

ՓԻԼԻՍՈՓԱՅՈՒԹՅՈՒՆ

ԻՆՔՆԱԿՈՉՈՒԹՅՈՒՆԸ ՈՐՊԵՍ ԻՆՔՆԻՐԱՑՄԱՆ ՍՈՑԻՈՄՇԱԿՈՒԹԱՅԻՆ ՄԵՆԱՆԻՉՄ

ԳԱԳԻԿ ՍՈՂՈՍՈՆՅԱՆ

Ինքնակոչության հիմնախնդիրը ձևակերպվում է որպես էութենական կապերով կեցության մեջ արմատավորված չլինելու պատճառով գիտակցության ամբողջականության խախտում: Այս երկվությունը պարտադրում է հավակնություններ դրսևորել հաջողակների կարգավիճակի նկատմամբ, յուրացնել, իրեն վերագրել ուրիշների անունն ու անձը: Ինքնակոչության ակունքը հակապրագմատիկ ոգեղենության համակարգային ճգնաժամն է, ինքնության կորուստը: Ինքնակոչությունը պատմական երևույթ է, այն ունի որոշակի սոցիոմշակութային նախադրյալներ և վարքականոնային հետևանքներ, հետևաբար նաև՝ հարաշարժության որոշակի տրամաբանություն: Անհատի անձ դառնալու հանգամանքը պայմանավորված է նաև նրանով, թե կոնկրետ հասարակության մեջ ինչպես է հարմարվում, «տեղայնացվում» ազատություն, ուստի նաև պատասխանատվություն կրող մեղսունակ սուբյեկտը: Նախապատմական շրջանի մարդը պատասխանատվությունը, որպես կանոն, դնում էր բնական երևույթների և տարերքների վրա: Անհատի գործողությունների պատասխանատվությունը կրող մեղսունակ սուբյեկտի դերում հանդես էին գալիս տոհմն ու ցեղը: Պատմական զարգացման հաջորդող փուլերում ազատության և պատասխանատվության սահմաններն աստիճանաբար նեղանում են: Քաղաքակրթական գործառնության ներկա փուլը բնութագրվում է նրանով, որ անձի ազատության և պատասխանատվության սահմաններն ամփոփվում են անհատի հոգեմտմտիկ ամբողջականության մարմնական շրջանակներում: Սակայն ժամանակակից բժշկության արձանագրած կարևոր նվաճումները, առավել ևս զարգացման ուրվագծվող միտումները հուշում են, որ ներկա փուլը նույնպես պատմականորեն անցողիկ բնույթ է կրում: Կասկածից վեր է, որ, ի տարբերություն նախկին ժամանակների, մարմինն այլևս անձի նույնականացման միակ և ամենահաջող երաշխավորը չէ (գենային ինժեներիա, պլաստիկ վիրաբուժություն, օրգանների փոխպատվաստում և այլն): Մարմինը գոյաբանական էությունից աստիճանաբար վերածվում է մանիպուլյացիայի օբյեկտի¹: Ջուզահեռաբար և գրեթե նույն տրամաբանությամբ զարգանում է ինքնակոչության պատմությունը: Բանն այն է, որ ինքնակոչը սոսկ առանց հրավերի եկող, ապօրինաբար իրեն իբրև այլ գոյություն ներկայացնող, իրեն չհատկանշող բնութագրեր՝ կոչում, պաշտոն և այլն, վերագրող, պատկերավոր ասած՝ առանց հրավերի ուրիշ միջավայր ներխուժող անձ չէ: Խաբեբաներ, սրիկաներ, խարդախներ բոլոր ժամանակներում էլ եղել են, և նրանց ճանաչելն ու նույնականացնելն այս

¹ Տե՛ս Գուլչինսկի Գ. Ա. Постчеловеческая персонология. Новые перспективы свободы и рациональности. СПб., 2002:

կամ այն հաջողությամբ հասարակությունները իրականացրել են՝ մշակելով և գործադրելով նման անձանց մեկուսացնելու բարոյական և իրավական ծրագրեր: Ինքնակոչը մշտապես ձգտում է եզակիության, բացառիկության, նա խիստ հավակնոտ է: Ինքնակոչը, գերազնահատելով իր ուժերն ու կարողությունները, իրեն վերագրելով որևէ հատկություն կամ արժանիք, ձգտում է ուրիշների կողմից դրա անվերապահ ճանաչմանը, ընդունմանը: Ընդ որում, հավակնոտ բացառիկությունը և դրա դրսևորման ձևերը, ինչպես ասվել է վերը, պատմական պայմանավորվածություն ունեն: Ինքնակոչության բնույթը կախված է սոցիումի կառուցման ու գործառնության առանձնահատկություններից, տվյալ հասարակության մեջ կարգավիճակների բաշխման սանդղակից, ճանաչելի լինելու համապատասխան ձևերից, արտոնությունների համակարգից և այլն: Անձի՝ որպես մեղսունակ սուբյեկտի նույնականացման, ուստի նաև հասարակական «որակավորման» տեսանկյունից կարելի է տարբերակել ինքնակոչության պատմականորեն կարևոր երկու անցումային փուլ.

- ավանդական հասարակությանը բնորոշ անձի խիստ նույնականացումից անցում դեպի նոր և նորագույն ժամանակներին բնորոշ նույնականացում,

- անցում անձի նույնականացման ժամանակակից փուլին, որը սերտորեն կապված է համաշխարհայնացման, զանգվածային մշակույթի և տեղեկատվական հասարակության հետ:

Ժամանակակից պայմաններում ինքնակոչության հիմնախնդրի սոցիալ-փիլիսոփայական վերլուծության առնչությամբ ուշագրավ տեսակետ է ներկայացնում Ի.Պ. Սմիռնովը: Նա առաջարկում է ինքնակոչության ֆենոմենը քննարկել՝ այն կապելով «դերային հեղափոխության»² հետ, որի էությունը կարգավիճակային նույնականացումից անցումն է անձի դերային նույնականացմանը: Կարգավիճակն անհատի կողմից նվաճված և սոցիալական գործառնության վերարտադրության համակարգում նրան ամրագրված հանրորեն ընդունելի լեգիտիմացված արժանիք է: Արխաիկ հասարակությունում անհատի կարգավիճակը ճանաչվում էր կոնկրետ սոցիումի (տոհմ, ցեղ) և նրանում, որպես կանոն, կենսաբանական գործոններով պայմանավորված (սեռ, տարիք, մարմնական առանձնահատկություններ) գրաված դիրքի հանգամանքներով: Հաճախ կարգավիճակը ներկայացվում է հատուկ նշանների (դաջվածք, սանրվածք, սպիներ, հաշմություն, մարմնական խեղումներ) միջոցով, որոնք մարմինը վերածում են կարգավիճակային նշանային համակարգի: Փաստորեն, մարմինը դառնում է խիստ որոշակի մի տեքստ, որը հնարավորություն է ընձեռում ճանաչել և (ընթերցել) տվյալ անհատին³: Այդ իսկ պատճառով ինքնակոչը ոչ միայն բռնատիրում է տիրոջ տեղը, այլև նվաճում է համապատասխան նշանային համակարգի, «կարգավիճակային տեքստի» անձնավորման մենիշխան իրավունք:

Ավատատիրական հասարակություններում անհատի կարգավիճակը որոշվում էր գերագույն իշխանությունը կրող անձին մատուցած ծառայություններով: Արխաիկ և ավատատիրական հասարակությունների համար

² Ст'я Смирнов И. П. Самозванство, или ролевая революция // Место печати. Журнал интерпретационного искусства, 2001, № 13, էջ 32:

³ Ст'я նույն տեղը, էջ 36:

ընդհանուրն այն է, որ երկու հասարակարգերում էլ կարգավիճակը «հաշտեցնում է» կենսաբանականն ու սոցիալականը և կրում է երկարատև ու կայուն բնույթ: Սա է կարգավիճակի տարբերությունը սոցիալական դերից, որի «խաղացանկը» ավելի հարուստ ու բազմազան է և պայմանավորված է հիմնականում անձի ազատ ինքնորոշմամբ: Սոցիումի կառուցման կարգավիճակային համակարգն ուղղահայաց բնույթ ունի, մինչդեռ դերայինը՝ հորիզոնական: Այնպես որ, բոլոր կարգավիճակները համահարթվում են և հանգեցվում ընդհանուր հայտարարի, սոցիալական դերակատարները դառնում են համարժեք: Կարգավիճակային և դերային սոցիումների միջև խզումն այնքան արմատական է, որ սկզբնապես դերային վարք կարող են դրսևորել միայն բացառիկ մարդիկ, որոնք յուրացնում են ավելի բարձր կացության կարգավիճակներ, ինչն անխուսափելիորեն դառնում է սոցիալական լուրջ բախումների պատճառ:

Իրավիճակը սկզբունքորեն փոխվում է, երբ ժամանակակից քաղաքակրթության գլխավոր գոյաձև է դառնում զանգվածային մշակույթը, որտեղ կարևորվում են մշակույթի այն հատկանիշներն ու որակները, որոնք համաշխարհայնացման արգասիք են: Ժամանակակից քաղաքակրթության մեջ մարդու բնութագրման գլխավոր ցուցանիշ է հռչակվում սպառումը, որը, աստիճանաբար ձեռք բերելով արժեքաբանական յուրահատուկ ենթատեքստ, դառնում է սոցիալական համակեցության կազմակերպման յուրահատուկ սոցիոմշակութային ծածկագիր: Ջանգվածային մշակույթը բնութագրվում է որպես ժամանակակից շուկայական տնտեսության պահանջներին ծառայող, սպառողական կենսակերպի յուրացմանը նպաստող և այդ կենսակերպին առավելագույնս հարմարվելու համընդհանուր գաղափարախոսություն: Ինքնին զանգվածային մշակույթը ոչ լավ է և ոչ էլ վատ: Այն արձանագրել է ինչպես լուրջ նվաճումներ (բարեկեցություն, բարձրորակ ապրանքների և ծառայությունների արտադրություն և մատուցում, առողջ կենսակերպ, արագ և արդյունավետ սոցիալականացում և այլն), այնպես էլ ակնհայտորեն բացասական հետևանքներ (սպառողական հոգեբանություն, ինֆանտիլություն, գիտակցության մանիպուլյացիա և այլն): Պայքարել զանգվածային մշակույթի դեմ անհեթեթ է և անիմաստ: Անհրաժեշտ է դիմակայել դրա համակարգակործան ազդեցություններին:

Ավանդական հասարակությունում արժեքները ներկայացվում են ուղղահայաց աստիճանակարգմամբ՝ ընդհուպ մինչև տրանսցենդենտ արժեքներ: Ջանգվածային մշակույթը ձևավորվելով և զարգանալով կարծրացնում է արժեքների համակարգը. սկսելով ամենավատից՝ այն արժեքները հանգեցնում է մի ընդհանուր հայտարարի, ինչի հետևանքով վերջիններս դառնում են շուկայի մասնաբաժանման ցուցանիշ: Ջանգվածային արտադրության և սպառման պայմաններում շուկայական միջավայրը, ընդհուպ մինչև պարզ սպառողը, հստակորեն հատվածավորում է շուկան: Մարդը դառնում է ոչ թե սոցիալական պատկանելության, այլ կենսաոճի ցուցանիշ: Ջանգվածային մշակույթը ձևավորում է սպառողական արդի հասարակությանը բնորոշ հաղորդակցման, ինքնադրսևորման, կենսակերպի արտահայտման նշանային նոր համակարգ (պահվածք, հագուստ, սանրվածք, ճաշակ և այլն), որն ամբողջությամբ ծառայում է շուկայական քաղաքակրթության «զայթակղությունների գործարանի» գաղափարախոսությանը: Այդ գաղափարախոսության համաձայն՝ գոյության իրավունք

ունի միայն այն, ինչ պահանջարկ է վայելում: Ապրանքները, ծառայությունները, մարդիկ, անգամ երկրները, հանդես են գալիս որպես ապրանքանիշ (բրենդ): Ցուցադրական սպառումն աստիճանաբար դառնում է մշակութային ընդհանուր նորմ, որին չենթարկվողը կանգնում է շրջապատից վտարվելու, մեկուսացվելու և ծաղրուծանակի ենթարկվելու վտանգի առջև: Ցուցադրական սպառման պարագայում ապրանքի փոխարեն նախևառաջ հանդես է գալիս ապրանքանիշը (արհեստականորեն ստեղծված կերպար), որի սոցիալական կարգավիճակն էլ որոշում է ապրանքի գինը՝ անկախ նրա արտադրության վրա ծախսված ջանքերից և նրա իրական սպառողական հատկություններից: Ըստ էության, բրենդը զանգվածային մշակույթի հասարակության պահանջներին հասցեագրված պատասխան ուղերձ է⁴: Այս հասարակության մեջ ապրանքի արժեքը որոշվում է արտադրողի սոցիալական կարգավիճակով, այլ ոչ թե կարգավիճակը՝ արժեքով, ինչը բնորոշ էր դասական կապիտալիզմին: Ապրանքանիշի գնի բարձրացմանը ծառայում է գովազդը, որը ապրանքի կամ որևէ ընկերության համար համապատասխան կերպար է ստեղծում, և ավելի շատ շուկայում շրջանառում են հենց այդ ստեղծված կերպարները, քան իրական ապրանքները: Սա է պատճառը, որ գովազդային հոլովակներում իրերն առավել կատարյալ են երևում, քան դրանք իրականում կան: Որևէ ապրանքի գինը ձևավորվում է ոչ թե իրական տնտեսական օրենքների հիման վրա, այլ շուկայագետների և գովազդային գործակալների կողմից: Նրանք են ստեղծում ապրանքի կամ որևէ ընկերության «ապրանքանիշը» և հենց դրանից ելնելով էլ՝ սահմանում ապրանքի գինը: «Երևելի» ապրանքանիշը մի քանի անգամ գերազանցում է գնագոյացման ավանդական ճանապարհով ստեղծված ապրանքի գինը⁵: Չանգվածային մշակույթի հասարակությունում շուկա են հանվում ոչ միայն ապրանքներ, այլև սպառողների սպասումներն ու ակնկալիքները, իրենց մասին սեփական պատկերացումները և անգամ անձնական երազանքները, իղծերն ու փափագները: Մարդիկ ուզում են ունենալ ոչ թե մեկընդմիջ տրված և ինչ-որ գործոններով կամ հանգամանքներով պայմանավորված ինքնություն, այլ ցանկալի, ավելի լավ ինքնություն («երևելի բրենդ»): Բրենդը դառնում է խիստ անհատականացված սոցիալական առասպել: Ապրանքանիշը փոխարինում է մարդուն՝ դառնալով ամենագո ինքնակոչության համընդհանուր դրսևորում: Սպառողական քաղաքակրթության պայմաններում հոգևոր արժեքներն աստիճանաբար կերպարանափոխվում են և դառնում ապրանքների խորհրդանիշային պատկեր, այսպես կոչված՝ «իմիջ»: Մարդիկ հրաժարվում են «մեծ ինքնություններից», այսինքն՝ դադարում են իրենց նույնացնել որոշակի պետության, ազգի կամ էթնոսի, կրոնադավանաբանական խմբի հետ: Չևավորվում է մեղ, սահմանափակ հայացքների ու ձգտումների տեր մարդկանց նոր խավ, որի համար նույնականացման հիմնական չափանիշ է դառնում հենց բրենդը: Այս նոր քաղքենիների համար կարևոր են ոչ թե անձի հոգևոր-բարոյական անօտարելի արժեքներն ու ավանդական առաքինությունները, այլ կենսաոճի արագափոխ ցուցանիշները (ի՞նչ

⁴ Տե՛ս Громов Е. И., Герасимова М. А., Евланов В. Н., Тульчинский Г. А. Бренддинг: PR-технология. СПб., 2007:

⁵ Տե՛ս Иванов Д. Общество как виртуальная реальность // Информационное общество. М., 2004, էջ 389-392:

խանութներից ես օգտվում, որտե՞ղ ես հանդերձավորվում, ինչո՞վ ես երթևեկում, որտե՞ղ ես բնակվում, որտե՞ղ ես հանգստանում և այլն): Ձանգվածային-սպառողական հասարակության պայմաններում ինքնակոչությունը դառնում է ամենօրյա, սովորական երևույթ՝ ի տարբերություն սոցիումի գոյության և գործառնության նախորդ փուլերի, երբ այն եզակի պատմական անձանց, այսպես կոչված, «բարձր ինքնակոչություն էր»:

Անձի նույնականացման խնդիրների հետ կապված փոխակերպումները պատկերավոր և համոզիչ է ներկայացնում ժամանակակից ռուս տեսաբան Դ. Ա. Պրիգովը⁶: Նա «Գարնան տասնյոթ ակնթարթ» հայտնի հեռուստասերիալի հերոս Շտիրլիցի օրինակով վերլուծում է մեր օրերում շատ կարևոր դարձած նույնականացման հիմնախնդիրը: Դ. Ա. Պրիգովը Շտիրլիցին ներկայացնում է որպես իրենց գոյության վերջին փուլում սոցիալական երկու ուտոպիաները մարմնավորող իդեալ: Նա սուկ թշնամու թիկունքում հանդես եկող սովորական հետախույզ չէ: Հերոսի ողջ հմայքը կառուցվում է նրա ամբողջական երկվության վրա: Ցանկացած որոշակիություն կործանարար նշանակություն կունենա նրա համար: Շտիրլիցը տարանցիկ հերոս է: Սոսեցող ավարտի ցավը հատուկ հմայք է հաղորդում նրա կերպարին: Ավելին, վերահաս որոշակիությունը ողբերգական է նրա համար, որովհետև աներևակայելի է նրա գոյությունը ինչպես ռայխի հաղթանակի, այնպես էլ կործանման պարագայում: Անհնարին է այս հերոսին պատկերացնել միանշանակ նույնականացման խիստ շրջանակներում: Շտիրլիցը կարևոր և գրավիչ է հենց նրանով, որ նա խորհրդային մարդու աշխարհընկալման մեջ նոր ժամանակներին բնորոշ արագ արձագանքման և մանիպուլյատիվության նախակարապետն է: Խնդիրն այստեղ ոչ թե պարզապես անձի դերային ըմբռնումն է, այլ դերային շարժունության պրակտիկան և տեխնոլոգիան, այսինքն՝ դերերի արագ փոխարկումը և սեփական ինքնության մանիպուլյացիան: Շտիրլիցի կերպարին բնորոշ՝ «ասել այն, ինչ դիմացինն ուզում է լսել» հնարքը արդյունավետորեն գործում է ժամանակակից քաղաքական տեխնոլոգիաներում:

Ձանգվածային մշակույթը՝ որպես վարքի կարգավորման սոցիալական մեխանիզմների յուրահատուկ համակարգ, մարդկանց պարտադրում է անընդհատ փոխել նույնականացման սոցիոմշակութային հիմունքները: Անընդհատ տեղի են ունենում մասնագիտական, ընտանեկան, տարիքային, գույքային, քաղաքական դերային գործառնությունների արագ փոխակերպումներ: Եվ դժվար թե կարելի լինի խոսել դրանցից որևէ մեկի ակնհայտ գերակշռության մասին: Մարդիկ մշակում են ոչ թե հեռահար նպատակներ հետապնդող մեծ ծրագրեր ու նախագծեր, այլ «կենսական կարճատև նախագծեր»⁷: Դա պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ մարդկանց լրջորեն մտախոգում է արագորեն փոխակերպվող աշխարհում ձեռք բերած կայուն կենսամակարդակը կորցնելու հեռանկարը, ուստի նրանք նախընտրում են կազմել սակավառիսկ կենսական կարճատև նախագծեր:

Մարդը, ազատագրվելով նախորոշված սոցիալական դերերից, դադարում է իր բախտին մարգարեի նման նայել և ստանձնում է սեփական

⁶ Стен Пригов Д. А. Самоидентификация // Место печати. Журнал интерпретационного искусства, 2001, № 13, էջ 20-21:

⁷ Кривошеев В. В. Короткие жизненные проекты. Проявление аномии в современном обществе // Социс, 2009, № 3, с. 58-59.

ճակատագիրը կռելու պատասխանատվությունը: Ժամանակակից կյանքում մարդկանց անասելիորեն նյարդայնացնում է ոչ թե սոցիալական հարափոփոխ իրականության որևէ շերտում սեփական տեղը գտնելու և գըտնելու դեպքում արտաքսումից խուսափելու մշտական մտահոգությունը, այլ այն հոգեմաշ կասկածը, որ դժվարությամբ հաղթահարված սահմանները սորուն բնույթ ունեն և ամեն պահ կարող են դառնալ անհասանելի: Խտացնելով սոցիալական կյանքում անձնական մասնակցության ժամանակը՝ մարդը հաճախ կորցնում է իր ակտիվության, հատկապես հնարավոր բացթողումների և սխալների հետևանքներն անշտապ հաշվարկելու հնարավորությունը, ուստի նաև իրականությունը սթափ և աղեկվատ ըմբռնելու ունակությունը, ինչի հետևանքով վարքի բարոյական դրդապատճառների ընտրության ժամանակ հայտնվում է լուրջ դժվարությունների առջև: Ձգտելով արագորեն հարմարվել փոխակերպվող պայմաններին՝ մարդիկ սկսում են մերժել կայունությունն ու տևականությունը որպես բնականոն գոյության կարևորագույն պայմաններ: Ժամանակների միջև կարծես խզում է առաջանում, ուստի վարքի ավանդական մշտակաղապարներով անհնարին է «ապահովագրել սեփական ապագան»: Եվ քանի որ հեռահար նպատակներն այլևս պահանջարկ չեն վայելում, ապա հանուն արդյունքների անմիջական ստացման՝ մարդը հրաժարվում է հեռահար նպատակներից, ինչը, պարզունակացնելով գոյությունը, հանգեցնում է ինչպես սոցիալական, այնպես էլ անհատական կյանքի տրոհմանը: Մարդկային ինքնությունը եղելությունից վերածվում է «խնդրի»: Անհատական և սոցիալական կյանքի տարածաժամանակային դետերմինանտների կրճատումը նպաստում է անկայուն, առընթեր գաղափարների և արժեքների ձևավորմանը: Այս հանգամանքներն անխուսափելի են դարձնում տարանցիկ վարքը, որն ամենից առաջ դրսևորվում է որպես կենսական կարճատև նախագծերի վրա հիմնված ինքնաձրագրավորվող գործունեություն:

Պատմական ոչ վաղ անցյալում, հատկապես ամբողջատիրական հասարակություններում, գործում էր «մեծ» նույնականացումների հստակորեն կանոնակարգված արժեհամակարգը, որին չենթարկվող դառնում էր հալածական վտարակ: Այս պայմաններում անձի սոցիալականացումը կամ պատկանելիությունը որևէ խմբին շատ քիչ բան է նշանակում: Եթե խմբում անհատի սոցիալականացման պրոցեսը հարթ չի ընթանում, այսինքն՝ նա իր կարգավիճակով բավարարված չէ և նոր դերի կարիք ունի, ապա նա դառնում է ինքնակոչ և, ըստ այդմ, ո՛չ հասարակությանն է ամբողջությամբ պատկանում, ո՛չ էլ դրա բաղադրատարրերից որևէ մեկին: Ցանկացած սոցիալականությունից օտարված ինքնակոչը ազատվում է խմբի կողմից իրեն լիազորված լեգիտիմության անհրաժեշտությունից⁸: Փաստորեն, ժամանակակից կենսակերպում դրսևորվող երևույթները վկայում են, որ տեղի է ունենում սոցիումի քաղաքակրթական նախադրյալների արմատական փոփոխություն: Նվազում է ընտանիքի դերն ու նշանակությունը, ոչ ավանդական սեռական կապերն ու հարաբերությունները լեզալ գոյության իրավունք են ձեռք բերում, սերն անջատվում է մանկածնությունից, վերջինս էլ՝ մարդու վերարտադրողական կարողություններից, ար-

⁸ Стен Буравой М. Что делать? Тезисы о деградации социального бытия в глобализирующемся мире // Социс, 2009, № 4:

հեստական բեղմնավորումը դառնում է սովորական երևույթ, աշխատանքներ են տարվում մարդու կլոնավորման ուղղությամբ, երկրի վրա և մերձավոր տիեզերքում տեղաշարժման արագացման այնպիսի տեմպեր են արձանագրվում, որ ակնթարթային կողմնորոշման կարողությունն ու վարքի փոխարկումը դառնում են ոչ թե հաջողակության գործոններ, այլ անվտանգության և կենսական իրավասության անհրաժեշտ պայմաններ: Եթե սրանց հավելենք տեղեկատվական տեխնոլոգիաների բնագավառում կատարվող նվաճումները, երբ համացանցում հասցեատերը զրկվում է միայն իրեն ամրագրված տարիքային, սեռային, էթնիկական և այլ հատկանիշներից, երբ ինտերնետային մեկ հասցեի տակ թաքնվում են մի քանի անձինք, և կամ միևնույն մարդն ունի բազմաթիվ էլեկտրոնային հասցեներ, ապա արդիականության քաղաքակրթական պատկերն իր լրումին կմոտենա: Փիլիսոփայական մարդաբանության դասական եզրահանգումներն այլևս չեն բավարարում կենսիմաստային դիրքորոշումներին ներկայացվող պահանջներին⁹: Հընթացս ձևավորվող նոր մարդաբանության արժեհամակարգում անձը հանդես է գալիս որպես հավերժական ճամփորդ, տիեզերական թափառաշրջիկ, տիպորինական է դառնում դեռևս չիրացված, չնույնականացված «առանց հատկությունների» մարդը¹⁰: Նախկին արժեքագոյաբանական մարդուն գալիս է փոխարինելու արդիականության մանիպուլյատիվ - արարողակարգային «անձ-նախագիծը», որն անընդհատ շտկում, սրբագրում է իր իսկ հեղինակած նախագիծը: Սա ոչ այլ ինչ է, եթե ոչ ինքնակոչություն, և այս հանգամանքի հերքումը «կամ մշակութային անմեղսունակություն է, կամ կրկնակի ինքնակոչություն»¹¹:

Ձանգվածային մշակույթի պայմաններում անձը մշակում է վարքի այնպիսի նախագիծ, որն անպայմանորեն պետք է ներառի ցանկալի իմիջի և համապատասխան սոցիալական վարկանիշի կազմավորման անհրաժեշտ պայմանները: Ըստ էության, սա պարզ մարկետինգային աշխատակարգ է, որի գերագույն նպատակը սեփական անձի նկատմամբ պահանջարկի ձևավորումն է: Այդպիսի անձնային նախագծի գոյության ժամկետը սովորաբար հանրնկնում է ապրանքների և համապատասխան բրենդների «կյանքի» տևողության հետ, այսինքն՝ 5-7 տարի: Այսպիսի «մշակութային տարիքը» որևէ կերպ չի առնչվում կենսաբանական տարիքի հետ: Սոսկական ապրանքանիշի վերածված անձնային նախագծերը կարող են ցանկացած տարիքում ներկայացվել և խաղարկվել: Եթե ենթական ինչ-որ բան է ուզում, ինչ-որ բանի է ձգտում կամ ունակ է ինչ-որ բանի, ապա այդ մասին պարտավոր է հայտարարել, ներկայացնել սեփական անձը, հմտություններն ու կարողությունները, այսինքն՝ իր ապրանքանիշը, առավել ևս, որ ժամանակակից տեխնոլոգիաները այդ ամենի իրականացման համար ստեղծել են համապատասխան հնարավորություններ և տեխնիկական միջոցներ:

Սեփական կեցության էութենական ճշգրտման անհրաժեշտության առջև հայտնված մարդը մշակում է խաղի կանոնների նոր համակարգ, որը

⁹ Տե՛ս Гуревич П. С. Феномен деантропологизации человека // Вопросы философии, 2009, № 3:

¹⁰ Տե՛ս Бытие в свободе, или проблема культурной идентичности человека в ситуации онтологического перехода // Философские науки, 2004, № 3, Антропология перехода // Человек.RU. Гуманитарный альманах. Новосибирск, 2006, № 2:

¹¹ Տե՛ս Пригов Д. А. Նշվ. աշխ., էջ 30:

կարելի է ներկայացնել որպես թատերականացված վարք: Սա վարքի ծրագրավորման և իրացման այնպիսի առանձնահատուկ եղանակ է, որի ամենակարևոր հատկանիշը բեմականացումն է: Խաղի տիրապետմամբ սոցիալական սուբյեկտի՝ օբյեկտից կախվածությամբ բնութագրվող հասարակությունը ֆրանսիացի մտածող Պի Դեբորն անվանում է «բեմականացված հասարակություն», որը «ոչ այլ ինչ է, քան սոցիալ-տնտեսական հասարակարգի ամբողջական պրակտիկայի իմաստը, ժամանակի վրա տիրապետելու նրա եղանակը»¹²: Բեմականացված հասարակության մեջ մարդու համար գերագույն նպատակ է դառնում շրջապատի վրա անհրաժեշտ տպավորություն գործելը: Խաղի այս նոր կանոնները նրան ստիպում են վերածվել մանիպուլյատորի: Մարդ-մանիպուլյատորի համար անձնային նախագծերի ներկայացման միակ մտահոգությունը սոսկ սեփական ապրանքանիշի հաջող խաղարկումն է: Մանիպուլյատորը չունի խորքային ապրումներ, զուրկ է իրական ու անկեղծ հուզականությունից, այլոց հետ նրա հարաբերությունները սառը հաշվարկի վրա հիմնված շահադետ դիրքորոշումների նպատակասլաց իրացման արդյունք են: Թեպետ մարդ-մանիպուլյատորը փորձում է ուրիշների գործողություններն ու վարքը վերահսկողի տպավորություն ստեղծել, բայց ինքը նույնպես, զուցե և ավելի, վերահսկվելու և կառավարվելու կարիք ունի: Հենց այս պատճառով էլ մանիպուլյատորը միշտ հեղինակություններ է փնտրում, նրանցով է փորձում տպավորիչ և հանդիչ դարձնել իր բեմականացված վարքի ցանկացած արար: Մարդ-մանիպուլյատորի համար կյանքը խամաճիկների թատրոն է, որտեղ յուրաքանչյուր խամաճիկ (մարդ) սոցիալական ներկայացման անհրաժեշտ բաղադրիչ է, օգտագործման և վերահսկման ենթակա սոսկական դեկոր: Համապարտ պատասխանատվության պարտավորվածությամբ չճանաբեռնված իրադրային դերասանի՝ մարդ-մանիպուլյատորի համար շատ հարմար է պարել ծայրահեղորեն պարզեցված սոցիալական բեմահարթակում: Մարդ-մանիպուլյատորը զուրկ է ինքն իրեն հավատարիմ մնալու պարտադրանքից, նրա համար ճոխություն է ինչ-որ ժամանակ լիցքաթափվելու ամենասովորական ցանկությունը և անասելի շռայլություն՝ պարզապես հանգստանալու ֆիզիոլոգիական անհրաժեշտությունը: Նա երբեք հանգստանալու ժամանակ չունի, որովհետև միտքը մշտապես զբաղված է անձնային նոր նախագծերի (իմա՝ ապրանքանիշերի), նորանոր մանիպուլյատիվ հնարների մշակմամբ: Նա երբեք չի արտահայտում իր կարծիքը, հույզերն ու զգացումները, որովհետև վախենում է կա՛մ ինչ-որ բանի վերահսկողությունը կորցնելուց, կա՛մ միայնակ մնալուց և կա՛մ պարտված ճանաչվելուց: Թեպետ նա աչալրջորեն հետևում է կյանքի սոցիալական երակազարկին, բայց երբեք լիաթոք չի ապրում, նրա համար խորթ է այստեղ և այս պահին ապրելը, որովհետև նրա միտքը տենդորեն աշխատում է իր իմիջի և իր անձի նկատմամբ պահանջարկի պահպանման ուղղությամբ:

Այսպիսով, մարդաբանական նոր հարացույցի համաձայն՝ կարևորվում են ոչ այնքան անձի կենսաբանական բնութագիրը, հասարակական

¹² Дебор П. Общество спектакля. М., 2000, т. 12, տե՛ս նաև՝ Мальковская И. А. Эволюция зрелищ в человеческом измерении // Социс, 2008, № 9, նույնի՝ Метаморфозы субъективности в современном мире // Социс, 2008, № 5:

կարգավիճակն ու սոցիալական դերը, որքան զանգվածային մշակույթի համար այդքան էական և սոցիոմշակութային հիմունք դարձած երևույթը՝ անձնային ապրանքանիշը՝ բրենդը: Կարգավիճակն ու դերը դառնում են ոչ թե նպատակ, նույնականացման վերջնական արդյունք, այլ նախագծի իրականացման միջոց: Այսպիսի դիրքորոշման շրջանակներում կյանքը դիտարկվում է որպես նախագծեր կազմելու, ներկայացնելու և իրացնելու իրարահաջորդ ընթացք, որի խզումը սոցիալական մահվան վկայություն է:

Հասարակական համակարգը գործառնության յուրաքանչյուր փուլում ստեղծում է անհատի սոցիալականացման առանձնահատուկ եղանակ: Այսպես, հրաժարումը ժառանգական կարգավիճակից ճանապարհ է հարթում բյուրոկրատական առաջխաղացման համար, ամենագոր բյուրոկրատիայից ազատագրումը նպաստում է տնտեսական, քաղաքական և ստեղծագործական ուժերի ազատ դրսևորմանը, ինքնանույնականացման հնարավորությունների, իսկ, շնորհիվ հաղորդակցման նոր միջոցների զարգացման, նաև ինքնիրացման նոր հեռանկարների ընդլայնմանը: Այս առումով, ինքնակոչության պատմությունը ոչ այնքան կարգավիճակի և անձի սահմանների հարաշարժության պատմություն է, որքան ազատության և դրա լինելիության պատմություն: Ժամանակակից ինքնակոչության բնույթն ու բովանդակությունը ոչ այլ ինչ են, եթե ոչ զանգվածային մշակույթի՝ հասարակության մեջ ազատության և անհատական պատասխանատվության դրսևորման կերպ և եղանակ: Այս իմաստով հատկանշական է արտիստների, պոպ աստղերի, քաղաքական գործիչների հասարակական կարգավիճակի փոփոխությունը: Բեմականացված վարքը, ներկայացումը մեր օրերում դարձել են բարձր վարկանիշ և մշտական պահանջարկ վայելող գործունեության շահութաբեր տեսակներ: Պատահական չէ, որ քաղաքական բանավեճերը ընթանում են ոչ թե քաղաքական գաղափարների, սկզբունքների և ծրագրերի բախման ու մրցակցության ձևով, այլ հանրությանը ներկայացվում են ռեժիսորների կողմից լավ կամ վատ բեմադրված թատերական ներկայացումների ձևով, որտեղ մեծ դեր են կատարում միզանցները, ժեստերն ու արտաքին տեսքը¹³: Կարծես վերանում է կյանքի և ներկայացման սահմանազատումը, դիմակահանդեսի հատկանիշներ ձեռք բերած հասարակական կյանքը հիշեցնում է արարողակարգային իրարահաջորդ պայմանականությունների ամբողջություն: Ժամանակակից մարդու ծանրաբեռնված գիտակցությունը, հոգնելով հարաբերականությունից, գնում է ներկայացման հետևից: Քանի որ բեմականացված վարքի պարագայում գլխավոր նպատակը տպավորություն թողնելն է, ապա իմիտացիան դառնում է գործունեության առանցք և դրսևորվում սոցիոկեցության բոլոր ոլորտներում՝ հատկապես քաղաքականության ասպարեզում: Բեմականացումը, դրա ձևն ու բովանդակությունը ծառայում են գոյություն ունեցող քաղաքական ու տնտեսական համակարգի պայմանների ու նպատակների արդարացմանը: Այսպիսի «սոցիալական շոուն» բարդ ու խճճված հասարակական կյանքի պարզունակացված ու դյուրամարս տարբերակն է: Այն նպատակամղված է կեղծ ռեալության մթնոլորտի ստեղծմանը, ինչը մարդուն զրկում է իրականը տեսնելու և գնահատելու հնարավորությունից: Աշխարհի հետ հարաբերման գերակա եղանակ է դառնում պատրանքային գիտակցությունը: Բեմականացված

¹³ Տե՛ս Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М., 2000, էջ 219-220:

հասարակությունն իր զանգվածային մշակույթով մարդկանց սովորեցնում, իսկ ապա պարտադրում է արդիականության ցավոտ դրսևորումներից խուսափելու դյուրին ձև: Առօրյայի անընդհատ հարստացումը կերպարներով կամ, ինչպես հետարդիապաշտներն են ասում, սիմուլյակրոով (լատ. simulacrum – պատկեր, նմանություն), հանգեցնում է կեղծ ռեալության ստեղծմանը, որն անկայուն, ժամանակավոր զգայախաբություն է, կերպարների ներկայացում, որոնք վաղուց արդեն կորցրել են իրենց նախասկզբնական իմաստը: Ըստ Ժ. Բոդրիյարի՝ երևույթը (պատկերը) «զուտ սիմուլյակրի» վերածվելու գործընթացն իրականացվում է հետևյալ կերպ. սկզբնապես պատկերն իրականության ճիշտ արտացոլումն է, ապա այն թաքցնում, իսկ հետո խեղում է իրականությունը, այնուհետև ուղղակի քողարկում է բազային իրականության բացակայությունը, փոխակերպման հաջորդ փուլում սիմուլյակրն այլևս կապ չունի իրականության հետ, ի վերջո այն դառնում է հենց իր իսկ սիմուլյակրը¹⁴: Սիմուլյակրի գոյության ու գործառնության համար առանձնահատուկ միջավայր են ստեղծում հաղորդակցության էլեկտրոնային, հատկապես՝ տեսապատկերային միջոցները, որոնք ստեղծում են ռեալության պատրանք: Հետևանքը լինում է այն, որ մարդիկ դժվարանում են տարբերակել իրականը երևակայականից: Հասարակական կյանքի սոցիոմշակութային կենտրոն դարձած ամենահաս էկրանն այլևս չի արտացոլում օբյեկտիվ իրականությունը, այն ստեղծում է իր սիմուլյատիվ իրականությունը:

Հետաքրքիր փոխակերպումներ և զարգացման նոր միտումներ են դրսևորվում աշխատանքային էթիկայի բնագավառում¹⁵: Ժամանակակից մասնագետը առավելապես ձգտում է հանդես գալ որպես «ազատ գործակալ», որի համար հատկապես կարևորվում են անձնական ազատությունը, ինքնակամությունը, անհատական պատասխանատվությունը, հաջողության և առաջադիմության սեփական չափանիշները: Այդպիսի աշխատակցի նկատմամբ քիչ կիրառելի են դեռ անցյալ դարում այնքան կարևոր հրուշակված այնպիսի պահանջներ, ինչպիսիք են կլանային (մեկուսախմբակային) գիտակցությունը և կորպորատիվությունը: Նրա աշխատանքային գործունեության շարժառիթներն ու աշխատանքային էթիկան այլևս որևէ աղերս չունեն բողոքական էթիկայի, ճգնակյացության, ինքնահյուծման կամ ինքնուրացման հետ: Նա կորպորատիվ մշակույթի և կորպորատիվ ոգու կրողը չէ, նա աշխատում է իր համար, ինքն է սեփական ռիսկերի և հնարավորությունների պատասխանատուն: Աշխատանքն այլևս չի ընկալվում որպես պատիժ և հարկադրական չարիք, այն իրապես դառնում է ինքնիրացման և ինքնազարգացման ռեսուրս:

Եթե նախկինում մարդիկ հանրօգուտ և կարևոր խնդիրների լուծման համար լարված ու տքնաջան աշխատանքի շնորհիվ արժանանում էին վաստակած փառքի, ապա այսօր նախընտրում են լինել հանրահայտ, ընդ որում, պարտադիր չէ, որ հանրաճանաչ լինելն անպայմանորեն դրական, այսինքն՝ առաքինի և բարոյական առունով ընդունելի երանգավորում ունենա: Փառքին փոխարինելու եկած «հռչակը» ընկալվում է որպես անմահության ակնթարթային տարբերակ: Չանզվածային-սպառողական հասարակության

¹⁴ Stéu Baudrillard J. Simulacres et simulations. P., 1981, էջ 10:

¹⁵ Stéu Согомонов А. Ю. Метаморфозы трудовой этики // Прикладная этика: код практичности. Тюмень, 2008, էջ 229-233:

րակությունում Ռ. Դեկարտի «Cogito ergo sum» (մտածում եմ, հետևաբար գոյություն ունեմ) հանրահայտ դրույթն ըստ ամենայնի կհնչեր այսպես. «Իմ մասին խոսում եմ, հետևաբար գոյություն ունեմ»:

Այսպիսով, ինքնակոչությունը ժամանակակից մշակույթի և մարդաբանության սոցիոմշակութային այն հիմունքն է, որը հնարավորություն է ընձեռում ընթացելու սպառողական հասարակության զանգվածի մարդու գոյաբանական և ֆենոմենոլոգիական առանձնահատկությունները: Եթե նախկինում ինքնակոչությունը հանդես էր գալիս որպես եզակի մարդկանց սոցիումի մեջ յուրահատուկ տեղ գրավելու, բացառիկ, անկրկնելի լինելու, առանձնաշնորհյալ վիճակ ամրագրելու ծայրահեղ դրսևորում, ապա մեր օրերում այն դառնում է սովորական երևույթ՝ «կյանքի իրացման պայման և աշխատակարգ, կենսական բանհիմացության թեստ»¹⁶: Առաջին պլան են մղվում անձնական և մասնագիտական հպարտ ինքնամերկայացումը, սեփական անձը շահեկան դիտանկյունից հանրությանը մատուցելը, ընդգրծված ինքնատիպությունը, սպասելի, պահանջված լինելու հանգամանքները: Դժվար չէ կռահել, որ նման կենսադիրքորոշման պայմաններում անխուսափելի են բարոյական խեղումներն ու կորուստները: Հակապրագմատիկ, տրանսցենդենտ արժեքների նկատմամբ անտարբեր հասարակության մեջ պատասխանատվության ինքնագիտակցությունից զուրկ անձի համար կյանքը դառնում է անհիմաստ և ձանձրալի: Նման մարդու համար կյանքը վերածվում է կամ պասիվ սպասման, կամ զուտ գործունեության (ակտիվություն հանուն ակտիվության), որի նպատակը «իրադարձության» ստեղծմամբ, հնարավոր է նաև հանցագործության գնով, շրջապատի ուշադրությունը գրավելն է: Միապաղաղությանն ու տաղտուկին մարտահրավեր նետած մարդու համար ամենակուլ ձանձրույթի փարատման միջոց են դառնում տուրիզմը, շոպինգը, տարատեսակ հոբբիները եւ գործունեության այլ, երբեմն իմաստազուրկ տեսակները, որոնք պետք է փոխարինեն ինչպես անձի, այնպես էլ հասարակության ու բնության համար վտանգավոր իմաստարժեքային վակուումին: Ամենուր թևածում է սոցիալական ապատիան, մարդկանց համակում է թախիծն ու էկզիստենցիալ ձանձրույթը¹⁷:

Սոցիումին և նրա յուրաքանչյուր անդամին տոտալ առևտրայնացումից և դրա համակարգակործան հետևանքներից կարող են փրկել քաղաքացիական հասարակության այն հաստատությունները, որոնք վարում են հասարակական համակարգը միավորող սոցիոմշակութային հստակ քաղաքականություն: Այդպիսի սոցիալական ինստիտուտների ձևավորումն ու զարգացումը կարիք ունի խիստ որոշակի դերակատարի՝ ազատ և պատասխանատու անձի: Ազատությունը, սակայն, նաև տարատեսակ գայթակղությունների աղբյուր է: Չանգվածային մշակույթի պայմաններում ազատությունը հաճախ վերածվում է ինքնակոչության: Եթե բոլոր ժամանակներում ինքնակոչությունը պայմանավորված էր աշխարհում սեփական տեղի հանդեպ ունեցած դժգոհությամբ, ուստի՝ որևէ կոնկրետ հանրույթի պատկանող ինքնակոչը պահանջ-պարտադրանք էր ներկայացնում շրջապատին՝ փոխել վերաբերմունքն իր նկատմամբ, ապա այսօր ինքնա-

¹⁶ Тульчинский Г. Л. Новая антропология: личность в перспективе пост-человечности // Вопросы философии, 2009, № 3, с. 55-56.

¹⁷ Стів Хьюбнер Б. СМЫСЛ в бес-СМЫСЛЕННОЕ время. Минск, 2006, էջ 7:

կոչությունը վերածվում է կոչման, սերտաճում դրա հետ՝ դառնալով ինքնանույնականացման ցուցանիշ, այլ կերպ ասած՝ անձնային փոխակերպումների սոցիոնշակութային հիմունք: Ինքնակոչության պատմությունը, այսպիսով, զարգացել է հետևյալ տրամաբանությամբ.

-ինքնակոչություն, որը պայմանավորված է եղել որևէ հանրույթի ներկայացուցիչը լինելու և կարգավիճակային ավելի բարձր, ցանկալի խումբ տեղափոխվելու հանգամանքով,

-ինքնակոչություն, որն իրականացվել է անկրկնելի, առանձնաշնորհյալ վիճակ ընդգծելու, սեփական բացառիկությունը ցուցադրելու համար,

-ինքնակոչություն, որը միտված է պատասխանատու ինքնիրացմանը, էկզիստենցիալ ինքնության անարգել դրսևորմանը:

Եվ այսու, ինքնակոչության պատմությունը ոչ այնքան անձի կարգավիճակի և դերերի հաջորդափոխման պատմություն է, որքան ազատության կայացման պատմություն: Ուստի ժամանակակից ինքնակոչության բնույթն ու բովանդակությունն էսպես այլ են, քան նախկինում էր: Ինքնակոչությունը զանգվածային մշակույթի հասարակության մեջ հանդես է գալիս որպես նոր մարդաբանության առանձնահատուկ սոցիոնշակութային մեխանիզմ, որի միջոցով ինքնիրացվում է ժամանակակից մարդը: Այս ամենի զլխավոր նպատակը ազատության և սոցիալական համապարտ պատասխանատվության նոր հեռանկարների բացահայտումն է:

ГАГИК СОГОМОНЯН - Самозванство как социокультурный механизм самореализации. - В досовременном обществе для социального самочувствия человека определяющее значение имели общественный статус и социальная роль. В отличие от прежних этапов функционирования социума, когда самозванство было проявлением "высокого самозванства" единичных исторических личностей, в массово-потребительском обществе оно становится обыденным явлением, условием реализации жизни. В таком обществе люди отрекаются от больших "идентичностей" и перестают отождествлять себя с определенными социальными общностями. Человек становится показателем не социальной принадлежности, а жизненного стиля. Формируется новый слой людей с ограниченными взглядами и стремлениями, для которых основным критерием идентификации становится бренд. На смену прежнему ценностно-онтологическому человеку приходит личность – проект современности. Человек, оказавшись перед необходимостью сущностного уточнения бытия, вырабатывает новую систему правил игры, высшая цель в которой произвести нужное впечатление на окружающих. Личность превращается в человека-манипулятора, заботой которого является удачное разыгрывание и реализация собственного бренда. В результате в массово-потребительском обществе самозванство выступает как тест жизненной компетенции, как определенный социокультурный механизм, с помощью которого самореализуется современный человек.

GAGIK SOGHOMONYAN - *Imposture as a Social-Cultural Mechanism of Self-Realization.* - In mass-consumption societies people avoid “Great Identities” and stop identifying themselves as certain social groups. As a result, a new category of people is formed with limited views and targets. For this kind of people, brand is the main criterion of identification. The former axiological and ontological human is replaced by a modern manipulative-procedural self-project that continually upgrades and refines his own project. Unlike previous stages of social life, when “The Great Imposture” was exclusively the prerogative of historical figures and when particular importance was attached to the social status and role, imposture has become an everyday practice and a lifestyle. A human being, when faced with the necessity of essential refinement, cultivates a new system of social rules, the ultimate purpose of which is to leave the right impression on the society. A human being is transformed into a human-manipulator, whose basic concern is the successful maintenance of his personal brand. Thus, imposture has become a social-cultural mechanism for the self-realization of contemporary man.