, в котором человек живет. Поэтому истории по жизни — своеобразная запись, фиксация этих обстоятельств, но обстоятельств именно вот этого конкретного человека, наполняющих переживание им своей судьбы и времени, отливающихся в формы экзистенциалий.

Опыт записи и.п.ж. [3] показывает, что их количество убывает по мере прохождения сюжетов жизненного пути. Это подтверждает сказанное об и.п.ж. как о фактах-событиях личного жизненного опыта. Разумеется, они в молодости ярче («на новенького»). С возрастом опыт насыщается. Его уже трудно удивить.

Своеобразие данного жанра скриптизации бытия порождает непростое, но важное обстоятельство. Фактически исповедальный характер такой систематизации серьезно затрудняет публикацию такого материала. Одно дело и.п.ж. в устном исполнении, и совсем другое дело — публикация, когда они превращаются в своеобразный документ, свидетельство. В историях упоминаются реальные, узнаваемые люди. Истории могут оказаться обидными, в чем-то несправедливыми. Однако важно понимать, что это истории не о людях, а о ситуациях ими порождаемых, о ситуациях, в какие они попадают. При этом сами ситуации описываются с точки зрения конкретной личности рассказчика и выражают его личную точку зрения. Это истории, в конечном счете, не об их персонажах, а о самом авторе.

Публикация и.п.ж. — действенное средство персонологической обращенности к миру, меняющее отношения и людей, включая самого автора, для которого открываются некоторые особенности его собственной личности. Возникает некая новая реальность с более глубоким уровнем отношений и понимания. В этом плане и.п.ж. являются формой **онтофании свободы** (см.), проявлением, осуществлением свободы, воплощением ответственности.

При этом и.п.ж. как жанр оказываются связанными с двумя общими тенденциями современной культуры. С одной стороны, это интеграция жанров на основе некоей стилистической платформы, в качестве каковой выступает фэнтези [4]. Это — неизбежный результат выхода на первый план ее главного качества как продукта массового производства и массового потребления — формирования мифологии современного общества. Такая интеграция обеспечивает возможности все более тонкой дифференциации и сегментации рынков массовой литературы и не только. Фэнтези обеспечивает возможности формирования супербрендов и их диверсификации в другие сегменты массовой культуры.

С другой стороны, и.п.ж. связаны с тенденцией дифференциации, включая нарастание интереса к биографическим и исповедальным текстам [3]. Иногда эти процессы приобретают весьма причудливые формы. Буквально на глазах интеграция втягивает в массовую литературу различные опыты скриптизации бытия: исповедальные тексты, воспоминания, дневники и т.д. На книжных салонах последнего времени много говорится о буме биографической литературы. Но уже разворачивается повышенный интерес к литературе автобиографической. Эта тенденция с очевидностью видна в глянцевах журналах, да и в масслитовских изданиях последних лет. Массовый читатель проявляет все нарастающий интерес к реальным переживаниям и доверительно презентуемому личностному опыту.

В этом плане можно говорить именно о действии двойной тенденции: жанрово-стилистической интеграции массовой литературы при одновременной дифференциации в рамках этого единого жанра, доходящей до персонологичного доверительно-интимного опыта. Речь идет о проявлении более общей тенденции формирования интегрального, глобального культурно-информационного пространства в сочетании с его дифференциацией. И в условиях массового общества такая сегментация и дифференциация могут только нарастать и углубляться, потому что только уникальное глобально. И вряд ли существует что-то уникальней и неповторимей, чем человеческая личность. И.п.ж. не только фиксируют типичные ситуации (фреймы) обыденного индивидуального жизненного опыта, но сам нарратив выполняется в стилистике обыденного дискурса. Поэтому они являются ярким примером отмеченной интегральной тенденции.

Литература

1. Дубнов С.М. Книга жизни. Воспоминания и размышления. Материалы для истории моего времени. — СПб.: Петербургское востоковедение, 1998. — С. 556 — 557.

2. Румянцев О. Конец трагического бытия // Катарсис: метаморфозы трагического сознания. — СПб., 2007.

3. Тульчинский Г.Л. Истории по жизни. Опыт персонологической систематизации. — СПб.: Алетейя, 2007.

4. Тульчинский Г.Л. Массовая литература в современном обществе: эволюция жанров — к персонологичному фэнтези // Феномен массовой литературы в современной России. — СПб., 2008. — С. 17 — 26.

5. Тульчинский Г.Л. Опыт систематической персонологии: «истории по жизни» как исповедальный жанр // Исповедальные тексты культуры. — СПб.: СПбГУ, 2007. — С. 71 — 75.

Г.Л. Тульчинский

САМОИДЕНТИЗВАНСТВО (self made calling and identification) — позиционирование и идентификация личности, свойственные современному образу жизни. С. связано с динамикой **способов идентификации личности** (см.) и с переходом от традиционных способов, свойственных традиционному обществу (этнического и статусного), а также обществу модерна (ролевая). Термин С. предложен Д.А. Приговым в свойственной ему эпатажной манере — как «само-себя — включая много чего — с преимущественным акцентом на чем-то — при мобильности переноса акцента — с сохранением единства личности — среди многого всего — идентизванство» [2, 10 — 11].

В наши дни проблемы, традиционно понимаемые как ценностно-онтологические, предстают как манипулятивно-процессуальные, как реализации определенных социально-коммуникативных технологий. К жителю современного мегаполиса и глобализированного мира 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... Он все смотрит вперед, на мир изменяющихся ценностей и изменяющихся основ, в котором каждый день меняются сами оценочные категории» [4, 208]. М.М. Бахтин назвал бы такую позицию позицией вненаходимости — главным условием возможности смыслообразования и осмысления.

Такой опыт в определенном плане выступает как **самозванство** (см.), потому что «кто кому указ — скачи на лошади, занимайся подсечным земледелием, пиши картины с натуры, дома и в мастерской... следуй высоким образцам высоких утопий, расписывай матрешки и яйца, сотвориай иконы, сочиняй баллады и романы в стихах, играй на жалейке и танцуй гопака, води народные хороводы, притворяйся и самоназывайся — кто тебе указ? Кто запретит? Кто посмеет указать что-либо? Мы сами же первыми восстанем на такого. Да уже и

востали» [2, 32]. Однако речь идет не просто о своеволии, а об отклике личности на внешние востребованности, о реализации себя как **автопроекта** (см.). С. становится условием и требованием к жизненной компетентности современной личности.

Человек сегодня — некий постоянно иной, своеобразный странник, иннок в этой обыденной жизни. Не просто «свой среди чужих, чужой среди своих», а фигура вроде разведчика «на холоде». Речь идет уже не просто о ролевом понимании личности, а о практике и технологии ролевой мобильности, переключения ролей и манипулирования собственной идентичностью. Типологически он един с пушкинским Самозванцем, который «по нраву всем», поскольку абсолютно адекватен ситуации, в которой он находится «здесь и сейчас». Это — модель, эффективно и успешно использованная в отечественной политехнологии на стыке столетий, и именно с опорой на образ Штирлица, выстраивание некоего одновременно собирательного и легко диверсифицируемого имиджа, который «по нраву всем», с опорой на личностный профессиональный опыт вербовщика «на холоде», который говорит только то, что от него хочет слышать собеседник [2].

С. предстает как болевая точка современной культуры и персонологии. Дополнительные импульсы С. связаны с достижениями современной медицины, пластической хирургии, генной инженерии, не говоря уже о возможностях информационных технологий и массовой культуры [3]. Даже Д.А. Пригов с его креативностью опускает руки перед «непосильностью уму» С., «где одна проблема идентификации многоголовых, унифицированных клонов, лишенных основных старо-антропологических экзистенций — травмы рождения, травмы взросления и травмы смерти — может привести в восторг, ужас, или отчаяние носителей нынешней антропологии» [2, 27]. Для Д.А. Пригова С. имеет в виду нечто «общее, глобальное, стоящее за спиной и просовывающее свой мощный стальной палец сквозь худенькие и призрачные фантомы наших фантомных поведенческих контуров» [2, 23]. Но отрицание С. в наши дни «есть либо культурная невменяемость, либо двойное самозванство» [2, 30].

Литература:

1. Президент по выбору. Модели желаемого будущего. — М., 2000.
2. Пригов Д.А. Само-иденти-званство // Место печати. Журнал интерпретационного искусства. 2001. № 13. — С. 10 — 32.
3. 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. Emerson C. Boris Godunov. Transpositions of a Russian Theme. — Bloomington: Indiana Univ. Press, 1986. — P. 208.

Г.Л. Тульчинский

СПОСОБЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ (ways of identification for person) — способы позиционирования и самопозиционирования личности, характерные для конкретных типов общества.

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, в обеспечении которой не последнюю роль играет образование, выступает как набор принимаемых и практикуемых личностью программ социальной деятельности.

При этом сама личность предстает вменяемым субъектом такой деятельности. «Вменяемым» — в обоих русских смыслах этого слова: как «имеющим рациональную мотивацию», и как «именно то лицо, которое ответственно за последствия реализации принятого решения».

Можно выделить следующие стадии границ личности как вменяемого субъекта, форм и гарантов идентификации личности [3]:

Стадия	Границы личности как вменяемого субъекта	Форма идентификации личности	Гарант идентификации	Форма самозванства	Главная проблема подтверждения идентичности
Этническая	Род, племя	По принадлежности этносу (роду, клану, племени, деноминации)	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 коммуникации, общественное мнение	Манифестация имиджа, проект персонифицированного бренда	Известность и узнаваемость
Постчеловеческая перспектива	«Человек без свойств»	Самостоятельно определяемая	Немонотонная функция свободы/ответственности?	В стадии формирования	В стадии формирования

Большая часть современных отечественных исследователей проблемы идентичности ограничивается исключительно этнической стадией. Некоторые основания для этого есть. Постсоветскому российскому обществу в известной степени свойствен всплеск внимания к этническим основаниям консолидации общества. 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.

Самое главное в том, что эта тема 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. Пушкина [1; 3] — не только драматургии и прозы, но и его лирики.

В настоящее же время, в силу ряда общецивилизационных факторов (формирование массового общества, переход от статусного к ролевому позиционированию личности, смещение акцента с сущего и должного на возможное, достижения медицины и генной инженерии, информационные технологии, превращение маркетинга в универсальную технологию социально-культурных нововведений и т.п.) активно формируется новая персонология («постчеловечность», «постчеловеческая персонология»), в которой личность во все большей степени предстает как проект,

или даже — как серия проектов, автором которых выступает сама личность.

Личность все больше предстает как точка сборки свободы и ответственности, как странник, путник, навигатор [2]. А главный человек — «человек без свойств», еще не реализованный, не идентифицированный, не явленный. Более того, как уже говорилось, наметился даже отход от психосоматической идентичности личности на основе таких критериев, как непрерывность памяти, документальное подтверждение и телесность, за пределы антропологии.

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 (от искусственного оплодотворения и выращивания эмбрионов в пробирках до 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.

Обитатели мегаполисов находятся в динамичном перекрестии различных идентификаций: национальных и конфессиональных, профессиональных и семейных, возрастных и имущественных... Переключение ролевых функций в этом силовом поле происходит постоянно, почти мгновенно и на всем протяжении дня. И вряд ли можно говорить об очевидном доминировании одной из них, как это было исторически не так уж и давно, например, еще в советское время (особенностью тоталитарных режимов является именно жесткое доминирование «больших» идентичностей).

Более того, перемещаясь из одного мегаполиса в другие, даже за рубежом, наши современники испытывают меньше дискомфорта, чем перемещаясь из города в сельскую местность даже у себя на родине. 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 к обществу во всем его объеме, ни к отдельным подразделениям такового.

Способность к мобильному переключению на адекватный культурный код, освоение различных, многообразных способов

жизни и жизненной компетентности — общее требование времени. Речь идет не об усреднении и нивелировке. Наоборот — речь идет о богатстве культурного и межкультурного опыта, и об умелом им распоряжении.

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 и биологическая, сексуальная привлекательность играет свою важную роль даже в самом эволюционно продвинутом обществе. Статус и роль становятся не целью, конечным результатом идентификации, а средством реализации проекта.

Только уникальное глобально. А что может быть уникальнее и неповторимее человеческой личности?!

Литература:

1. Давыдов А.П. «Духовной жаждою томим». А.С. Пушкин и становление «срединной культуры» в России. — Новосибирск: Сибирский Хронограф, 2001.

2. Смирнов С.А. Бытие в свободе, или Проблема культурной идентичности человека в ситуации онтологического перехода // Философские науки. 2004. № 3; Антропология перехода // Человек.ru. Гуманитарный альманах. № 2. — Новосибирск, 2006.

3. Тульчинский Г.Л. Новая антропология: личность в перспективе постчеловечности // Вопросы философии. 2009. № 4. — С. 41 — 56.

Г.Л. Тульчинский