

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ МАКСИМА ТАНКА

ОБЩЕСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ «ДИАЛОГ ЕВРАЗИЯ»

КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ МИНГОРИСПОЛКОМА

Международная научная конференция

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И
МИРОВОЗЗРЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ
МИРЕ**

Минск, 22 октября 2010 года

Минск

Издательство «Четыре четверти» 2011

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ

УДК 082
ББК 94.3
Т 65

Печатается по решению
редакционно-издательского совета БГПУ

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Бушик В.В., доктор политических наук;
Наумов Д.И., кандидат социологических наук;
Никитина И.Ю., кандидат философских наук;
Загорская Н.С., кандидат социологических наук;
Кузнецов А.В., кандидат философских наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кикель П.В., доктор философских наук;
Круглов А.А., доктор философских наук;
Торхова А.В., доктор педагогических наук.

Т 65 Трансформация образования и мировоззрения в современном мире: материалы Международной научной конференции, 22 октября 2010 г. / Учреждение образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»; редкол. В.В. Бушик (отв. ред.) [и др.]. – Минск: БГПУ, 2011. – 584 с.

ISBN 978-985-6981-35-0.

В сборнике представлены научные статьи, подготовленные на основе выступлений ученых, принимавших участие в Международной научной конференции «Трансформация образования и мировоззрения в современном мире», которая была проведена в БГПУ 22 октября 2010 года. В предложенных статьях рассматриваются актуальные проблемы современного общества, касающиеся тенденций и основных направлений развития образования в XXI веке, формирования культуры личности в контексте функциональных задач институтов образования и воспитания, методологических проблем изучения трансформационных процессов в духовной сфере, проблематики конституирования диалога культур и цивилизаций в современном мире, а также социальных идеалов и ценностей в культурно-исторической динамике белорусского общества.

Адресуется научным работникам, преподавателям, аспирантам и студентам, а также всем тем, кто интересуется проблемами развития современного социального и гуманитарного знания.

УДК 082
ББК 94.3

ISBN 978-985-6981-35-0

© Коллектив авторов, 2011
© Оформление. Издательство
«Четыре четверти», 2011

НОВЫЕ ИДЕАЛЫ И КРИЗИС ИДЕНТИЧНОСТИ

*И. Ю. Никитина,
Минск (БГПУ)*

Проблема создания и обоснования новых идеалов всегда была актуальной для социальных и гуманитарных наук. Если на ранних этапах развития человечества данная проблема не артикулировалась, то начиная с эпохи Просвещения ей придается первостепенное значение. Так, в Античности идеалом человека и общества была жизнь в согласии с Космосом, но принадлежавшее дельфийскому оракулу и затем подхваченное Сократом «познай самого себя» сущностно выделяет человека из природы, придает ему особый статус в мире. В Средние века идеалом становится «обожение» – стремление к максимальному подавлению телесности, аскезе. Возрождение прославляет человека-творца, способного возвыситься и стать почти наравне с богом. Просвещение формулирует идеал разумного человека, способного с помощью науки решить все социальные проблемы. В середине XIX века, в рамках поворота к неклассической философии, формируются два диаметрально противоположных подхода к пониманию человека, и, следовательно, понимание идеалов в рамках данных концепций расходится коренным образом. Этими направлениями стали марксизм, с одной стороны, и иррационализм, с другой. Первый в качестве идеала провозгласил революционное преобразование общества и ликвидацию отчуждения, а второй считал идеалом отказ от воли к жизни, олицетворением которого может стать буддийская нирвана (А. Шопенгауэр), либо, в лице Ницше, предлагает вернуться к природе, отказавшись от всех социальных идеалов и авторитетов, которые олицетворяют религия, мораль и прочие ценности. Век XX был ознаменован «антропологическим кризисом», а значит, и кризисом социальных идеалов.

Для того чтобы преодолеть этот кризис, сформулировать новые идеалы, необходимо определить или сформировать собственную идентичность, что в современных условиях является делом совсем непростым, причем не только в теоретической сфере, но и в сфере жизненных смыслов, или экзистенциальной. В области теории можно говорить об индивидуальной и коллективной идентичности. В случае коллективной идентичности речь идет, прежде всего, об осознании себя как члена определенного сообщества – национального, профессионального, культурного и т. д. Индивидуальная идентичность, безусловно, связана с социальной, однако полностью не сводится к ней. Индивидуальная идентичность была тождественна социальной лишь на ранних этапах развития общества, когда человек был растворен в своей социальной общности. Такое состояние Э. Дюркгейм характеризовал как «механическую социальную солидарность». На современном этапе идентичность человека отнюдь не сводится к его различным социальным ролям, так как современные технологии, во-первых, дают возможность сократить его рабочее время, и, во-вторых, так же значительно сокращают занятость в сфере домашне-

го труда. Таким образом, у человека появляется все больше времени для самовыражения и новых возможностей формирования идентичности. Особое значение в настоящее время приобретают информационные технологии, главным образом интернет, который может на время полностью изменить идентичность человека, способного выступать в этом пространстве под вымышленным именем, с вымышленной историей, воплощающего в жизнь свои фантазии или нереализованные планы или просто ведущего игру.

В настоящее время одним из способов проявления и выявления идентичности человека является массовая культура. Поскольку она порождена индустриальным, а затем постиндустриальным обществом, ценности и идеалы, пропагандируемые и освящаемые массовой культурой, есть ценности и идеалы потребления. Следовательно, право на существование в современном мире имеет только то, что пользуется спросом. Наибольшим спросом часто пользуются те или иные бренды, и само понятие «бренд» перешагнуло рамки маркетинговых изданий и исследований и стало означать некую идентичность, в том числе идентичность человеческую и личностную.

Таким образом, современная культура создает основы для новой идентичности - человека-бренда, постоянно корректируемого и продвигаемого на рынок автором проекта. Однако такая идентичность может быть определена как кризисная, так как границы ее остаются совершенно неопределенными, и собственный Я-образ реальный смешивается с Я-образом воображаемым. Современная культура и современный образ жизни закладывают основы нового образа жизни, а следовательно, новой антропологии и новой аксиологии. Этот новый образ жизни «распылил не только большую (родовую), но и традиционную семью, реабилитировал нетрадиционные половые отношения, отделил любовь от деторождения, а само деторождение уже почти отделил от репродуктивных способностей человека... 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 основным фактором не столько некоей удачливости и успешности, сколько условием жизненной компетентности, если не добродетелью» [1, с. 52].

Особый ракурс данная проблема приобретает в свете революции в информационных технологиях, когда существующие ранее виды реальности исчезают если не полностью, то частично. Их заменяет реальность виртуальная, а реальное общение, формальное или неформальное, заменяет общение в интернете, когда адресат лишается всяких жестко закрепленных за ним признаков, возрастных, половых и прочих. И здесь снова на первый план выходит проблема создания имиджа или бренда, когда признаки реальные замещаются признаками, сконструированными с применением маркетинговых и РК-технологий. Такая новая реальность требует и нового подхода к формированию социальных идеалов, и в данной области также можно констатировать состояние кризиса.

Литература

1. Тульчинский, Г. Л. Новая антропология: личность в перспективе пост-человечности / Г. Л. Тульчинский // Вопросы философии. – 2009. – № 4. – С. 41–56.

РЕПОЗИТОРИЙ БГПУ