



Grigorij Tuljčinskij

SAMOSZVANSTVO I MASOVNA KULTURA: LIČNOST KAO PROJEKT I KAO BREND¹

Način života savremene civilizacije je masovna kultura – direktni potomak industrijalizacije, urbanizacije, razvoja sredstava komunikacije, a danas već i informativnog i postinformativnog društva. Možemo imati najrazličitije stavove prema masovnoj kulturi, možemo da je kunemo i proklinjemo, ali se ne sme poreći činjenica: ona je bukvalna realizacija velikog projekta humanizma. Prosvetiteljstva i njegovih parola: „Sve za dobrobit čoveka!“, „Sve u ime čoveka!“ I mi znamo kakav je taj čovek! To smo mi sami. U uslovima tržišne ekonomije masovna kultura je usmerena na realizaciju svakojakih potreba – bitno je samo da su izražene i ispoljene. Masovna kultura je društvo u kojem je ostvaren „osnovni zakon socijalizma“ (ko je stariji, seća se): „stalni porast zadovoljavanja potreba koje stalno rastu“.

Masovna kultura, kao takva, nije ni dobra, ni loša. Ona ima ozbiljna dostignuća (životni komfor, stimulisanje masovne proizvodnje, zdravog načina života, efikasna socijalizacija), a postoje i očigledne negativne posledice (potrošačka psihologija, infantilnost, manipulisanje svešću). Boriti se protiv masovne kulture kao takve je glupo i besmisleno. Ono čemu se može i treba suprotstavljati je objektivna „igra na snižavanje“. U tradicionalnom društvu vrednosti čine strukturu hijerarhijske vertikale: od „niskih“ i „visokih“ vrednosti, pa sve do transcendentalnih vrednosti. Masovna kultura, formirajući se i razvijajući, „poravnava“ tu vertikalu, počinjući odozdo, ona svodi sve vrednosti na isto, pretvarajući ih u klasifikatore tržišta. Baš kao u supermarketu ili prodavnici „Bukoved“. Želiš kiselo – izvoli, želiš slatko – izvoli, želiš kiselo-slatko – evo ti! Želiš o istini – to je tu, želiš o dobru – to je ovde, želiš o ljubavi – još će te i pitati – o kakvoj.²

¹ Deo članka G. L. Tuljčinskog: „Samozvanstvo, masovna kultura i nova antropologija: perspektive postljudskosti“. Preuzeto sa: <http://hpsy.ru/public/x3151.htm>. (Prim. prev.)

² Ima dosta načina borbe protiv ove igre na snižavanje. Kao prvo, to je kvalitetno građansko društvo, kada čovek ima mogućnost da se ujedini sa sebi sličnima da bi samostalno rešio zajedničke probleme. Kao drugo, to je kvalitetna elita koja postavlja moralne, intelektualne i umetničke obrasce. Kao treće – razumljiva kulturna politika. Lako je zapaziti da ovih uslova nema u savremenoj Rusiji, što čini rusko društvo nezaštićenim pred pritiskom igre na snižavanje. O uzrocima i mehanizmima toga vid. Тульчинский Г. Л.: Маркетизация гуманизма. Массовая культура как реализация проекта Просвещения: российские последствия. // Человек.ru. Гуманитарный альманах, br. 3. Антропология в России: школы, концепции, люди. Новосибирск, 2007, str. 194-216; Массовая культура как реализация проекта Просвещения: американские и российские последствия. // Бенджамин Франклин и Россия: к 300-летию со дня рождения. Часть I. (Философский век. Альманах, Вып. 31). СПб: СПб центр истории идей, 2006, str. 179-206; Маркетизация гуманизма: российская специфика. // Управление и благополучие человека. СПб: Книжный дом, 2006, str. 45-76; Культура в шопе. // Нева, 2007, br. 2, str. 128-149.

Čak i tržišna sredina u uslovima masovne proizvodnje i potrošnje raščlanjuje tržišta sve do osobe individualnog potrošača.

U ovom svetu pravo na postojanje ima samo ono što je u potražnji, što je traženo. Ne pojavljuju se samo roba i usluge (organizacije, zemlje, individue) kao brendovi – odgovori na tu traženost. Uzgred budi rečeno, valjalo bi napomenuti da je ova reč napravila u poslednjoj deceniji neviđenu karijeru. Od običnog registrovanja naziva tržišne marke (faktički imena – identifikatora pripadnosti) ka „obećanju realizacije željenih maštanja“, „čarobnoj priči o magičnom artefaktu, čije posedovanje otvara vrata u carstvo snova“.³ U današnje vreme na tržište se ne dovode roba i usluge, već snovi, očekivanja i nade potrošača, njihove predstave o sebi, o tome kakvi bi hteli da budu. Ne samo identičnost, već identičnost o sebi željenom, dobrom. Brend nije samo društveni mit, nego mit koji je individualizovan.

Ako se krajem XIX – početkom XX veka ličnost dovodila kao roba na tržište rada, pre svega, kao radna snaga, onda se danas govori o već preko svake mere razgranatom sistemu „tržišta“ i odgovarajućim oblicima marketizacije ličnosti.

Tada postaje jasno da je branding ništa drugo do tehnologija totalnog i globalnog samozvanstva.

U XX veku (a što dalje, to više), možemo istaći udaljavanje od „velikih identičnosti“ ličnosti, tj. njeno poistovećivanje sa određenom državom, nacijom, narodom, verskom pripadnošću. Ljudi se u sve većoj meri identifikuju upravo prema brendovima (šta jedu, nose, šta čitaju, gledaju, slušaju, čime se voze, gde se odmaraju). Prema tome, ako smo ranije imali posla pre svega sa „visokim samozvanstvom“ istorijskih ličnosti, onda danas samozvanstvo postaje fenomen svakodnevnog života.

Štaviše, kao što je već rečeno, dolazi čak do udaljavanja od psihosomatske identičnosti ličnosti na osnovu takvih kriterijuma kao što je kontinulano sećanje, dokumentarna potvrda i telesnost van granica antropologije. Ličnost se u sve većoj meri pojavljuje kao tačka skupljanja slobode i odgovornosti.

Ovu etapu prelaznosti je jako dobro zapazio D. A. Pirogov na primeru opštenarodne popularnosti Štirlica iz serije „Sedamnaest prolećnih trenutaka“ – svojevrsni „istovremeno idealni fašistički i idealni sovjetski čovek koji vrši transgresivne prelaze iz jednog u drugo sa ocharavajućom i neuhvatljivom lakoćom“,⁴ koja je dala osnovu mnoštvu, ako ne i čitavom žanru viceva. Štirlic je ovaploćeni ideal dveju socijalnih utopija u poslednjoj fazi njihovog postojanja.

Mora se odati priznanje stilu Dmitrija Aleksandroviča Pirogova i navesti poduži citat kad on piše o „spoju u ovom prefinjenom oficiru reflektivnosti i romantičnosti Andreja Bolkonskog i zaslepljujuće lepote, tako željenih i večno nedostajućih u običnoj svakodnevici, čistote linija i sjaja dizajna i mode, koji se u Rusiji jedino mogu naći možda u višem plemićkom društvu i u njihovim tvorevinama – baletskim trupama Mariniskog i Boljšog teatra. U principu, to je kao neki berlinski, a uglavnom peterburško-velikosvjetski zanosni balet oštroumnih i ocharavajuće ciničnih, ali ljubaznih, elegantnih i snažnih ljudi u prediv-

³ Vid. Громова Е. И., Герасимова М. А., Евланов В. Н., Тульчинский Г. Л. *Брендинг: PR-технология*. СПб, 2007.

⁴ Пригов Д. А. *Само-идентификация*, стр. 21.

noj crnoj uniformi, koja podseća na perje Zlog genija iz Labudovog jezera (a za one baš istančane, prosvেечene – mešavina vrubeljevskog Demona i Pečorina u oficirskoj uniformi)...”, koji je „oproštajnim bolnim tonom zazvučao u atmosferi nadolazećeg kraha svega uzvišenog, neovozemaljskog i usmerenog ka večnosti”.⁵

Štirlic nije samo agent u neprijateljskoj pozadini. Sva draž lika se sastoji upravo u njegovoj celovitosti dvojnosti. Bilo kakva određenost je pogubna po taj lik. On je tranzitni junak i već sama mu gorčina tragičnog kraja što se bliži pridaje posebnu čar. Štaviše, nadolazeća određenost je tragična upravo po sam taj lik. On je nemoguć kako u rajhu koji je pobedio, tako i u njegovom konačnom krahu. Tipično je u tom planu poređenje Štirlica sa junakom filma „Podvig izviđača”, u vezi sa kojim se ni na jedan trenutak ne pojavljuje ni trunka sumnje u njegovu identifikacionu pripadnost. To je tradicionalni, „istinski samozvanac, učvršćen u jednoj tački moćnom ideološkom identifikacijom, koji lažno sebe premešta u drugu i privremeno smešta sebe tamo radi rešavanja različitih vrsta konkretnih pragmatičnih ciljeva. On sam je uvek toga i te kako svestan i ne stvara oko sebe nikakve dvosmislenosti. Svima je jasno i razumljivo o kakvoj pobjedi priča Kadočnikov kad nazdravlja: ‘Za našu pobjedu!’”⁶ U rečima Štirlica takva zdravica bi zvučala i te kako dvosmisleno. Ovaj junak je jednostavno nemoguć u okvirima grubih i jednoznačnih identifikacija. Štirlic je bitan i zanimljiv upravo po tome što je on „vesnik novog vremena – vremena mobilnosti i manipulativnosti”.⁷

D. A. Pirogov ima u vidu nešto „opšte, globalno, što stoji iza leđa i gura svoj moćni čelični prst kroz mršuljave i prividne fantome naših fantomskih kontura ponašanja”.⁸ Štirlic nije samo „svoj među tuđima, tuđ među svojim”. On je nekakav stalno drugačiji, svojevrsni hodočasnik, monah u ovom običnom životu. Reč je sad ne samo o shvatanju ličnosti kao uloge, već o praktici i tehnologiji mobilnosti uloge, promene uloga i manipulisanja sopstvenom identičnošću. Tipološki on je isti kao puškinovski Samozvanac koji se „dopada svima”, jer je apsolutno adekvatan situaciji u kojoj se on nalazi „ovde i sad”, priča samo ono što od njega žele da čuju. Model je efikasno i uspešno korišćen u domaćoj politehnologiji na razmeđu dvaju vekova. I upravo sa osloncem na lik Štirlica,⁹ građenje nekakvog istovremeno zbirnog i vrlo diversifikacionog imidža, koji se „dopada svima”, sa naglaskom na profesionalno iskustvo ličnosti koja vrbuje, koja govori samo ono što od njega želi da čuje sagovornik. Nije onda slučajno pitanje „ko je on?”, osnovno koje se tiče galerije glavnih likova ruske književnosti (Onjegina, Čackog, Pečorina, Čičikova i dr.), tipološki jedinstveno sa poznatim pitanjem „Who is mr. Putin?”

D. A. Pirogov je u potpunosti u pravu: danas su stanovnici megalopolisa u većoj ili manjoj meri „štirlici”. Oni se nalaze u dinamičnom ukrštanju različitih identifikacija: nacionalnih i verskih, profesionalnih i porodičnih, uzrasnih i imovinskih... Promene funkcija uloga u ovom polju sila se dešavaju stalno, skoro momentalno i u toku čitavog dana. I teško da se može pričati o očiglednoj dominaciji jedne od njih, kako je to istorijski bilo ne tako dav-

⁵ *Ibid*, str. 20.

⁶ *Ibid*, str. 22.

⁷ *Ibid*, str. 21.

⁸ *Ibid*, str. 23.

⁹ Президент по выбору. Модели желаемого будущего. М., 2000.

no, na primer, još u sovjetsko vreme.¹⁰ Štaviše, prelazeći iz jednog megalopolisa u druge, čak i van zemlje, naši savremenici osećaju manju nelagodnost nego pri prelasku iz grada u seosku sredinu čak i unutar svoje domovine.

Bitno je shvatiti da socijalizacija i pripadanje grupi u ovoj situaciji nisu tako značajni. „...Ako kod individue ne polazi za rukom socijalizacija u grupi i ako mu je pri tom potrebna uloga (tj. nije zadovoljan svojim statusom), on postaje samozvanac – on ne pripada ni društvu u njegovom punom obimu, ni pojedinačnim njegovim delovima.”

U tom smislu u odnosu na njega, u odnosu na svakog od nas se sada može u potpunosti primeniti karakteristika puškinovskog Samozvanca, koji „zna da živi onako kako treba da se živi... u svetu gde prilagodljiva ličnost, koja se razvija i odaziva na savremenost koja se takođe razvija i uvek evoluirala, zna da izvuče korist iz nje... On stalno gleda napred na svet promenljivih vrednosti i promenljivih osnova, u kojem se svakog dana menjaju i same kategorije procene”.¹¹ Sa ove od svake socijalnosti otuđene pozicije može se upravljati društvom, ali samo u ulozi onoga ko je već vladao njime ili je bio predodređen za to. Samozvanac kao glumac oslobađa ulogu od njene legalnosti, kojom je snabdeva grupa”.¹² M. M. Bahtin nazvao bi takvu poziciju pozicijom vanprisutnosti glavnim uslovom mogućnosti smislenog obrazovanja i osmišljavanja.

To je već novi sadržaj samozvanstva i njegova nova uloga u društvu i shvatanju pozicioniranja ličnosti. Pokojni D. A. Pirogov je, u njemu svojstvenom skandaloznom maniru, predložio, čini se, najobimnije shvatanje samozvanstva u savremenom kontekstu kao „...samo-sebe-identi-zvanstvo, ili, ...konačno, samo-sebe – uključujući mnogo štošta – s glavnim akcentom na nešto – pri mobilnosti prenosa akcenta – s očuvanjem jedinstva ličnosti – sred mnogo čega – identi-zvanstvo”.¹³

Faktički reč je o tome da je savremeni način života pred našim očima udario temelje novoj antropologiji. On je nivelisao uobičajene sezonske i dvadesetčetvoročasovne vremenske cikluse, rasprišio ne samo veliku (rodovsku), već i tradicionalnu porodicu, rehabilitovao ne-tradicionalne polne odnose, odvojio ljubav od rađanja dece, a samo rađanje skoro odvojio od reproduktivnih sposobnosti čoveka (od veštačke oplodnje i stvaranja embriona u epruvetama pa sve do predstojećeg kloniranja). A glavno je to da je povećao intenzitet dinamike premeštanja u granicama zemljine površine i bliskog svemira toliko da je sposobnost mentalne orijentacije i promene kodova percepcije i ponašanja postala osnovni faktor ne toliko nekakve sreće i uspeha, koliko uslov životne kompetencije, ako ne i vrlina.

I konačno, sve to treba pomnožiti sa revolucijom u informatičkim tehnologijama, kada adresat na internetu gubi sva uzrasna, polna, etnička obeležja, koja su mu grubo pričvršćena. Iza jednog internetskog niknejma može se skrivati nekoliko osoba, a iza nekoliko jedana. I tada konačno postaje jasno da je sposobnost mobilnog prebacivanja na adekvatni kulturni kod, osvajanje različitih šarolikih načina života i životne kompetentnosti u stvari

¹⁰ Možemo se složiti sa D. A. Pirogovim da je posebnost totalitarnih režima upravo grubo dominiranje „velikih” identičnosti. Vid. Пирогов Д. А. *Ibid*, str. 24.

¹¹ Emerson C, *Boris Godunov. Transpositions of a Russian Theme*. Bloomington: Indiana Univ. Press, 1986, str. 208.

¹² Смирнов И. П. *Самозванство...*, str. 48.

¹³ Пригов Д. А. *Само-идентификация-званство*, str. 10-11.

zajedničko zahtevanje vremena. Tu se ne govori o nekom izjednačavanju i nivelisanju. Upravo obrnuto – o bogatstvu kulturnog i međukulturnog iskustva, i o njihovom znalačkom raspoređivanju.

Ličnost se pojavljuje kao hodočasnik, putnik, navigator.¹⁴ A glavni čovek je „čovek bez svojstava“, još uvek nerealizovan, neidentifikovan, neotkriven.

Čak i D. A. Pirogov sa svojom kreativnošću diže ruke pred „neosvojivim umom“ samozvanstva budućnosti gde „jedan problem identifikacije višeglavih, ujednačenih klonom, lišenih osnovnih staro-antropoloških egzistencija (traume rođenja, traume odrastanja i traume smrti), nosioce današnje antropologije može dovesti u ushićenje, užas ili očaj“.¹⁵

U svakom slučaju već u današnje vreme problemi koji se tradicionalno shvataju kao vrednosno-ontološki, jesu problemi manipulativno-procesualni, tj. problemi realizacije određenih socijalno-komunikativnih tehnologija. A glavni lik savremenosti je ličnost kao autoprojekt koji se stalno koriguje od strane autora-izvođača. Nisu samo stvaralačka, politička delatnost, poslovna aktivnost i sport polje realizacije takvih projekata danas. To postaje uobičajeno iskustvo.

I takvo iskustvo nije ništa drugo do samozvanstvo. A negiranje tog samozvanstva danas je „ili kulturna neuračunljivost ili dvostruko samozvanstvo“.¹⁶ Zato što „...ko će kome narediti: skoči na konja, bavi se krčevinskom zemljoradnjom, crtaj prema modelu, kod kuće i u ateljeu... sledi visoke obrasce velikih utopija, oslikavaj matrjoške i jaja, slikaj ikone, piši balade i romane u stihovima, sviraj na fruli i pleši gopak, igray narodna kola, pretvaraj se i samonazivaj se – ko će ti narediti? Ko će ti zabraniti? Ko će smeti bilo šta da ti kaže? Mi sami ćemo prvi ustati protiv njega. Ma, već smo i ustali“.¹⁷

Savremena ličnost nije samo proizvod megalopolisa, već je u uslovima globalizacije i informatizacije nalik na projekt. I ne samo projekt, nego projekt koji računa na uspeh njegove realizacije poput brenda.¹⁸

U tom smislu samozvanstvo je bolna tačka savremene kulture i personologije. U uslovima masovne kulture problem ličnosti leži u tome da se ona realizuje kao nekakav brend – u bukvalnom smislu. U prvom planu se pojavljuje izbor projekta, čiji je autor sam čovek. Pri tome, reč je o dosta konkretnoj tehnologiji razrade i realizacije takvog projekta, koji uključuje izbor životne strategije, formiranje, pozicioniranje i napredak određenog imidža i reputacije.¹⁹ To je bukvalno primena marketinške tehnologije: formiranje sopstvene po-

¹⁴ Vid. isto Смирнов С. А.: *Культурный возраст человека. Философское введение в психологию развития*. Новосибирск, 2001; Бытие в свободе, или Проблема культурной идентичности человека в ситуации онтологического перехода. // *Философские науки*. 2004, бр. 3; Антропология перехода. // *Человек.ru. Гуманитарный альманах*. бр. 2. Новосибирск, 2006.

¹⁵ Пригов Д. А. *Ibid*, стр. 27.

¹⁶ Пригов Д. А. *Ibid*, стр. 30.

¹⁷ Пригов Д. А. *Ibid*, стр. 32.

¹⁸ Тему среће, uspeha vid. Тульчинский Г. Л. *Разум. Воля. Успех. О философии поступка*. Л., 1990.

¹⁹ Vid. isto Леонтьев Д. А.: Труд становится человеком и удовольствию оставаться обезьяной. // *Человек.ru. Гуманитарный альманах*. бр. 3. Антропология в России: школы, концепции, люди. Новосибирск, 2007, стр. 164-168; Феномен свободы: от воли к автономии личности. // *Только уникальное глобально. Личность и менеджмент. Культура и образование*. СПб, 2007, стр. 64-89.

tražnje, traženosti sebe ne samo kao radne snage, nego i u socijalnim odnosima, ličnom životu, u svakidašnjici. Štaviše, rok života takvog projekta ličnosti se poklapa sa rokom „životu“ robe i odgovarajućih brendova (ne više od 5-7 godina). Uz to, sličan „kulturni uzrast“ nikako nije povezan sa biološkim uzrastom. Brendovi ličnosti mogu biti stvoreni i u djetinjstvu i u poodmaklim godinama. Može se dugo, poput Aljonuske kraj jezerceta, sedeti i čekati na svoju sudbinu: posao, sreću u ličnom životu. Ali ako ti nešto želiš, dužan si to i da saopštiš. Ako hoćeš da čuju za tebe, moraš sam da daješ informacije o sebi, da izvedeš sebe u informacioni, socijalni, ekonomski, politički, kulturni prostor. Mogućnosti za takvo samoguranje u naše doba su izuzetne. Informatičke tehnologije i globalizacija stvaraju neverovatne perspektive uspostavljanja ličnih i profesionalnih kontakata.

Razume se da pri tome ne dolazi do potpunog odricanja od identifikacija statusa i uloga. Ali oni postaju nekakva obeležja koja se koriste u tehnologiji formiranja i napredovanja brenda – isto kao što i biološka, seksualna privlačnost igra svoju važnu ulogu u ovom evolutivno naprednom društvu. Status i uloga ne postaju cilj, konačni rezultat identifikacije, već sredstvo realizacije projekta.

Samo izuzetno je globalno. A šta može biti izuzetnije i neponovljivije od čovekove ličnosti!?

Završna sistematizacija: samozvanstvo kao univerzalija savremene personologije

Rezimirajući izvršeno razmatranje moguće je predložiti sistem stadijuma formiranja i razvoja samozvanstva u zavisnosti od granica ličnosti kao uračunljivog subjekta, formi i garancija identifikacije ličnosti (vidi tabelu):

<i>Stadijum</i>	<i>Granice ličnosti kao uračunljivog subjekta</i>	<i>Forma identifikacije ličnosti</i>	<i>Garancija kvalifikacije</i>	<i>Forma samozvanstva</i>	<i>Glavni problem potvrde identičnosti</i>
(1) Etnički	Rod, pleme	Prema pripadnosti narodu (rodu, klanu, plemenu, denominaciji)	Predstavnici ovog i drugih naroda	Predstavljanje od strane roda, klana, plemena itd.	Spoljašnji izgled, odeća, jezik, ponašanje
(2) Statusni	Izdvojena iz roda individua	Prema zaslugama pred državom, suverenom	Suveren	Tradicionalna (pretenzije na visoki status)	+ dokumentovana svedočanstva, + fizička obeležja
(3) Stadijum uloge	Psihosomatsko jedinstvo individue	Prema socijalnim ulogama koje se igraju	Profesionalna potražnja i potražnja ličnosti	Uspeh igranja uloge	+ neprekidnost pamćenja + kompetentnost, profesionalizam
(4) Projektni	Životne strategije, planovi	Konvencionalno uračunljiva odgovornost	Sredstva komunikacije, javno mnjenje	Manifestacija imidža, projekt personifikovanog brenda	Čuvenost i prepoznatljivost
(5) Post-ljudska perspektiva	„Čovek bez svojstava“	Samostalno određujuća	Nemonotona funkcija slobode/odgovornosti?	??	??

Svaki stadijum stvara svoju formu desocijalizacije koja podrazumeva građenje nove socijalizacije ličnosti. Odricanje rodovskog statusa raščišćuje prostor za napredak činovnika u karijeri, oslobađanje od svemoći birokratije daje mogućnosti za slobodne igre ekonomskih, političkih i drugih stvaralačkih snaga, proširivanje mogućnosti samoidentifikacije, između ostalog i novim komunikativnim sredstvima – a to su nove mogućnosti samorealizacije ličnosti.

Istorija samozvanstva nije toliko istorija dinamike statusa i granica ličnosti, koliko istorija slobode, njenog uspostavljanja, kosmogonije. Ako se još ne tako davno ona mogla shvatati skoro mistički, kao „neosnovana osnova bitisanja“ (N. A. Berdajev), kao „ništa“, „rupa u bitisanju“ (Ž. P. Sartr), ako se odgovornost još nedavno mogla tumačiti kao neobavezna posledica slobode, onda se pre samog početka našeg veka otkrilo sasvim suprotno. Sloboda je epifenomen kulture. Ona je, kao i samosvest, drugostepena u odnosu prema odgovornosti, čije optuživanje čupa čoveka iz uzročno-posledičnih veza i zatvara ih na njemu. U tome je sav smisao porodičnog i drugih vaspitanja. Razum je mera i put shvatanja svog ne-alibi-u-bitisanju (M. M. Bahtin), svoje ukorenjenosti u svetu. Svest i samosvest se kao „osetilišta slobode“ ne formiraju bez obrazovanja ove „Mebijusove trake“ bitisanja, čiji su krajevi svezani u srcu čovekove duše.

Zato se priroda i sadržaj savremenog samozvanstva u svojoj suštini razlikuje od onog sa početka prošlog veka. To je način i oblik ispoljavanja slobode i odgovornosti u društvu masovne kulture.

Analogija sa razvojem tragedije. Tragično je povezano sa jedinstvenom neponovljivošću ličnosti, koja je u svojoj individualnosti duboko i principijelno tragična, za razliku od komičnog – ispoljavanje tragičnog i odstupanje od njega. Ako komično izražava dramu „srednjeg čoveka“ u vezi sa rasprostranjenim, masovnim pojavama, onda tragično nastaje kao drama upečatljivih individualnosti, izuzetnih karaktera: Edip, Hamlet, Boris Godunov, Napoleon...²⁰ I, ako su u nazivima komedija na svakom koraku zajedničke imenice, „opšti tipovi“ (tvrđica, lažljivac, mizantrop, licemer i tome slično), onda se u nazivima tragedija vrlo često nalaze vlastita imena. Junaci antičke tragedije su bili bogovi i vlastela. Taj krug je malo proširen u klasicističkoj formuli, u skladu sa kojom su u njega bile uključeni aristokrate, vitezovi. Tek u XIX veku je otkrivena tragedija „malog čoveka“. A danas se može govoriti o totalnoj tragičnosti postojanja ne samo svakog pojedinca, nego i čitavog čovečanstva. Može se reći da se rast i širenje tragičnosti odvijalo paralelno sa rastom i širenjem samozvanstva. I jedno i drugo je suština ispoljavanja pojačane uloge i značaja personološkog u kulturi.

I još jedna analogija u vezi sa svetom tajnom dobijanja krštenog imena u hrišćanstvu. U ortodoksnoj crkvi krštenje se vrši ubrzo nakon rođenja. To je odluka rođaka i bližnjih koji su odgovorni za formiranje buduće ličnosti. U protestantizmu, čiji je moralni impuls odredio trzaj savremene civilizacije, krštenje se priznaje gotovim tek nakon punoletstva, tj. svesnim moralnim i duhovnim izborom ličnosti, svesnim preuzimanjem odgovornosti

²⁰ Štaviše, tragična ličnost se prikazuje kroz njen unutrašnji razvoj. Komična ličnost je statična, prikazana je kao karakter u svom spoljašnjem izražavanju. U komediji se čak često apsolutizuje i hipertrofira jedna crta karaktera usled čega ličnost postaje kao maska. Nije slučajno da su baš maske *commedia dell'arte* (Arlekino, Trufaldino, Kolombina itd.) do dan danas paradigma likova komedije.

na sebe. Koristeći terminologiju D. A. Pirogova možemo govoriti o našem dobu kao o dobu „samo-nazvanstva“ i „samo-identifikacije“.

Suprotno I. P. Smirnovu, samozvanstvo je univerzalija savremene kulture i personologije koja može biti ključna za shvatanje dinamike pozicioniranja ličnosti. U bilo kojoj epohi ono je bilo povezano sa krajnjim, najoštrijim, „ispupčenim“ formama izražavanja i fiksiranja posebnosti, neponovljive jedinstvenosti ličnosti, njene težnje da zauzme posebno mesto u društvu. Ali, ako je ranije to bilo svojstveno samo pojedincima, danas samozvanstvo postaje svačiji udeo, uslov i tehnologija životne realizacije, test iz životne kompetencije.

U svakom dobu samozvanstvo je povezano s nezadovoljstvom svojim mestom u svetu. Tradicionalno je ono bilo povezano sa uzurpiranjem tuđe pozicije, obeležavanjem nje imenom sa ciljem da se promeni odnos okruženja prema sebi. Prvo je to bilo povezano sa promenom socijalnog statusa, zatim sa promenom uloge. U naše doba samozvanstvo označava promenu sebe, svoje sopstvene samoidentifikacije, građenje sebe-drugačijeg.

Istorija samozvanstva je istorija rasta ličnosti od predstavnika društva koje ga je stvorilo do pozicioniranja individualne posebnosti, neponovljivosti i dalje ka odgovornoj samorealizaciji. To je put od neuračunljive neodgovornosti das Man preko individualne slobode volje ka svesnom građenju sebe kao tačke skupljanja slobode i odgovornosti u beskonačnom, ali harmoničnom svetu.

*(Sa ruskog prevela **Darja Vojvodić**)*