

Григорий Тульчинский

Личность как проект и бренд

(Динамика соотношения идентичности и идентификации личности в информационно-коммуникативной среде современного общества)

Очевидно, прежде всего, следует различать идентичность и идентификацию личности. Если последняя – задача социума, в силу необходимости не просто различения членов общества, но и выделения, спецификации и фиксации личности как вменяемого субъекта. Вменяемого – в обоих русских смыслах этого слова: обладающего сознанием, некоей поддающейся рационализации мотивацией и (очевидно в силу этого) наделяемого ответственностью. Идентичность же – проявление осознанного или неосознаваемого самой личностью ее самоопределения – за кого держит себя сама личность. 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 набором принимаемых и практикуемых личностью программ социальной деятельности. В данной работе специальное внимание уделяется динамике соотношения идентификации и идентичности личности, тенденции их радикального сближения в современном обществе. И решающему фактору этой тенденции – информационно-коммуникативной среде урбанизированного образа жизни.

Цивилизационные стадии идентификации и возможности новой персонологии

Во все времена личность могла быть недовольна своим местом в мире, стремилась к его изменению, смене своей социальной позиции. В

традиционном обществе средства для решения этой задачи были довольно ограничены: это могла быть узурпация чужой позиции, ее маркировка именем с целью изменить к себе отношение окружающих; затем изменение социального статуса, а затем – роли. В наши дни подобное стремление предполагает изменение себя, своей собственной самоидентификации, построение себя-другого.

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

В силу целого ряда исторических факторов можно выделить несколько стадий идентификации личности как вменяемого субъекта¹:

(1) *«Этническая» стадия*, на которой границы личности как вменяемого субъекта задаются принадлежностью роду, племени, клану. Гарантами идентификации являются представители данного и других этносов («наш»-«чужой»). Подтверждением идентичности являются внешний облик, одежда, язык, поведение.

(2) *«Статусная» стадия*, на которой личность выступает уже как выделенный из рода индивид, идентифицируемый по его месту в социальной иерархии, определяемому по его заслугам перед неким сувереном. В этом случае подтверждением идентификации помимо облика, телесных признаков, становятся некие документальные свидетельства.

(3) *«Ролевая» стадия*, на которой психо-телесная целостность индивида идентифицируется, прежде всего, по выполняемым социальным ролям, независимо от некоего статуса и рода-племени. Гарантом чего является личная и профессиональная востребованность, подкрепляемая некими сертификатами, но главное – компетентностью и профессионализмом личности.

(4) *«Проектная» стадия*, на которой границы вменяемого субъекта очерчиваются жизненными стратегиями, планами, а идентификация задается вменяемой ответственностью, что подтверждается известностью и

узнаваемостью личности при активном участии средств коммуникации, общественного мнения.

(5) Предполагаемая *«постчеловеческая» стадия*, когда на первый план выходит «человек без свойств», неявленная и самостоятельно определяемая точка сборки («немонотонная функция») свободы и ответственности. Проблемы подтверждения такой идентичности весьма неоднозначны и только еще начинают ощущаться в связи с развитием интернета, виртуальной реальности.

Каждая стадия порождает свою форму социализации личности. Так, отказ от родового статуса расчищает поле для карьерного продвижения чиновников; освобождение от всемогущества бюрократии – возможностям свободной игры экономических, политических и других творческих сил; расширение возможностей самоидентификации новыми коммуникативными средствами – новые возможности самореализации личности. Каждая из этих стадий не исключает, а предполагает и дополняет другие. Их появление и развитие связано с общецивилизационным процессом, порождающим новые и новые требования к жизненной компетентности личности, порождая ее многомерность. И наоборот, разрушение, эрозия цивилизационного контекста чревата атрофией измерений, их редукцией к этничности (свой-чужой, наш-не наш).

При этом, каждой стадии идентификации соответствуют формы идентичности, как возможного самозванства: этнической стадии – представительство от рода, клана, племени; статусной – претензии на высокий статус; ролевой – успешность игранья определенных социальных ролей; проектной – манифестация имиджа, проекта персонифицированного бренда... Возможности постчеловеческого самозванства еще только намечаются в связи с весьма причудливыми формами позиционирования личности и идентификации, которые дают современные технологии. Важно отметить, что самозванство это не просто «выдавание себя за». Обманщики, проходимцы и мошенники были во все времена. Речь не о них. Самозванство всегда претендует на некую исключительность. Оно питается серьезными

амбициями. При этом и характер, и способы проявления этой амбициозной исключительности – тоже историчны, зависят от особенностей структурирования социума, распределения в нем статусов, соответствующих форм признания и привилегий. «Высокое» самозванство – удел претендующих на власть, исключительные возможности влияния. Это могут быть не только традиционные претензии на трон, но и претензии на принадлежность чему-то, уходящему за пределы человеческой природы: как в трансцендентное (небесного или inferнального плана), так и в природные стихии, животный и даже растительный мир. Всех их в качестве самозванства роднит претензия на выделенность и исключительность, дающие право на занятие особого статуса в социуме. И не всегда с целью получения неких материальных благ. Важен сам факт признания особости.

При этом показательно, что в наше время самозванство как явление политической культуры утратило свой потенциал. В этой связи точным представляется мнение М.С.Арканниковой, предложившей различать самозванство и самозванчество². Первое связано со стремлением личности изменить свое место в обществе, позиционировать себя как-то иначе. Второе же предполагает привлечение сторонников, порождая политическое движение. И действительно, претензии на статус, принадлежность, вообще выступление «от имени» и «под именем» уже не порождают политический ресурс. И это, очевидно, обусловлено общим смещением тренда на ролевую и даже проектную идентификацию личности. В настоящее же время, активно формируется новая персонология, в которой личность во все большей степени предстает как проект, или даже – как серия проектов, автором которых выступает сама личность³.

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. Более того, в этой виртуальной реальности человек может добиться

вполне конкретного социального признания, состояться как личность в большей степени, чем в «реале».

Так или иначе, но в настоящее время, в силу ряда общецивилизационных факторов, активно формируется новая персонология, в которой личность во все большей степени предстает как проект, или даже – как серия проектов. Разумеется, при этом не происходит полного отказа от статуарных и ролевых идентификаций. Но они уже не тот гвоздь, на который вешается шляпа личности. Они становятся некими признаками, используемыми в технологии формирования и продвижения бренда — так же, как биологическая, сексуальная привлекательность сохраняют важную роль в самом продвинутом обществе. Статус и роль становятся не целью, конечным результатом идентификации, а средством реализации проекта.

Речь не идет и о полном торжестве ролевой идентичности. Это идентичность именно проектная. Основной персонаж современной культуры – личность как постоянно корректируемый проект. Не только творческая, политическая деятельность, деловая активность, спорт выступают в наши дни полем реализации таких проектов.

Кто является автором этих проектов? Первый, напрашивающийся ответ – сама личность: именно она выступает автопроектом самой себя, позиционируя собственную особость и уникальность. Однако более глубокое погружение в проблему выявляет два основных смысла автопроективности.

Автопроект I: самоидентифицированство

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 время⁴. Такой опыт

автопроективности, в известной степени — самозванство, но в каком-то ином смысле.

Эта особенность современной жизненной стратегии была довольно точно названа Д.А.Приговым «самоидентизванством» («само-названство» и «само-идентификация») ⁵, когда именно сама личность выступает автором собственного проекта: жизненного, профессионального...

И такая автопроективность становится обыденным опытом, повседневностью. Социализация и принадлежность 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 ситуативность, умеет извлекать пользу из нее.

Такое понимание автопроективности вполне укладывается в логику истории прорастания личности от представительства социума, ее породившего — к позиционированию индивидуальной особы, неповторимости, и далее — к ответственной самореализации. Это путь от неменяемой безответственности *das Man* — через индивидуальную свободу воли к сознательному выстраиванию себя как точки сборки свободы и ответственности в бесконечном, но гармоничном мире.

Можно провести аналогию с развитием трагедии. Трагическое связано с уникальной неповторимостью личности, в отличие от комического — проявлений типологического и отклонений от него. Героями античной трагедии были боги и властители. Чуть расширен этот круг в классицистской формуле, согласно которой в него были включены аристократы, рыцари. Только в XIX столетии была открыта трагичность «маленького человека». Можно сказать, что нарастание и расширение трагичности шло параллельно

с нарастанием и расширением роли и значения персонологичности в культуре.

И еще одна аналогия – с таинством получения крестного имени в христианстве. В ортодоксальной церкви крещение совершается вскоре после рождения. Это решение родственников и близких, ответственных за формирование будущей личности. В протестантстве, нравственный импульс которого определил рывок современной цивилизации, окончательным признается крещение по достижению совершеннолетия, т.е. сознательный нравственный и духовный выбор личности, сознательное принятие на себя ответственности.

История динамики личности – история свободы, ее становления, онтофании. Если еще не так давно она еще могла пониматься почти мистически, как «безосновная основа бытия» (Н.А.Бердяев), как «ничто», «дыра в бытии» (Ж.-П.Сартр), если ответственность еще недавно могла пониматься как необязательное следствие свободы, то к началу нашего столетия открылось обратное. Свобода – эпифеномен культуры. Она, как и самосознание, вторична по отношению к ответственности, вменение которой вырывает человека из причинно-следственных связей и замыкает их на него. В этом заключается весь смысл семейного и прочего воспитания. Разум – мера и путь осознания своего не-алиби-в-бытии (М.М.Бахтин), своей укорененности в мире. Сознание и самосознание как «чувствилища свободы» не формируются без образования этой «ленты Мебиуса» бытия, концы которой скреплены в сердце души человека. Но тогда можно и необходимо говорить о втором смысле автопроективности.

Автопроект II: социальная эхोलалия

Речь идет о том, что личность может рассматриваться как автопроект в смысле автоматичности этого проекта, когда личность, ее идентификация и идентичность становится результатом, продуктом неких внешних «инвестиций», откликом на них, их отзвуком. Автопроективность как социальная эхोलалия.

Слухи о ведущей роли самой личности сильно преувеличены. Автопроект может вести личность «на автомате», когда сам человек – лишь пассивный материал, формируемый окружением: родителями, близкими, коллегами, СМИ. И не всегда это воздействие пассивно. Нередко сознательно строится определенный проект под реализацию чьей-то востребованности. Несть числа тому примеров из шоу бизнеса, политики, семейного воспитания... 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. Личность как товар, общество как рынок, жизнь как маркетинг?

Автопроект как ответ на ожидания: идентичность как идентификация

Обе трактовки автопроектности сходятся в главном. Будь-то проект сугубо инициативно-личностным или реализацией и воплощением чьей-то внешней воли, он может быть успешным, состоятельным или нет. С технологической точки зрения между этими двумя видами автопроектности личности существенной разницы нет. Так, автопроект самой личности может оказаться успешным только в случае его признания, востребованности другими. А наполнение личности ожиданиями других, эхололический автопроект прямо формирует идентичность. И в том, и в другом случае автопроект оказывает ответом на желания, надежды, чаяния других. Как говорил мудрый В.Б.Шкловский, в истории остаемся не мы, а легенды о нас. И в том, и в другом случае личность предстает как бренд. Бренд в современном понимании это обещание реализации желаемых переживаний, некая волшебная история о магическом артефакте, обладание которым открывает дверь в царство мечты...⁶ В понимании автопроекта личности как бренда 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 раскручены и в детстве, и в пожилом возрасте. Не только в литературе, 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. 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 т.н. «публичных людей», образующих обойму «светской тусовки», телевизионных ток- и просто шоу, а то и просто «лиц» товарных брендов — персонажей рекламы. И не так уж важно — кто является автором такого проекта: сама личность или какие-то имиджмейкеры, политтехнологи.

Не только творческая, политическая деятельность, деловая активность, спорт выступают в наши дни полем реализации таких проектов. Это становится обыденным опытом, повседневностью. Проблема личности заключается в том, чтобы реализоваться как некоему бренду — в буквальном смысле. Разумеется, при этом не происходит полного отказа от статуарных и ролевых идентификаций. Но они становятся некими признаками, используемыми в технологии формирования и продвижения бренда — так

же, как биологическая, сексуальная привлекательность играют важную роль в самом эволюционно продвинутом обществе. Статус и роль становятся не целью, конечным результатом идентификации, а средством реализации проекта. Этническая, статусная, ролевая идентичности могут выступать как средства реализации проекта – как в случае с такими политическими проектами как Р.Рейган, В.В.Путин, Б.Обама. Но могут и выступать характеристиками, на преодоление которых автопроект может быть направлен, как это было в случае с Майклом Джексонем – яркий автопроект, выстроенный на преодолении расовых, гендерных, возрастных, а в чем-то уже и просто человеческих характеристик идентификации. И в искусстве, и в политике очевидно мы имеем дело с нарастанием личностных автопроектов.

Фактор искусства

Искусство вообще является очень точным зеркалом динамики соотношения идентификации и идентичности. В сфере искусства речь идет именно о самоутверждении уникального видения автора, исполнителя, артиста. Не случайно профессия еще в начале XX столетия рассматривавшаяся чуть не позорной (стать артисткой – означало едва ли не падение), к концу того же столетия стала чрезвычайно популярной, привлекающей. Артист – «пустое место», постоянно примеряющее различные личины, наполняемое образами других людей – в наше время по своей известности и привлекательности превосходит политиков, стремящихся к общению с известными артистами.

В искусстве же еще XIX столетия была зафиксирована и одна из главных проблем российского общества – затянувшийся болезненный переход от этнической и статусной идентификации личности к идентификации ролевой и порождаемые этим переходом формы самозванства. Именно это определяет тему «лишнего человека» в русской литературе. Эта проблема – главный нерв всего творчества А.С.Пушкина – не только драматургии и прозы – вплоть до его лирики. А.С.Пушкин всем творчеством и судьбой выламывался из статуса в ролевую идентичность.⁹ Любопытен в этом плане «Мелкий бес» Ф.Сологуба. Речь идет уже не о

постмодернистском «ускользании» автора, а о его идентификации, персонологической «сборке». Современное искусство, моделирующее и пролонгирующее современные тренды, дает яркие примеры единства и взаимопереходов автопроектности.

Если обратиться к современной русской литературе, то такое автопроектирование прочно вошло не только в ее содержание, но в институциональные практики, включая авторство. Если отвлечься от детективов, фэнтези, розового романа, где авторы часто – бренды, за которыми стоят целые коллективы, то ярким примером автопроекта является творчество Б.Акунина. А в еще большей степени – Р.Э.Арбитмана, одновременно реализующего несколько самопроектов: автора детективов Л.Гурского, пародийного искусствоведа С.Каца, критика и публициста Р.Арбитмана. Характерно название одной из книг Р.Арбитмана – «А вы не проект?» Своеобразным апофеозом стал выход книги Л.Гурского под редакцией С.Каца в дизайне, напоминающем серию ЖЗЛ, посвященную жизнеописанию второго президента РФ Р.И.Арбитмана.

Если же обратиться к содержанию современной русской литературы, то стоит выделить два примера. Прежде всего, это творчество В.Пелевина, в котором от «Принца Госплана» и «Омон Ра» - до последних текстов сквозной темой проходит именно многомерность и проектность современной личности, вплоть до ее «самоидентифицированности». Наиболее полно эта тема представлена и выражена в «Священной книге оборотня», и особенно – в романе «Т», где она стала и сюжетной канвой и смысловым содержанием: как трудно и важно в себе своего «читателя» и себя – в «читателе». И особого внимания заслуживает «Даниэль Штайн – переводчик» Л.Улицкой, в котором тема поднята на очень высокую трагическую планку коллизии сознательно строящегося автопроекта главного героя, и – его рецепции современным обществом, не способным принять его масштаб и объединяющую целостность.

В этой связи, интересна еще одна тенденция. На книжных салонах последнего времени много говорится о буме биографической литературы. Но

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. Речь идет уже не о постмодернистском «ускользании» автора, а о его идентификации, персонологической «сборке».¹⁰ Можно говорить о действии двойной тенденции: жанрово-стилистической интеграции при одновременной дифференциации в рамках персонологичного 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 как только уникальное глобально.

А что может быть уникальней и неповторимей человеческой личности, ее чаяний и фантазий, надежд и упований?! Единственного полноценного и безоговорочного фэнтези и одновременно – бренда – «магического артефакта», открывающего дверь в царство собственной судьбы и одновременно – развития общества.

На этой мажорной ноте можно было бы закончить. Но... Современное искусство, включая и литературу не столько транслирует и выражает социальную норму, эстетические образцы, сколько сознательно и целенаправленно ставит их под вопрос, бросает им вызов, испытывает на «излом» и «скручивание». Акционизм Кулика, фильмы Ким Ки-Дука, некрореализм, литература В.Сорокина и т.п. примеры первые пришедшие на ум. Это было и в прошлом, когда художники, поэты тоже провоцировали на призывы позвать то ли врача, то ли полицию. Но в наши дни на выставках, театральных сценах, в литературе происходят вещи открыто, явно и сознательно такие, которые не допустимы на других «площадках» обыденной жизни.

Искусство фактически стало легальной площадкой нравственного эксперимента. Оно социализирует не за счет аккультурации, инкорпорирования личности в тело культуры, а наоборот – выводит личность на границу культуры, к ее фронтиру, ее то ли переднему (верхнему), то ли заднему (нижнему) ее рубежу. Это, очевидно, позволяет заново перетряхивать плоский и дисперсный мир массового сознания. Искусство оказывается «фронтиром социализации», ее испытанием и тестированием в той же степени, что и испытанием возможностей тела, а главное – души.

Идентичность как «человек без свойств»: новая антропология и метафизика нравственности?

Можно сказать, что современный образ жизни у нас на глазах заложил основы новой антропологии. Он нивелировал привычные сезонные и суточные временные циклы, расплыл 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 в 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. Возможность «покупать», принимать и избавляться от идентичности, «быть в движении» стали в современном потребительском обществе признаками свободы.¹¹ Личность предстает как странник, путник, навигатор, сталкер. А главный человек — «человек без свойств», еще не реализованный, не идентифицированный, не явленный. Это хорошо знает любой автор: к нему подходят, спрашивают о чем-то – как автору каких-то текстов, а он сам уже другой, живущий замыслами и идеями еще не явленными, в этом плане – не

идентифицированный... Стоит напомнить, что М.М.Бахтин назвал бы такую позицию позицией вненаходимости — главным условием возможности смыслообразования и осмысления.

И еще... Относительно якобы смерти автора и пустоты личности, якобы свойственных современному обществу. Не время и не место заниматься здесь критикой постмодернистских идей, в русле которых сформировались подобные представления. Тем более, что на эту тему сказано многое — и мною тоже. Можно лишь диагностировать, что в этих представлениях выражается культурный шок гуманитарной интеллигенции перед современной цивилизацией, ее несостоятельность в конструктивном осмыслении этой цивилизации. Автор никогда не умирал. В любом тексте он все-таки идентифицируется, с помощью герменевтики всегда можно анализировать порождаемые смыслы, имена... Так же и в жизни личность — как вменяемый субъект — наличествует всегда. Другой разговор, что выявление этой точки сборки свободы и ответственности в наши дни требует иногда серьезных интеллектуальных усилий.

Можно согласиться с З.Бауманом: современное общество подобно некоей жидкой среде¹². Да и сам человек в ней подобен жидкости, принимающей различные формы, заполняющей пустоты и щели. Или, если воспользоваться другой метафорой, давшей название знаменитому роману Уэллека, современная личность, ее Я — подобно элементарным частицам, живущим мгновениями, образующие 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. Но сохраняется воля — желание, свобода хотения. Но не как ответственность, а как потребление (политика, товара, услуги). Как идентичность «слабых».

Если современному человеку нельзя существовать, не продуцируя все новые и новые социальные роли, то это оборачивается утратой самого субъекта. Более того, «чем понятнее, прозрачнее, даже примитивнее

становится ролевое сознание, тем все более проблематичным становится целостность субъекта и единство его сознания».¹³ 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 массовом 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 масскульты.

Проектно-брендовая идентификация/идентичность личности в условиях информационного общества, массовой культуры и рыночной экономики, действительно, порождает неоднозначную ситуацию. 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, приводя все ценности к общему знаменателю маркетизации. Ценности превращаются в рубрикаторы рынка массового потребления. Как в магазине «БуквоедЪ»б 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. Борьба 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.

Ergo: тем не менее

Человечество вступает в новую антропологическую и персонологическую 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 это 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 определенное убеждение, 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 истиной. Такой фанатизм, даже будучи искренен, вреден...».¹⁴ Фактически речь идет о различении самозванства и призвания, о котором я писал раньше.¹⁵ Критерий не по цели, а по средствам. Если кто-то стремится сделать других счастливыми помимо и вопреки их воли, 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 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 ее поле 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», проблему решает 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 понимании ответственности за эту уникальность. Существует 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.

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

² Арканникова М.С. Самозванчество как проявление кризиса легитимности власти в России. СПб., 2005.

³ Речь идет именно о качественно 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. См. описание этих процессов в: Дубнов С.М. Книга жизни. Воспоминания и размышления. Материалы для исследования моего времени. СПб: Петербургское востоковедение, 1998.

⁴ Показательно, что тоталитарным режимам свойственно именно жесткое доминирование «больших» идентичностей.

⁵ Пригов Д.А. Само-иденти-званство // Место печати. Журнал интерпретационного искусства. 2001. № 13.

⁶ Громова Е.И., Евланов В.И., Тульчинский Г.Л. Бренддинг: PR-технология. СПб, 2007.

⁷ См. также: Леонтьев Д.А.: Труд становится человеком и удовольствие оставаться обезьяной // Человек.гу. Гуманитарный альманах. № 3. Новосибирск, 2007, с.164-168; 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; Шичанина Ю.В. Иномерность человекка. Ростов-на-Дону, 2008.

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 О «пушкинском уроке» см.: Тульчинский Г.Л. Самозванство, массовая культура и новая антропология: перспективы постчеловечности. // Человек.гу. Гуманитарный альманах. № 4. Антропологические практики в искусстве. Нвсб. 2008, с.42-66. 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 Петрович 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.

¹⁰ В плане подобной динамики показательна и ситуация, сложившаяся с моими «Историями по жизни. Опыт персонологической систематизации». Книга, содержащая фиксацию сугубо личностного 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.

¹¹ Бауман З. Текучая современность. М.-СПб и др., 2008, с.96.

¹² Бауман З. Текучая современность. М.-СПб и др., 2008.

¹³ Комаров С.В. Метафизика и феноменология субъективности. Исторические пролегомены к фундаментальной онтологии сознания. СПб, 2007, с.14.

¹⁴ Дубнов С.М. Книга жизни. Воспоминания и размышления. Материалы для истории моего времени. СПб: Петербургское востоковедение, 1998, с.102.

¹⁵ Тульчинский Г.Л. Самозванство. Феноменология зла и метафизика свободы. СПб, 1996.