

УДК 130.2+140.8

Е. В. Ходус

Днепропетровский национальный
университет имени Олеся Гончара

ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ФОРМА ЛИЧНОСТНОЙ МАНИФЕСТАЦИИ: ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА В СИТУАЦИИ НЕСТАБИЛЬНОЙ ОНТОЛОГИИ

В статье фокус исследовательского интереса сосредоточен на теоретическом описании социальных изменений, затронувших пространство современного социума в аспекте идентичности и самоидентификации, то есть в аспекте конкретных социальных практик, с помощью которых человек, живущий в ситуации «нестабильных онтологий», определяет, оформляет и по необходимости предъявляет собственное «Я». В качестве одной из таких практик рассматривается стратегия культурного инсценирования с акцентом на внешнюю, презентационную сторону личностного «Я». Презентация в данном случае – это процесс создания видимой, понятно формулируемой оболочки, целостный рассказ «о себе». Не случайно актуальная практика самореализации, вернее самопрезентации современного человека, реализуется сегодня все больше в проекции «Я есть тело», «Я-имидж», «Я-образ».

***Ключевые слова:** идентичность, субъектность, культурный полистилизим, культурное инсценирование, «Я как образ».*

Постановка проблемы. Интерес к феноменологии идентичности вполне контекстуален мегатренду современной социальной теории, бросившей вызов устоявшимся концептуальным понятиям и структурам социогуманитарного знания на фоне радикальных социальных изменений последних десятилетий. Проблема, по мнению Е. Петровской, заключается в том, что «наш концептуальный аппарат должен соответствовать сложности текущего момента как неконцептуализированного опыта» [9, 42]. Мы действительно живем в иллюзорном мире открытого настоящего, быстрой инфляции абсолютно всего и любых возможных исходов, что в свою очередь получает отражение в семантическом пространстве организации социума, в социальных категориях и дефинициях. В актуальном словаре повседневной речи вполне устоялись языковые конструкции «типа того», «как-то так», «как бы». Подобные речевые практики, типичные для современного индивида, можно рассматривать в качестве особой формы восприятия социальной реальности с акцентом на ее необязательность, условность, нестабильность.

В таких обстоятельствах раскодирование генезиса реальности (как основа теоретической работы в социальных науках) предполагает

предельную рефлексивность актуальной понятийной сетки, ключевые элементы которой были сформированы когда-то ранее, в иных социальных условиях и для других целей. В этой связи описание идентичности в терминах стабильности, данности, то есть в тех свойствах, которыми наделяла конструкцию идентичности метафизика модерна, сегодня представляется мало эвристичным. Экзистенциальное бытийствование современного индивида все больше разворачивается в ситуации именно «нестабильных онтологий» – в прошлом остались упорядоченность, регулярность, связность, структурированность, унифицированность и линейность, характерные модерновому состоянию европейской культуры. Оказалось, что мир (ин)вариантен и слишком очевидно не линеен, он представляет собой совокупность разных культурных форм, находящихся в состоянии постоянных изменений. Вместе с тем, жизнь в мире «разорванном», мозаичном, подвижном не менее сложна, чем в однозначно детерминированном, и столь же малопривлекательна, поскольку порождает проблему сложной интерпретации как на уровне отдельного индивида, так и общества в целом. От признания «роскоши» многообразия, различий в социуме недалеко и до растерянности индивида перед гетерогенностью, рождающей сомнения в его способности создавать целостную, а не фрагментированную «картину мира», где все оказалось лишены осмысленного контекста существования.

Очевидно, что в такой ситуации меняется конфигурация субъективности, иной становится и природа идентичности. Субъективность современного человека стремится к индивидуализации, самоопределению, обнаружению своего места в социальном мире, и как следствие, нуждается в соответствующем идентификационном оформлении как форме личностной самоманифестации. В качестве таких форм, в большей степени отвечающих динамичному состоянию современного общества, З. Бауман предлагает метафорические образы «бродяги», «туриста», «игрока», «прогуливающегося» [1]. В отличие от идентичности модерна, по мнению З. Баумана, стержнем этих постмодернистских стратегий жизни является не создание идентичности, но избежание ее фиксации. Все четыре поведенческие типа, рассмотренные Бауманом, обладают свойством делать человеческие отношения фрагментарными и непостоянными; все они выступают против привязанностей, далеко идущих последствий, препятствуют созданию долгосрочных взаимных обязательств. Все они «держат дистанцию» между собой и «другими», рассматривая последних скорее как дело вкуса, а не предмет ответственности. В результате индивидуальная автономия возведена ими в ранг идеологии, исключая огромные пласты человеческих отношений из сферы нравственности. В свою очередь, необходимость соответствовать нарастающему динамизму современной жизни, изменениям организационных условий труда, непрерывно

меняющимся требованиям к содержанию работы подталкивают индивида к развитию в себе качеств гибкости, непривязанности, поверхностной кооперации. Рушится ощущение сопричастности и общности, наблюдается явная патология связи с друзьями, детьми, утрачивается доверие во взаимоотношениях. Теряется цельность в линии жизни и целостность личности в целом. Э. Гидденс формулирует эту идею следующим образом: «Основной чертой общества высокой степени рефлексивности остается «открытый» характер самоидентификации, а также рефлексивная сущность тела» [4, 30]. В таком случае индивид в значительно большей степени должен сформировать самоидентификацию, исходя из тех средств, которые он имеет в распоряжении, нежели из представлений о том, что самость – это что-то предопределенное. Самость превратилась в нечто нуждающееся в создании, постоянном мониторинге, изменении.

Цель исследования. Соответственно, в настоящей статье фокус исследовательского интереса сосредоточен на теоретическом описании социальных изменений, затронувших пространство современного социума в аспекте идентичности и самоидентификации, то есть в аспекте конкретных социальных практик, с помощью которых человек, живущий в ситуации «нестабильных онтологий», определяет, оформляет и по необходимости предъявляет собственное «Я».

Изложение основных результатов. При этом мы исходим из того, что каждая культурно-историческая эпоха порождает определенный набор жизненных доминант, культурно-символических кодов, которые воспринимаются как норма, образ жизни, господствующее мировоззрение. В этом отношении современная эпоха – кризисная, что характеризуется отсутствием единой «картины мира» с иерархией общепринятых ценностей. П. Бергер и Т. Лукман формулируют проблему множественности миров, которые в условиях электронно-сетевой, мультимедийной культуры становятся при этом еще и общедоступными, как товар на рынке, следующим образом: «Растет общее сознание релятивности всех миров, включая и свой собственный, который теперь осознается скорее как один из миров, а не как Мир. Вследствие этого собственное институциональное поведение понимается как роль, от которой можно отделиться в своем сознании и которую можно разыгрывать под манипулятивным контролем» [3, 278]. В подобной ситуации кардинальным образом меняется характер субъективности: востребованным становится социальный типаж маргинальной личности – культурного гибрида, носителя смеси культурных паттернов, которые принадлежат зачастую принципиально разным культурным мирам. Эти разные миры сознания прагматически вполне соответствуют различным ролевым практикам и имеют свое рациональное обоснование, свою идеологию, относясь, вместе с тем, к отдельному индивиду. Такая «мозаичность», «файловость» сознания, востребованная современной

социальной действительностью, в результате оборачивается отсутствием целостного представления человека о самом себе. Такое одновременное сосуществование в нескольких культурных контекстах проблематизирует самосознание себя и самоидентификацию.

Вышесказанное позволяет понять помимо прочего, почему, к примеру, в последние годы современное искусство так вдохновляют истории всевозможных девиантов – маньяков-убийц и прочее. По мнению Г. Эрнера, подобные персонажи в гиперболизированной форме воплощают диссоциативное нарушение – патологию, обычно называемую синдромом множественной личности. «В диссоциативном нарушении, – пишет Эрнер, – проявляется навязчивое стремление менять идентичность, пытаться стать другим, чтобы быть собой. Тот, в чьем теле живет несколько душ, принадлежит к новому племени проклятых на земле. Исчерпав логику эпохи, они почувствовали себя никем и неоткуда, ощутили головокружение, видя собственную пустоту, ибо таков выкуп за то, чтобы некоторым образом осуществлять право собственности на себя самого» [11, 244-245].

Все это ведет, с одной стороны, к триумфу субъективизма и к «уничтожению» субъекта, с другой стороны. Парадокс сложившейся ситуации проявляет себя в нарушении так называемого «интерсубъективного соглашения», основанного на феноменологическом утверждении о том, что социальный мир – это не просто пространство социетальных форм, но реальность персонализированная, объективизированная, имеющая в своем основании индивидуальный субъективный опыт. Такая двойственность субъективного и интерсубъективного не позволяет субъекту быть редуцированным ни к собственному индивидуализму, ни к полному слиянию с «другим». Иными словами, эра автономии субъекта делает проблемными для него как самоопределение, так и путь к «другому». Современная личность не утверждает себя как индивидуальность или как часть какого-то коллективного целого, а в своей повседневной активности создает, выявляет и подтверждает свое отличие от других, приводящее скорее к появлению иллюзии индивидуальности, чем к подлинному существованию ее. В такой ситуации вопрос субъектности современного человека – это вопрос предельной индивидуализированности (на фоне крайне затруднительной возможности индивидуалистичности) его существования. По словам Г. Эрнера, «растет часть населения планеты, живущая под властью единой моды. Одни за другим исчезают признаки социальных отличий в одежде... Когда листаешь гляцевые журналы, порой возникает странное впечатление, будто какой-то расторопный торговец продал нескольким клиентам одни и те же носы и губы» [11, 240].

Стоит подчеркнуть, что все изложенные выше суждения о современной социокультурной ситуации актуальны не только для

западного общества (о чем свидетельствует своеобразный «дискурсивный бум», в котором заново оценивается и реинтерпретируется проблема осознания индивидом самого себя; в создании дискурса участвуют Э. Гидденс, У. Бек, З. Бауман, Ю. Кристева, Ж. Липовецки и др.), но и для постсоветской социальной действительности, демонстрирующей набор «проблематичных конфигураций» – социальных ситуаций, представляющих собой определенную проблему, поскольку нам трудно их понять и принять в силу новизны и нетипичности.

Речь идет о распаде привычного (читай советского) образа мира, следствием чего являются институциональные трансформации, мозаичность социальной структуры, утрата идентификаций на индивидуальном и групповом уровнях, возникает многозначность ситуаций, ищутся новые культурные модели, призванные восстановить мир как понятное и упорядоченное целое. Этот поиск влечет за собой плюрализацию и релятивизацию практикуемых отдельной личностью жизненных стилей и форм, что в результате ведет к хаотично складывающейся системе самоидентификации в Украине.

Более того, не связанные больше заданными культурой идентичностями, современные индивиды столкнулись с обременительной свободой конструирования своих идентичностей. Соответственно для данного исследования важным является анализ процесса свободной (в значении лишенной жестких рамок для самопознания) самоидентификации индивидов с учетом современных мегатенденций, одной из которых является глобализация, имеющая помимо экономических и политических измерений еще одно, не менее важное – социокультурное.

На глобализирующемся мировом рынке не только обмениваются товары и услуги, движется капитал, но и параллельно интернационализации и интеграции экономики циркулируют культурно-символические коды (ценности, стандарты, стилевые формы), то есть маркеры культурной идентичности, все более транснациональной по своему содержательному наполнению. Один из основоположников теории глобализации в социологии Р. Робертсон определил глобализацию как «серию эмпирически фиксируемых изменений, разнородных, но объединяемых логикой превращения мира в единое целое» [10, 8]. При этом во всех процессах он выделяет два аспекта: глобальная институционализация жизненного мира и локализация глобальности.

Очевидно, что глобализация не ведет к формированию универсальной культуры сознания, хотя и продуцирует мировые образцы потребления и отношений, и как следствие – глобальную институционализацию жизненного мира как организацию повседневных локальных взаимодействий и социализации индивидуального поведения непосредственным (минуя национально-государственный уровень) воздействием макроструктур мирового порядка. Макроструктурирование

мирового порядку происходит, по мысли Робертсона, под воздействием трех факторов: экспансия капитализма, западный империализм, развитие глобальной системы mass-media (деньги, музыка, кинематограф, телевидение, моральные требования).

В результате для жизненного мира индивидов действие этих факторов оборачивается экспансией «общечеловеческих ценностей», распространением стандартных эстетических и поведенческих образцов глобальными сетями СМИ. Хотя то, что называется сегодня глобальной культурой, подразумевает всемирное расширение особенных конфигураций локальных элементов западной поп-культуры (причем имеются в виду такие черты поп-культуры, как секулярность, гедонизм, потребительство, сенсационность и пр.). В этом аспекте культура рассматривается как типичный продукт западной модерности, вносящей коррективы в конфигурацию как национальной, так и личной идентичности. Глобальные культурно-символические коды, агрессивно привнесенные извне, резко ограничивают свободный выбор личности. Эту точку зрения поддерживает и Ф. Бегбедер, считающий, что всеобщая глобализация приводит к резкому сокращению личной свободы под влиянием «тирании выбора» [2]. С одной стороны, современный субъект воспринимается как создающий себя самостоятельно, а не под властью традиционных авторитарных ценностей, однако, с другой стороны, постмодернистская метафора «смерти субъекта» поставила под сомнение само существование такого свободного индивида, подчеркнув его тотальную зависимость от культуры рыночного общества. Действительно, субъектность индивида как «манипулируемого узла желаний» во многом определяется сегодня институтом рыночных отношений, идеологией консюмеризма и товарного фетишизма, ограничивающих наши способности сознательного выбора и действия. Так, например, современная реклама, маркетинг стремятся искусственно вызвать и преувеличить желания человека, пренебрегая его разумом и свободной волей. Определяющей чертой этой новой стадии овеществления является, полное овеществление нашего опыта, нашей самости. С. Жижек замечает, что «на рынке мы все реже покупаем продукты и материальные предметы... и все чаще жизненные переживания – переживания секса, пищи, коммуникации, культурного потребления, причастности к образу жизни» [6, 159].

Таким образом, ничем не ограничиваемая общность глобальной аргументации через соответствующий медиа прессинг вырабатывает масштаб для субъективного рефлексивного пространства, оформляющего необходимую культуру понимания действительности. При этом, логика культурной глобализации по необходимости формирует своеобразную контингентную идентичность – набор представлений, суждений, убеждений, которые индивидуальный социальный актер конструирует и

предъявляет, решая задачу определения самого себя, вернее поиска новых версий самого себя, при том, что этот набор ситуативен, переопределяем, обусловлен быстроменяющимися специфическими условиями и контекстами. Соответственно этому современный человек все больше перестает воспринимать себя как целостную личность, скорее как набор личностей, «соответствующих» различным социальным ситуациям.

Таким образом, представляется очевидным, что феном социальной идентичности в условиях новой культурной ситуации значительно сложнее, чем просто принадлежность к определенным социальным группам. В данном случае проблема состоит: а) в том, какую идентичность выбрать из репрезентирующегося множества (в ситуации, если предыдущая идентичность потеряла свою актуальность или привлекательность), б) как приобрести избранную идентичность, то есть идентичность в порядке ее индивидуальной рецепции (имею ли я, как субъект этой рецепции, отношение к этой самой идентичности?).

В этой связи несомненный научный интерес вызывает сам процесс освоения новых поведенческих технологий (самоидентификационных практик), опирающихся на разные формы присвоения инструментария и смыслов актуальной культуры – открытой, приемлющей импровизацию и структурированной логикой социальной индетерминированности и свободного индивидуального поведения. Пытаясь установить новые связи, обрести понимание своего места в мире, индивид все большее внимание уделяет *внешней, презентационной стороне* своей личности. Идентифицируя себя с группой, культурной формой, институтами, структурами общества, человек пытается найти свое «Я» (действительное или возможное, желаемое). Презентуя себя, он предъявляет свое сконструированное «Я» окружающим. Презентация в данном случае – это процесс создания видимой, понятно формулируемой оболочки, целостный рассказ «о себе». Не случайно актуальная практика самореализации, вернее самопрезентации современного человека, реализуется сегодня все больше в проекции «Я есть тело». В современных условиях «субъект как тело» становится своеобразной формой личностного высказывания, когда тело, репрезентованное в имидже, «Я-образе», маске служит для того, чтобы полнее проявить и утвердить индивидуальность. Ведь жизнь в атмосфере большого города с его гипертрофированной формой объективной культуры все больше подчинена официальным установкам, которые размывают эту самую индивидуальность. Другим существенным фактором, меняющим жизненный мир субъекта в указанной проекции, оказались деятельность СМИ и распространение новых электронных технологий. Небывалое информационно-визуальное давление на весь ментальный комплекс человека изменило его восприимчивость, он оказался втянутым в игровое поле конструирования впечатлений. Чтобы сохранить индивидуальность в таких условиях, человек обречен

аффицировать крайнее ее выражение и преувеличивать оригинальность. В таком контексте тело начинает играть все большую роль в различных проявлениях общественной жизни. Тело становится предметом любви и капиталом, который необходимо преумножать. Так, профессиональная карьера, помимо наличия диплома и опыта, подразумевает способность человека представить себя, выглядеть соответствующим образом, создать о себе необходимое впечатление. Такое повсеместное «сползание иметь в казаться», по мнению Ги Дебора, отражает ценностную картину социальной жизни, которую он описывает с помощью метафоры «представления, спектакля, где господствует культ видимости» [5]. В итоге «эра формы» (так определяет актуальное культурное состояние Ж. Бодрийар) конституирует культуру нарциссизма и как следствие эстетизацию «Я». Эстетизированное «Я» работает не над собой, а с собой; предпочитает не деятельность, а делание себя, не отношения, а презентации, не взаимопонимание, а управление впечатлениями [8, 21].

Выводы. Учитывая охарактеризованные выше тенденции, можно предположить, что одной из значимых идентификационно-презентационных форм, наиболее созвучной актуальному социокультурному контексту, является «культурная инсценировка». Понятие «культурное инсценирование» стало популярным в социологии благодаря работам Л. Ионина. Согласно его концепции, инсценировки в культуре представляют собой механизм социальных изменений, где возникновение культурной формы начинается с обретения внешних признаков, с предметной или поведенческой презентации, вместо формирования социального интереса [7]. В условиях стабильного общества у членов основных социальных групп в массе своей вырабатывается более-менее осознанное понимание своего группового интереса, соответственно, закрепляется идентификация со своей группой. В нестабильном же, а тем более, кризисном обществе такая идентичность, напротив, утеряна или ослаблена. Как следствие, разворачивается промежуточная программа действия, в задачи которой входит поиск новой идентичности. Для ее последовательного построения (от выработки интереса до формирования доктрины) у современного человека нет ни времени, ни возможности, учитывая «текучий» характер современности, для которой норма – подвижность. Вот почему поиск строится обратным образом, а именно: от принятия внешних атрибутов принадлежности к определенным общественным группам (от «предметной и поведенческой презентации») – к постепенной реконструкции своего глубинного интереса [7]. Процесс этот по своей сути игровой, то есть допускаются неоднократные, быстрые смены внешнего облика, стереотипов общения, планов на будущее.

В результате, такая идентичность лишается своего существенного атрибута, отмеченному еще Эриксоном, – постоянства с момента ее построения в молодости. Подобная идентичность есть эдакое гибридное

существование иного (в значении инокультурного), не бесконфликтное, разумеется, для самости и своего (культурно локального). Строго говоря, она – результат процедуры более или менее произвольного коллажирования – монтажа образов, стереотипов, формул, пришедших из различных письменных, устных, визуальных источников информации. Однако, в любом случае эта идентичность – результат дискурсивно-диалогической компетенции, позволяющей рационализацию разнообразных, в том числе и «транскультурных» жизненных форм.

Возможно, такой рефлексивный мониторинг социальной жизни, состоящий в том, что социальные практики постоянно анализируются и изменяются, исходя из новой информации о них, – показатель здоровой критичной личности, а коль скоро отдельная личность или целая культура озабочена проблемой самоидентификации, мы можем говорить о ее здоровье и достаточно оптимистичных перспективах (как это не парадоксально звучит в контексте украинской социальной ситуации). Таким образом, предложенное нами понятие контингентной идентичности, приобретаемой путем инсценирования, позволяет более полно анализировать динамику современных изменений сквозь призму социального «Я».

ЛИТЕРАТУРА

1. Bauman Z. From pilgrim to tourist – or a short history of identity / Z. Bauman // Questions of cultural identity. – L., 2001. – P. 18-36.
2. Бегбедер Ф. 99 франков / Ф. Бегбедер. – М.: Иностранка, 2002. – 120 с.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
4. Гидденс Э. Трансформация интимности. Сексуальность, любовь и эротизи в современных обществах / Э. Гидденс. – СПб.: Питер, 2004. – 280 с.
5. Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор – М.: Логос, 2000. – 457 с.
6. Жижек С. Культурный капитализм / С. Жижек // 13 опытов о Ленине. – М.: Ad Marginem, 2001. – С. 155– 169.
7. Ионин Л. Социология культуры: путь в новое тысячелетие / Л. Ионин. - М.: «Логос», 2000. – 432 с.
8. Мальковская И. А. Метаморфозы субъектности в современном мире / И. А. Мальковская // Социол. исслед. – 2008. – №5. – С.16– 25.
9. Петровская Е. Безымянные сообщества / Е. Петровская. – М.: ООО «Фаланстер», 2012. – 384 с.
10. Робертсон Р., Хондкер Х. Дискурсы глобализации: Предварительные размышления / Р. Робертсон, Х. Хондкер // Социальные и гуманитарные науки. Отеч. и зарубеж. литература, Сер.11, Социология: РЖ /РАН. – М., 2000. – № 1. – С.5– 10.
11. Эрнер Г. Жертвы моды? Как создают моду, почему ей следуют / Г. Эрнер. – СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2010. – 272 с.

РЕЗЮМЕ

О. В. Ходус. Ідентичність як форма особистісної маніфестації: особливості вибору в ситуації нестабільної онтології.

У статті фокус дослідницького інтересу зосереджений на теоретичному аналізі соціальних змін, що торкнулися простору сучасного соціуму в аспекті ідентичності та самоідентифікації, тобто в аспекті конкретних соціальних практик, за допомогою яких індивід в ситуації «нестабільних онтологій» визначає, оформляє і презентує власне «Я». В якості однієї з таких практик розглядається стратегія культурного інсценування з акцентом на зовнішню, презентаційну сторону особистісного «Я». Презентація в даному випадку - це процес створення видимої, зрозуміло сформульованої оболонки, цілісна розповідь «про себе». Не випадково актуальна практика самореалізації/самопрезентації сучасної людини реалізується сьогодні все більше в проекції «Я є тіло», «Я-імідж», «Я-образ».

Ключові слова: ідентичність, суб'єктність, культурний полістилізм, культурне інсценування, «Я як образ».

SUMMARY

E. Khodus. Identity as a form of personal manifestation: features of the choice in the situation of unstable ontology.

In the article the focus of research interest focuses on the theoretical description of the social changes which affect on the space of modern society in the aspect of identity and self-identification, in other words, in the aspect of specific social practices through which people living in a situation of «unstable ontology» defines, designs and necessarily imposes its own «Me». As one of these practices is considered the strategy of cultural dramatization with emphasis on external, presentation side of the personal «Me». The presentation in this case is the process of creating a visible, clearly identify the shell, the whole story «about yourself». Not by chance the actual practice of self-realization, or rather the representation of modern people, is being implemented more and more in the projection of «I am the body», «I am image», «self-image».

Key words: identity, subjectivity, cultural polystylism, cultural dramatization, «I am image».