

Бухарцева Наталья Георгиевна,

кандидат философских наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Институт социального образования, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: isobr@uspu.ru.

**САМОПРОЕКТИРОВАНИЕ: ЕДИНСТВО САМОРЕАЛИЗАЦИИ
И РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО МИРА ЛИЧНОСТИ**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: информационное общество; «текущая современность»; самопроектирование; самореализация; внутренний мир личности; выбор; ценности; свобода; границы свободы; духовность; целостность личности; основы стабильности общества.

АННОТАЦИЯ. Описываются основные черты современной социальной реальности и требования, которые она предъявляет к самопроектированию личности. Личностный проект рассматривается как единство внутреннего (духовных ценностей, определяющих меру свободы самореализации в рамках собственного проекта) и внешнего (способности презентовать себя в соответствии с требованиями общества). Дается анализ модели «Российское образование — 2020» с позиции требований современности и духовного развития личности.

Bukhartseva Natalia Georgievna,

Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Chair of Advertising and PR, Institute of Social Education, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

**SELF-PROJECTING: UNITY OF SELF-REALIZATION
AND DEVELOPMENT OF AN INNER WORLD OF A PERSON**

KEY WORDS: informative society, current reality, self-projecting, self-realization, inner world of a person, choice, values, freedom, boarders of freedom, morality, basis of society's stability.

ABSTRACT. The author makes an attempt to describe basic features of contemporary social reality and demands it makes to self-projecting of a person. Personal project is considered to be a unity of inner and outer i.e. moral values which determine a limit of freedom of self-realization in the frames of personal project; and outer ones as an ability to present yourself according to the requirements of the society. There has been an analyses of a model «Russian education — 2020» from the position of re-quirements of present days and moral values.

В условиях современного информационного общества меняется вся социальная жизнь. Развитие информационных технологий приводит к изменению пространственно-временных отношений социума. Новый социальный хронотоп характеризуется уплотненным за счет Интернета пространством и резким ускорением времени, что позволило З. Бауману назвать общество XXI в. «текущей современностью».

Телекоммуникационные технологии индивидуализируют человека и укрепляют прорыв в демократическое социальное устройство, поскольку позволяют человеку получить статус «непосредственного члена общества» без промежуточных звеньев в виде групп, идеологий, символических культурных систем. Одновременно меняется человек и его место в мире. Расширяются возможности человека и ресурсы его памяти. Из локальной национальной культуры человек перемещается в глобальное информационное пространство, становясь в подлинном смысле слова космополитом, «человеком мира». В силу открытости мира у человека появляется возможность манипулировать собственными границами — как границами своего тела, так и границами

собственной личности. Появляется возможность сменить физический облик, пол, увеличить продолжительность телесной жизни, а также надеть себя виртуальным именем, смоделировать для себя новую личность, скрыть свою подлинную сущность, прожить несколько «виртуальных жизней».

Сама реальная жизнь превращается в бездонное море возможностей, в постоянный выбор собственных перспектив, построение и реализацию бесконечных самопроектов. О самопроектировании как фундаментальном личном выборе человека писал в середине XX в. Ж.-П. Сартр. По Ж.-П. Сартру, «человек — прежде всего, существует, человек — существо, которое устремлено к будущему и осознает, что оно проецирует себя в будущее. Человек — это прежде всего проект, который переживается субъективно, а не мох, не плесень и не цветная капуста. Ничего не существует до этого проекта, нет ничего на умопостигаемом небе, и человек станет таким, каков его проект бытия» [5. С. 323]. Смысл человеческой жизни — в реализации собственного проекта, как бы ни сопротивлялась реальность подобному самоутверждению. Для Ж.-П. Сартра проектиро-

вание было необходимостью самоосуществления творческой и свободной личности.

Но уже в XXI в., как отмечает З. Бауман, проектирование себя становится не предметом индивидуального выбора, а особенностью современной жизни: «Современность заменяет гетерономное определение социального положения обязательным самоопределением» [1. С. 39]. Смысл приведенного рассуждения очевиден: если человек хочет самоутвердиться в современном мире, неустойчивом и постоянно меняющемся, состоящем из ситуаций риска и неопределенности, путь один — принять условия этого мира и научиться меняться, принять мобильность как один из критериев современной компетентности.

Ситуация информационного общества меняет содержание и смысл фундаментальных категорий, отражающих положение человека в мире, таких как самосознание, самопознание, самопроектирование и самореализация. Под самореализацией понимается «объективное осуществление личностью собственного проекта в границах гармонии с обществом и самим собой» [2. С. 29]. Основные понятия данного определения нуждаются в некоторых пояснениях.

Самопроектирование, или автопроектность личности, — активно обсуждаемое в современной философской литературе понятие. Г. Л. Тульчинский определяет автопроектность личности как характеристику позиционирования и самопозиционирования личности, свойственную современности [8. С. 138]. Автор отмечает, что современные технологии, средства связи и коммуникации дают исключительные возможности «самопроектной» идентичности, причем в виртуальной реальности человек может добиться социального признания, состояться как личность в большей степени, чем в «реале». Признавая существование трех рядоположенных видов реальности — «субъективной», «объективной» и «виртуальной», понимая значение статуса «объективности» виртуальной реальности для личности, под самореализацией мы будем понимать осуществление личностных проектов в объективной реальности, способность позиционировать себя и стать кем-то в пространстве и времени собственной жизни.

По нашему мнению, **гармония личности** со своим внутренним миром и с социумом выступает неперемнным условием самореализации. При любой возможности трансформации и мобильности процесс изменения не может быть неопределенным, предполагает существование границ. Роль ограничителя выполняет ценностный мир как регулятивное начало человеческого существования. В условиях «текучей совре-

менности» и потребительской индивидуализации чрезвычайно затрудняется установление длительных человеческих отношений. «Ненадежные экономические и социальные условия, — пишет З. Бауман, — учат людей (или заставляют их изучать трудный способ) воспринимать мир как контейнер, полный объектов для одноразового использования; весь мир, включая и других людей» [1. С. 175]. У человека почти не остается близких, что приводит к серьезному кризису моральных ценностей. Другой все больше из Ближнего становится Дальним и выступает скорее как объект эстетической, а не моральной оценки, что препятствует складыванию устойчивых сетей взаимных обязательств и обязываний. Описанный объективный процесс не означает ситуации аномии, но вызывает к жизни дальнейшую актуализацию правового способа регулирования человеческих отношений через признание Другого. Это позволит четко определить допустимые границы самореализации, не нарушающие социальный порядок, а также на новой основе сохранить и постоянно воспроизводить нравственные ценности личности.

Актуальна не только проблема границ самореализации. Не менее актуальной становится проблема соотношения внутреннего и внешнего, поиска собственной самости, сохранения идентичности и возможностей реализации собственного проекта на социальном уровне.

О несовпадении внутреннего и внешнего в структуре личности писал в свое время Карл Густав Юнг [10]. Вершиной айсберга личности, по Юнгу, выступает архетип «Персона». Персона — это то, как мы представляемся, позиционируем себя в мире. Персона — это социальная маска, которую надевает личность, вступая во взаимодействие с другими людьми, реализуя себя в обществе. По мнению психологов, персона имеет как позитивные, так и негативные стороны. Доминирующая персона может подавлять, душить индивидуальность. Тот, кто отождествляет себя со своей Персоной, начинает видеть себя только со стороны своих поверхностных социальных ролей и «фасада». Юнг называл Персону архетипом конформности.

Вместе с тем Персона не только негативна: она защищает душу от различных социальных сил и покушений на нее. Кроме того, Персона — прекрасное орудие коммуникации. На негативные качества персоны обращает внимание Э. Фромм. По его мнению, именно Персона является ведущим архетипом «рыночной личности». «Я выбрал термин „рыночная личность“, — пишет Фромм, — чтобы подчеркнуть, что человек

этого типа себя самого воспринимает как товар и свою ценность видит не в своей „потребительской стоимости“, а в „меновой стоимости“. Человек становится товаром на рынке личностей» [9. С. 225]. Г. Л. Тульчинский, определяя автопроектность личности как характеристику позиционирования и самопозиционирования личности, как нам представляется, ведет речь именно о персоне как форме реализации личности в социуме. Личностный фактор продолжает играть решающую роль, но значимость и соотношение человеческих и профессиональных качеств все время колеблется. Успех в значительной мере зависит от того, как удачно человек может себя продать и удовлетворить тем самым потребности общества. В современных исследованиях реализации жизненных проектов и технологий больше всего внимания уделяется именно этой внешней стороне, гипертрофирующейся в условиях «текучей современности». «Проблема современной личности, — отмечает Г. Л. Тульчинский, — заключается в том, чтобы реализоваться как некий бренд — в буквальном смысле. Причем речь идет о конкретной технологии разработки и реализации такого проекта, включающей выбор жизненной стратегии, формирование, позиционирование и продвижение определенного имиджа и репутации. 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: 5—7 лет. И это совпадает с наблюдениями не только специалистов по маркетингу, брендингу и PR, но и психологов» [7. С. 57].

В активно обсуждаемой сегодня модели «Российское образование — 2020» внимание также концентрируется на востребованности личности на рынке труда. Одним из основных принципов образования будущего называется опора на талант, креативность и инициативность человека как на важнейший ресурс экономического и социального развития. Непрерывность образования, осуществляемого на протяжении всей активной профессиональной деятельности личности, становится организующим стержнем рассматриваемой модели. Предполагается, что в ближайшем будущем каждые 10—15 лет успешно позиционирующему себя специалисту придется менять профессию, а значит, переучиваться. Очевидно, что в системе непрерывного образования ключевым фактором результативности становится самостоятельная работа учащихся, а следовательно, их самостоя-

тельный доступ к учебным ресурсам и технологиям самообразования. Особое внимание уделяется технологиям проектной деятельности [3].

Реалии современной жизни порождают необходимость обучения искусству формирования собственного имиджа, умению самопрезентации с целью подчеркнуть выгодные стороны своей персоны, завернуть ее в красивую упаковку и подать в выгодном свете такие свои качества, как «настойчивость», «напористость», «надежность», «тщеславие», «работоспособность», «обучаемость». Не случайно бизнес-тренеры постоянно рассуждают о наличии «полезной» и «бесполезной» духовности. «Полезная» духовность представляется как «человеческий капитал», причем «человеческий капитал» толкуется исключительно как уровень образования, опыт работы, профессиональная компетентность, когнитивная мобильность, приносящая владельцу максимальную прибыль. Духовность как богатство и целостность внутреннего мира, человеческих качеств, эмоциональная и нравственная составляющая личности попадают в «беспольную духовность», мешающую человеку постоянно меняться, в соответствии с принципом «Я таков, каким ты хочешь меня купить» [9. С. 227]. Действительно, если современному человеку нельзя существовать без продуцирования все новых и новых социальных ролей, то это оборачивается утратой самого субъекта. Более того, как отмечает С. В. Комаров, «чем понятнее, прозрачнее, даже примитивнее становится ролевое сознание, тем более проблематичными становятся целостность субъекта и единство его сознания» [4. С. 17].

Э. Фромм отмечает, что человек «рыночного типа» «не имеет своего эго, каким располагал любой индивид в XIX веке, своего стержня, который должен его неизменно поддерживать» [9. С. 226—227]. Социальную направленность подобного типа личности Э. Фромм называет «обладательной-потребительской ориентацией» [Там же. С. 261]. Социальные последствия гипертрофии внешнего по сравнению с внутренним сводятся не только к распространению постмодернистских дискурсов о «смерти автора», «смерти субъекта», проявляются и в негативных социальных явлениях — жизни только для себя и ради себя, распаде семей, социальном сиротстве, падении рождаемости и распространении бездетности, эгоизме и равнодушии, обогащении любыми средствами, в том числе за счет стариков и детей, отсутствии социальной ответственности. Какой бы «текучей» ни была современность, общество не может существовать без компонентов устойчивости. Как бы быстро

ни менялись социальная жизнь и требования общества к личности, изменчивость всегда существует в единстве с устойчивостью. Организация общества как совокупности социальных институтов, устойчивых форм организации совместной деятельности людей, выполняющих определенные функции, обеспечивает эту устойчивость. Организуя человеческую деятельность как определенную систему ролей и статусов, социальные институты устанавливают образцы поведения людей в различных сферах общественной жизни, регулируют человеческие отношения через нормы и предписания. Каким бы эффективным ни являлся внешний контроль поведения личности, европейская традиция понимания нравственности делает ставку на развитие внутреннего духовного мира как средства самоконтроля, внутреннего оплота социальности и способности к организации совместной деятельности. Внутренний духовный мир личности — это совокупность субъективно переработанных, пережитых жизненных ситуаций, осмысленных с позиций усвоенных норм и ценностей. Осознание, интерпретация личностью жизненной ситуации определяет качество включения личности в социальную реальность.

И. Кант разработал понятие автономной личности, признающей всеобщий нравственный закон и являющейся основой соблюдения правовых норм. Индивиды, принявшие порознь решение жить в соответствии с категорическим императивом, делают возможным всякие соглашения на основе взаимной выгоды. Реализуя собственные проекты, мы можем успешно конкурировать друг с другом на рынке труда, но, живя в одном обществе, не должны забывать об общих целях и ценностях. В свете этого богатство и целостность внутреннего мира, человеческих качеств, эмоциональная составляющая личности не могут составлять «бесполезную духовность». Границы меры возможной свободы действия определяет именно духовная составляющая личности. Духовность как основа социальности и критерий зрелости личности требует особого внимания со стороны общества, в том числе системы образования. При увлечении технологиями проектирования и самопроектирования в современной системе образования не должны игнорироваться традиционные курсы, формирующие духовный мир личности — философия, культурология, этика, эстетика, правоведение, — количество часов на которые, игнорируя гуманизацию как тенденцию современного образования, постоянно сокращают. Правоведение, например, в образовательных программах бакалавриата стало курсом по вы-

бору. В светском государстве вопрос о религиозной духовности решается на основе соблюдения права на свободу совести, поэтому данный вопрос каждый решает индивидуально. Модель «Российское образование — 2020» и вовсе оставляет вопрос о формировании ценностного мира без внимания. Констатируется следующий факт: школа перегружает детей знаниями, востребованность которых сомнительна. В то же время школа не обучает полезным **умениям** (в том числе социальным компетенциям, поиску и оценке информации) и слабо воздействует на формирование **ценностей** [3. С. 41]. Формирование ценностного мира личности полностью перекладывается на систему школьного образования, тем самым предполагается освобождение профессионального образования от формирования ценностного мира личности, а значит, и от воспитания социальной ответственности будущего специалиста. Вопросы формирования норм профессиональной этики программа не ставит и не обсуждает. Примечательно следующее утверждение: «Такие предметы, как философия, высшая математика, экономика и право в России и других постсоветских государствах преподаются в высшей школе, составляя так называемые циклы социально-экономических и естественно-математических дисциплин, не имеющие прямого отношения к профессиональным компетенциям. В России в высшую школу „вынесено“ и завершение изучения иностранного языка. В большинстве стран с более продолжительным школьным образованием эти предметы изучаются именно в школе» [3. С. 45]. Формирование ценностного мира рассматривается в одном ряду с математикой и иностранным языком как общеобразовательными компетенциями, составляющими лишь основу специального профессионального образования.

К. Г. Юнг не случайно в качестве подлинной основы личности, центрального ее архетипа, цели процесса индивидуации называет такой архетип, как Самость. Индивидуация означает лучшее и более полное присвоение коллективных качеств и исполнение коллективных целей человеческого бытия. Одновременно это становление собой, постижение своей уникальности и неповторимости, собственного предназначения. Психологический рост личности, по Юнгу, означает движение от персоны к самости через осознание отдельных архетипов собственной личности. Развивая идеи К. Г. Юнга, Фромм называет экзистенциальной готовностью «отказаться от всяческих форм обладания ради подлинного бытия». Он связывает ее со способностью при любых обстоятельствах быть внимательным к людям, об-

ладать умением радоваться возможности служить им, а не только копить богатство и эксплуатировать других как средство создания богатства [9. С. 259], обладать возможностью быть самим собой, любить себя и быть способным любить другого.

В условиях современного социума чаще всего актуальным признается не движение от персоны к самости, а, наоборот, движение от самости к персоне как форме реализации в обществе собственного проекта. При этом часто забывают о том, что «собственно проектнобрендовая 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 масскульта» [7. С. 56]. Но это не единственная составляющая социальной жизни. Кроме сферы бизнеса, шоу-бизнеса и массовой культуры есть социальная сфера, в которой существует масса профессий, ориентированных на человека, его жизнь и здоровье, социализацию, охрану материнства и детства, поддержку в старости. Нужно ли рассматривать социальную сферу только как область возможной самореализации, или это сфера, в которой духовность

становится существенной составляющей самопроектирования? По мнению социологов, в социальной сфере работают в основном женщины, а это свидетельствует о непрестижности такого рода деятельности. Нашей задачей не является применение гендерного подхода к анализу самопроектирования личности, но очевидно, что женщины, являясь биологически носителем стабильного начала, всегда были «хранительницами очага», ответственными за сохранение устойчивости и традиций, менее преуспевающими в конкуренции и инновациях.

Подводя итог, подчеркнем, что самопроектирование личности, особенно личности, занятой в социальной сфере, не может оцениваться с позиций «полезной» и «бесполезной духовности», с позиций изменчивости, доминирующей над устойчивостью, с позиций свободы, исключающей осознание своих границ и ответственности за результат собственных действий. Духовность является фундаментом любого личностного проекта, делает его социально значимым, т. е. укрепляющим общество и его основы. При создании модели российского образования для будущего нельзя игнорировать воспитательную функцию образования по формированию ценностной основы внутреннего мира личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. БАУМАН З. Текущая современность. СПб. : Питер, 2008.
2. БУХАРЦЕВА Н. Г. Образование как средство самореализации личности в условиях глобализации // Педагогическое образование в России. 2010. № 4. С. 28—33.
3. ВОЛКОВ А. У., КУЗЬМИНОВ Я. И., РЕМОРЕНКО И. М., РУДНИК Б. Л., ФРУМИН И. Д., ЯКОБСОН Л. И. Российское образование — 2020: модель образования для инновационной экономики. URL: <http://www.hse.ru/data/2011/02/21/1208561970/mode12020.pdf>.
4. КОМАРОВ С. В. Мегафизика и феноменология субъективности. Исторические пролегомены к фундаментальной онтологии сознания. СПб., 2007.
5. САРТР Ж.-П. Экзистенциализм — это гуманизм // Сумерки богов. М. : Изд-во политической литературы, 1989. С. 319—345.
6. ТОФФЛЕР Э. Шок будущего. М. : АСТ, 2008.
7. ТУЛЬЧИНСКИЙ Г. Л. Личность как автопроект и бренд: некоторые следствия // Философские науки. 2009. № 9. С. 47—60.
8. ТУЛЬЧИНСКИЙ Г. Л. Проективный философский словарь. Вып. 3 // Философские науки. 2009. № 11. С. 137—150.
9. ФРОММ Э. «Иметь» или «быть»? — М. : АСТ : Астрель : Полиграфиздат, 2012.
10. ЮНГ К. Г. Проблемы души нашего времени. М. : Прогресс, 1994.

Статью рекомендует канд. пед. наук, доц. М. А. Беляева