

networks. Networks are considered to be rational cognitive strategies and together with the nature form the field of complexity. It is proved, that complexity is able to carry out the procedure of differentiation of social space only if it is self-organized.

Keywords: global information network, self-organized, information society, nature, coevolution.

Ягодзинский С. Н., кандидат философских наук, доцент, Национальный авиационный университет (Украина, Киев), sophist@nau.edu.ua

Социально-синергетические предпосылки комплексности системы глобальных информационных сетей

Исследован концепт природы как объекта социально-философского дискурса. Установлено, что в информационном обществе природа является средой сохранения рационального миропонимания. Она заставляет личность сетевого типа учитывать закономерности внешней среды. Это позволило выдвинуть гипотезу о том, что для общества начала XXI века средой также являются глобальные информационные сети. Они несут в себе рациональные познавательные стратегии и вместе с природой образуют поле комплексности (в толковании Н. Лумана). Показано, что комплексность способна осуществлять процедуру дифференциации социального пространства только при условии его самоорганизации.

Ключевые слова: глобальная информационная сеть, информационное общество, социальная самоорганизация, природа, коэволюция.

* * *

УДК 339.9(477)

Олексенко Р. І., доктор філософських наук, професор, доцент кафедри філософії, Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Богдана Хмельницького (Україна, Мелітополь), roman.xdsl@rambler.ru

РЕЛІГІЙНА СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ

Розвиток гуманної, вільної і відповідальної особистості підприємця безпосередньо пов'язаний із системою його духовних цінностей, що протистоять утилітарно-прагматичним цінностям. Процес релігійної соціалізації, як і будь-якої іншої (політичної, етнічної), має активний характер. Свідомість особистості відіграє тут вирішальну роль, відображаючи форму і зміст маніпулятивних впливів соціального середовища. У процесі релігійної соціалізації підприємець виступає як складова суспільного процесу. Вона є одночасно і об'єктом, і суб'єктом суспільних відносин. Духовність так чи інакше передбачає вихід за межі егоїстичних інтересів, особистої користі, зосередженість на моральній культурі людства.

Ключові слова: особистість, релігія, Бог, суспільство, релігійна соціалізація, бізнес.

Принципи і норми сучасного підприємництва (в якості складової частини громадянського суспільства) в Україні самі собою утвердитися не зможуть. Їх утвердження варто розпочати з віднайдення шляхів формування релігійної свідомості особистості, яка допомогла б осмислити феномен «особистості» в системі суспільно-політичної і професійної реалізації підприємця.

Релігійна соціалізація – це процес, за допомогою якого суспільство передає від покоління до покоління систему релігійної орієнтації, знань, настановлень, набутих за період життєтворчості індивіда, нації, людства. Релігійна соціалізація особистості підприємця тісно пов'язана з виробленням такого поняття, як «релігійнознавча культура», оскільки саме вона орієнтує особистість на ознайомлення і засвоєння загальноновизнаних релігійних засад, принципів і норм, набутих людством, і тих принципів, які є канонічними в системі функціонування того чи іншого типу релігії.

Необхідно визнати, що в період зростання інтересу громадян до релігії процес релігійної соціалізації особистості підприємців не може розглядатися ізольовано, без одночасного аналізу як особливості самого підприємця,

так і тієї конкретної релігійної, соціально-політичної і економічної реальності, до якої він включений [8, с. 114].

Процес соціалізації особистості підприємця складний. Він триває впродовж усього свідомого життя підприємця і залежить від обставин, пов'язаних з соціально-політичними і правовими засадами суспільства. Універсальне завдання релігійної соціалізації особистості підприємця – сформувати у підприємців, що вступають у світ релігійного буття, почуття лояльності й відданості релігійним ідеалам.

Досить проблемним є процес релігійної соціалізації молодих підприємців в країнах пострадянського простору. Адаже понад 70 років вояничного атеїзму зробили багато для бездуховного буття в соціумі, і це найбільш позначилося на людях середнього і молодого віку. Саме у людей цих категорій них змінилися ціннісні орієнтації, викликані складнощами буття в Україні.

Нині цінності стали предметом вільного вибору. Сучасна людина втратила віру в безумовну цінність ідеалів, що їх формувала (чи формує) ідеологія. Така ситуація порушує душевний спокій людини, котра жила в лещатах ідеологічних стереотипів, і штовхає її на пошук нових смисложиттєвих цінностей і світоглядних орієнтирів. Тому є потреба в ідеологічному осмисленні національної ідеї в рамках плюралізму, гуманізму, духовності, громадянськості та високої моральності [3, с. 65].

Релігія завжди була своєрідною духовно-моральною опорою суспільства, за допомогою якої зберігалися й передавалися від покоління до покоління моральні норми і принципи, традиції, звичаї і обряди, національні святині. Релігія давала і продовжує давати відповіді на одвічні питання внутрішнього стану людини, найпотемніші сторони її буття. Вона дбає про людські душі так, як цього не може зробити жодна світська інституція. Без релігійної свідомості ніколи не утвердяться принципи і норми громадянського суспільства і сучасного підприємництва в Україні [6, с. 37].

В Україні недостатньо уваги приділяється питанням гуманності та духовності в бізнесі. Проблеми прибутку, сплати податків, розширення сфери свого бізнесу забирають у бізнесменів багато часу, а на милосердя, меценатство не залишається ні часу, ні коштів. Якщо духовність стає стрижнем особистості підприємця, вона міститься у його свідомості та самосвідомості, віддзеркалює найбільш актуальні потреби, інтереси, погляди, ставлення до навколишньої дійсності, до себе самого. Але, на жаль, сьогодні ми маємо багато прикладів, коли в погоні за наживою, грошима люди стають духовно бідними, егоїстичними, проявляють агресивність, неповагу до суспільства, інших людей.

Формування високодуховної особистості підприємця – проблема державного рівня. Державі, суспільству слід послідовно і наполегливо вдосконалювати організацію управління процесом становлення ринкових відносин, впроваджувати демократизацію в усі сфери суспільної діяльності, проводити політику оновлення і подальшого розвитку української культури, відроджувати та повертати раніш загублені духовні цінності українського народу, відновлювати авторитет сім'ї, школи, забезпечувати їх пріоритетну роль у духовному житті українського суспільства, оволодівати кращими сучасними духовними надбаннями.

Варто відзначити особливе місце та роль релігії, віри в духовному становленні майбутнього підприємця. У практичному житті віра дає людині шанс досягнення гармонії життя, що виражається спокоєм і злагодою з оточуючими людьми (добрий завжди зустрічає добрих людей), з власним сумлінням (йому не болять рани гріха), із Богом – людина не боїться очікуваної кари. Віра забезпечує таким чином людині духовну стійкість, рівновагу і впевненість у собі.

Релігія завжди була і лишається хранителькою тих принципів людського співіснування, які спираються на об'єднання людей, їх взаємовигідну та справедливу взаємодію. Духовним ядром християнства є заповіді загальнолюдської любові та благодійності. Перші з них розкривають суть любові віруючого до Бога, що і визначає духовний аспект будь-якої діяльності, в т.ч. і підприємницької.

У Біблії або Книгах Святого Письма безпосередньо не згадується підприємницька діяльність, але є чисельні свідчення, в яких вона позитивно оцінюється (можна згадати притчу про таланти, в якій схвалюється прибуткова діяльність та накопичення капіталу і вочевидь засуджується економічна пасивність людини). Ця притча показує, що точного виконання мало, а потрібні ще мудрі, розумні, творчі, чесотні зусилля. Стосовно до економіки це означає, що сприяння зростанню виробництва – одне із завдань підприємництва [7, с. 84].

В бізнесі, як у будь-якій сфері суспільного виробництва, мають застосування основні моральні категорії: добро і зло, справедливість (з морального погляду) і несправедливість, правильна і неправильна поведінка (вчинок, вибір тощо). Моральні норми виконуються добровільно, власною волею завдяки освіті, загальній культурі та вихованню. Тим вони відрізняються від релігійних заповідей, дотримання або недотримання яких може нагороджуватись чи каратись Всевишнім. Правові ж норми мають механізм примусу, оскільки їх порушення карається за законом. У філософії існує дві концепції щодо моральних принципів: моральний ідеалізм та утилітаризм (користь, власна вигода).

З християнством пов'язана поява нової моральної сили – сили любові безкорисливої, солідарної, святої, дівої, що охопила людей як дітей одного Отця. Позиція християнства щодо матеріальних благ полягає не в їх запереченні, бо багатство або бідність не є причиною або приводом до гріха. Християнство закликає проти зловживань багатством, торгівлею, забуваючи про вищі цілі життя, крім земних благ. Ані в багатстві, ані в бідності не досягається моральної досконалості, якщо людина ухиляється від віри Христової. Благодійність є засобом, що надає справжнє соціальне значення багатству.

У сучасних реаліях не послаблюється інтерес науковців до вивчення проблем співвідношення моралі з економічним розвитком та ставлення до цього різних християнських конфесій. Виявляється, що воно неоднакове у протестантів, католиків та православних. Протестантизм сприяв становленню підприємницької етики, католики виявляють нейтральність до підприємництва, православні ж працю схвалюють, а підприємництво як засіб збагачення засуджують.

Предметніше можна висловитися так: у країнах, де сповідується протестантизм, бізнесова діяльність не суперечить загальноприйнятим морально-етичним

нормам. Підприємці там виявляють поважне ставлення до законів, сплачують великі податки заради збереження соціального спокою, діють розсудливо, з почуттям міри, уникають показної розкоші, марнотратства, що з морального погляду є нормальним. У католицьких країнах цінується сумлінна праця, а шахрайство, жорстоке поводження з підлеглими вважається гріховним. Православна віра, схвалюючи працю, засуджує прагматизм, гендлювання [1, с. 89]. Християнські моральні засади бізнесу намагаються відшукати сучасні вітчизняні філософи, суспільствознавці, економісти.

Духовні принципи, що проповідує церква, здатні відіграти велику роль в моральному переродженні українського бізнесу, в формуванні нових етичних цінностей. Православні основи економічної діяльності носять універсальний характер. Люди, що по-справжньому вірують у Бога, відрізняються від інших тим, що будують все своє життя, керуючись Священним писанням, і не творять собі кумирів з матеріальних цінностей. Церква благословляє всі види діяльності, спрямованої на служіння іншим людям, вчить любити ближнього свого як самого себе.

В економічній діяльності таке служіння пов'язано з задоволенням потреб інших людей, що і складає основу ринкових відносин. Для православних людей, прагнення задовольнити всі свої потреби розкоші, в той час, коли інші бідують, є аморальним. Багатство, власність не осуджується християнством, а осуджується лише неправедно придбане багатство та нерозумне його використання, поклоніння йому більше, ніж Богу.

Для християнина священна будь-яка форма власності – державна, колективна, приватна. Однаково заповіді «Не кради», «Не жадай дому ближнього свого...» відносяться і до чиновників, і до підприємців, а значить спасе нашу державу не узаконювання корупції та економічної злочинності, а довгий і тяжкий труд по засвоєнню цих заповітів підрастаючим поколінням, майбутніми господарями країни.

З основ православного врівнення витікає таке правило, як нестрога прибутковість ринкового обміну. Суть цього правила полягає у відмові від жорстокого торгу з обов'язковим одержанням прибутку. Історія вітчизняного підприємництва завжди вчить у своїй діяльності дотримуватись правила: «Прибуток понад усе, проте гідність понад прибуток...». Підприємці, які розуміють суть цього принципу, надають перевагу меншому прибутку, але отриманому в результаті чесної, взаємовигідної угоди [4, с. 87].

Ще одне правило православної економічної діяльності – соборність. Це добровільне об'єднання людей для сумісної діяльності, незалежного від майнової, інтелектуальної і родової нерівності. Соборність не пропагує зрівнялівку, а рахується з достоїнствами кожної людини, зайнятої укріпленням міцності й благополуччя нашого суспільства.

Люди, об'єднані вірою у Бога, будують свої відносини на принципах християнської етики, братської любові, толерантності. Православ'я підтримує ринкові відносини лише за умови чесної конкуренції. Воно акцентує увагу на щирому ставленні до конкурентів, закликає бачити в них образ Божий, а їх успіхи розглядати як власні упущені можливості. Кожну ринкову ситуацію з позицій православ'я слід розуміти як можливість виконання Божої

волі в акті служіння людям або ж як випробування на стійкість до спокусу.

Незалежно від того, людина віруюча чи атеїст, варто у своїй професійній, в тому числі і підприємницькій діяльності, додержуватись цих християнських принципів. Дослідження доводять, що незалежно від держави та культури, на Заході і на Сході, віруючі підприємці досягають більш вагомих успіхів. Вони стають взірцями для наслідування, формують нову культуру бізнесу. Моральні принципи, взяті із християнської релігії, не заважають під час вирішення ділових питань, а, навпаки, допомагають [5, с. 49].

Не поклоніння ідолам земним є важливим духовним принципом. Гроші, влада, багатство віддаляють людину від Бога і добродійності. Хоча велике значення має те, як цими благами розпоряджатися. І влада може служити добру, і гроші, багатство – людям. Хотілося б згадати слова відомого мільярдера Рокфеллера, який сказав, що він, юдей за походженням, формально не може назвати себе членом союзу християн-підприємців, однак широко вірить у те, що саме християнські моральні цінності і стандарти є найвищими, тому дотримується їх як у житті, так і в бізнесі. Один із найвідоміших підприємців закликав усіх бути чесними, що допоможе стати багатшими [5, с. 161].

Сповідування будь-якої релігії, у тому числі вибір атеїстичного світосприйняття, є приватною справою кожної людини. Однак це не заперечує думки, що загальне добре знання релігій і, як наслідок, створення атмосфери терпимості надзвичайно важливе для виховання громадян в демократичному дусі.

Освіта відіграє ключову роль у боротьбі з неучтвом, стереотипами і неправильним уявленням про різні релігії. Держава має заохочувати поширення знань про них.

Практика взаємодії «світського» та «релігійного» в системі виховання майбутніх підприємців на рівні загальної освіти України може бути такою: наявність в державних загальноосвітніх закладах дисциплін, що надають релігійні знання; існування загальноосвітніх конфесійних навчальних закладів, які забезпечують загальну освіту за державними стандартами, а також конфесійно орієнтоване навчання та виховання загального просвітницького характеру.

Соціокультурні особливості пострадянського підприємця полягають у тому, що, крім властивої підприємцю взагалі практичної раціональності та відомої пасіонарності, він наділений гіпертрофованою тягою до досягнень, спрямованої не стільки на творчу самореалізацію, а, скоріше, на експансію. Іншою важливою особливістю соціокультурного середовища сучасного бізнесу є ціннісний і духовний вакуум, що залишився на місці зруйнованої спершу дореволюційної російської, потім радянської культури та ідеології. Постмодерн приймає цей вакуум, довільно наповнюються порожніми символами, як культурної норми. Тому серед багатьох конкуруючих у вільному духовному просторі сучасної України систем цінностей, ідеологій, моральних теорій і релігій сучасна людина може вільно вибирати те, що відповідає його потребам і настрою.

Для дореволюційного російського підприємця православ'я, часто в його старообрядницькому варіанті, було світоглядом і способом життя, що його сприйняли з дитинства, за традицією, і ретельне дотримання йому сприймалося як природного морального обов'язку. Серед

сучасних підприємців, як і в будь-яких інших соціальних групах, безумовно, є щиро віруючі і ті, хто шукає духовного спасіння люди, гарячі прихильники православ'я. У той же час, багато хто з тих, хто буде і відновлює храми, поки що тільки шукають справжньої віри. Специфіка духовних пошуків сучасного українського підприємця в порівнянні з дореволюційним полягає в тому, що він іде не від однієї віри до іншої, а від безвір'я до заповнення духовної порожнечі. У силу своєї практичної раціональності він очікує реальних результатів: допомоги у справах, здобуття душевного спокою і ясності, а іноді й тривіальної вигоди.

У основі прагматичних очікувань лежить навіть не віра, а неясне припущення, що існує якийсь інший, потойбічний вимір буття, якась таємнича і могутня сила, і найкраще заручитися її прихильністю. У релігійних пошуках сучасних практичних людей вигадливо переплітаються християнська молитва і мантри, медитація і спиритизм, – панує еклетика, яка зазвичай ховається у соціологів релігії під формулюванням «віра в надприродне» або «християнин взагалі» (тобто без чіткого усвідомлення конфесійної приналежності).

Ця релігійна нерозбірливість, некоректність уявлень цілком зрозуміла у людей, які виростили в радянський час у нерелігійних сім'ях (яких, була більшість). І справа не тільки в незнанні азів Закону Божого, і навіть не в атеїстичному вихованні, а в матеріалістичному в основі світогляді, що швидше за все схильне сприймати уявлення про добру та злу енергії, що пронизують космос, а не етичну раціональність християнського вчення і способу життя [1, с. 90].

Підсумовуючи викладене, підкреслимо, що церква не заперечує підприємництва та збагачення самих по собі, але вимоглива до їх мотивів і форм: ті види діяльності, які за прагматичної та технологічної раціональністю не беруть до уваги її духовний зміст, завдають шкоди суспільній моралі, підривають стабільність суспільства і шкодять добробуту інших людей, заохочують гріхи, пороки, згубні пристрасті і звички, визнаються гріховними. У той же час, абсолютно моральними можуть бути визнані тільки два мотиви до праці: трудитися, щоб їсти самому, нікого не обтяжуючи, і працювати, щоб подавати тому, хто потребує [1, с. 46].

Соціальна відповідальність підприємця сучасного типу має стати не просто законодавчо нормативним явищем, а глибоко особистісним світоглядно-філософським базисом економічної, виробничої, комерційної та соціокультурної активності. Соціальна активність, формування і розвиток людського капіталу є ключовими характеристиками типу мислення і дії сучасного підприємця. Соціальна відповідальність бізнесу полягає в тому, що підприємливі особистості несуть тягар відповідальності за формування певних морально-етичних та соціокультурних типів поведінки, діяльності, особистісної активності. Ключові моральні принципи, котрі визначають концептуальні засади бізнесу, передбачають повагу до людської гідності й відповідальність, слідування обов'язку і чесність, справедливість і легітимність, сприяння суспільному благу і екологічну свідомість. Підприємницька діяльність ґрунтується також на таких моральних категоріях, як благородство, надійність, відкритість, порядність, солідарність.

Для того, щоб в українських підприємців формувалися такі характерні для сучасної економічної людини риси, як ініціативність, креативність, діловитість, відповідальність, творчість, особистісна зацікавленість тощо, необхідно

створити систему нарощування людського капіталу засобами освіти, культури, виховання. Саме ці засоби є ефективними для підвищення якості людського капіталу країни сучасного формату.

В контексті предмету нашої уваги – осмислення релігійної соціалізації особистості підприємця, релігійна соціалізація нині повинна щонайменше сформувати в особистості підприємця лояльність, почуття власної відповідальності за існуючу систему суспільних відносин, міжконфесійних стосунків, за систему, яка б сприяла толерантності, духовності і консолідації поліетнічного суспільства.

Список використаних джерел

1. Забуга М. П. Православні цінності в сучасному українському контексті / М. П. Забуга // Православні духовні цінності і сучасність: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 21 березня 2003 р. – Київ, 2003. – С.86–94.
2. Зарубіна Н. М. Релігійні орієнтації пострадянського підприємництва / Н. М. Зарубіна // Суспільні науки і сучасність. – 2004. – №1. – С.42–49.
3. Лазарев С. Н. Человек будущего. Первый шаг в будущее / С. Н. Лазарев. – СПб.: Про-Пресс, 2007. – 256 с.
4. Міщенко М. Д. Підприємець сьогодні: штрихи до соціально-психологічного портрету / М. Д. Міщенко // Філософська і соціологічна думка. – 1993. – №6. – С.84–92.
5. Мороз О. М. Духовні принципи ведення малого і середнього бізнесу в регіоні / О. М. Мороз // Підприємництво, господарство і право. – 2006. – №4. – С.12–17.
6. Набока О. Г. Формування ціннісних орієнтацій у старшокласників спеціалізованих класів економічного профілю: дис. ... канд. педаг. наук: 13.00.01 – загальна педагогіка та історія педагогіки / Набока Ольга Георгіївна. – Слов'янськ, 2001. – 182 с.
7. Світлична В. В. «Людина економічна» у вимірах християнської етики / В. В. Світлична // Матеріали XXXI Міжнародної науково-практичної конференції «Роль науки, релігії та суспільства у формуванні моральної особистості». – Донецьк, 2012. – С.365–371.
8. Титаренко Т. М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності / Т. М. Титаренко. – К.: «Либідь», 2003. – 376 с.

References

1. Zabuga M. P. Pravoslavni cinnosti v suchasnomu ukrai'ns'komu konteksti / M. P. Zabuga // Pravoslavni duhovni cinnosti i suchasnist': Materialy Mizhnarodnoi' naukovo-praktychnoi' konferencii'. 21 bereznya 2003 r. – Kyi'v, 2003. – S.86–94.
2. Zarubina N. M. Religijni orijentacii' postradjans'kogo pidpryemnytva / N. M. Zarubina // Suspil'ni nauky i suchasnist'. – 2004. – №1. – S.42–49.
3. Lazarev S. N. Chelovek budushhego. Pervyj shag v budushhee / S. N. Lazarev. – SPb.: Pro-Press, 2007. – 256 s.
4. Mishhenko M. D. Pidpryemec' s'ogodni: shtryhy do social'no-psychologichnogo portretu / M. D. Mishhenko // Filoso'fs'ka i sociologichna dumka. – 1993. – №6. – S.84–92.
5. Moroz O. M. Duhovni pryncypu vedennja malogo i seredn'ogo biznesu v regioni / O. M. Moroz // Pidpryemnytvo, gospodarstvo i pravo. – 2006. – №4. – S.12–17.
6. Naboka O. G. Formuvannja cinnisnyh orijentacij u starshoklasnykiv specializovanyh klasiv ekonomichnogo profilju: dys. ... kand. pedag. nauk: 13.00.01 – zagal'na pedagogika ta istorija pedagogiky / Naboka Ol'ga Georgii'vna. – Slov'jans'k, 2001. – 182 s.
7. Svitlychna V. V. «Ljudyna ekonomichna» u vymirah hrystyjans'koi' etyky / V. V. Svitlychna // Materialy XXXI Mizhnarodnoi' naukovo-praktychnoi' konferencii' «Rol' nauky, religii' ta suspil'stva u formuvanni moral'noi' osobystosti». – Donec'k, 2012. – S.365–371.
8. Tytarenko T. M. Zhytjjevyj svit osobystosti: u mezah i za mezhamy budennosti / T. M. Tytarenko. – K.: «Lybid'», 2003. – 376 s.

Oleksenko R. I., Doctor of Philosophy, Professor, Associate Professor, Department of Philosophy, Melitopol State Pedagogical University named after Bohdan Khmelnytsky (Ukraine, Melitopol), roman.xdsl@rambler.ru

Religious socialization of the entrepreneur

The development of a humane, free and responsible person entrepreneur is directly linked to its system of spiritual values, opposing utilitarian and pragmatic

values. The process of religious socialization, as well as any other (political, ethnic) is active. Consciousness of personality plays a decisive role, reflecting the form and content of the manipulative influence of the social environment. In the process of religious socialization entrepreneur acts as part of the social process. It is both the object and the subject of public relations. Spirituality somehow involves going beyond selfish interests and personal gain, focus on the moral culture of humanity.

Keywords: identity, religion, God, society, religious socialization, business.

Oleksenko R. I., doctor of philosophical sciences, professor, docent of the Department of Philosophy, Melitopol State Pedagogical University named after Bohdan Khmelnytsky (Ukraine, Melitopol), roman.xdsl@rambler.ru

Религиозная социализация личности предпринимателя

Развитие гуманной, свободной и ответственной личности предпринимателя непосредственно связано с системой его духовных ценностей, противостоящих утилитарно-прагматическим ценностям. Процесс религиозной социализации, как и любой другой (политической, этнической), имеет активный характер. Сознание личности играет здесь решающую роль, отражая форму и содержание манипулятивных воздействий социальной среды. В процессе религиозной социализации предприниматель выступает как составляющая общественного процесса. Она является одновременно и объектом, и субъектом общественных отношений. Духовность, так или иначе, предполагает выход за пределы эгоистических интересов, личной выгоды, сосредоточенность на нравственной культуре человечества.

Ключевые слова: личность, религия, Бог, общество, религиозная социализация, бизнес.

УДК 141.144(73)(09)

Пацан В. О.

(Євлогій, єпископ Новомосковський), кандидат богослов'я, старший викладач кафедри філософії, Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара (Україна, Дніпропетровськ), ave_logos@mail.ru

«ЗА ОБРАЗОМ І ПОДОБОЮ БОЖОЮ»: БІБЛІЙНІ ВИТОКИ ІДЕЇ ОСОБИСТОСТІ

Обґрунтовується актуальність виявлення того горизонту сприйняття тексту Біблії, де оформився персоналістичний тип рефлексивного мислення; доводиться обумовленість наближення персоналізму до розкриття мейстичної основи особистості насамперед впливом прямих – наданих Священним Писанням – свідчень богоподібності людини; встановлюється перспектива воз'єднання раціональних засад персонального самовизначення та його духовних першовитоків на підґрунті усвідомлення неможливості пізнання смислу буття без синергії Божественного і людського.

У контексті осмислення передумов актуалізації проблеми особистісної самотозможності у філософсько-гуманітарному просторі сучасності визначаються підстави деперсоналізації суб'єкта, тенденції якої ствердились у руслі становлення новачасного раціоналізму і не були подолані при критичному дистанціюванні філософської думки від класичної традиції філософствування. Вони стіваються з антропоцентричним самообмеженням постренеасанської філософії, що проявляється як виключення із раціоналістичного виміру самовизначення «я» живого досвіду богоспівкування, основоположного і для етичного сприйняття «іншого», і для встановлення персонального характеру буття. Відповідно розширення ракурсу антропологічної рефлексії, націлене на охоплення нею онтологічної природи особистості, пов'язується з поверненням філософського дискурсу на підвалини мейзму, де сформувалась персоналістський напрям некласичної філософії, який відкрив для раціональної свідомості Нового і Новітнього часу особистісний першопринцип буття та абсолютну особистісність Бога. У процесі аналізу біблійних витоків концепту, що став ключовим для саморефлексії людини, виявляється нерозривний зв'язок її самопізнання з богопізнанням, який уможливило персональну ідентичність і при визнанні необ'єктивованості людського «я», доведеної «від зворотного» впродовж історичного становлення раціоналістичної парадигми філософствування, і при відкритті вичерпаності її ресурсу визначення «іншого», здійсненому сучасною філософською думкою.

Ключові слова: Особа Творця, людська особистість, богоподібність людини, богопізнання, богоспівкування, особистісне самовизначення, персональна ідентичність, персоналізм.

Чи не найбільш значущою пізнавальною ініціативою сучасної гуманітаристики є проблематизація персональної ідентичності. Постановка проблеми ідентичного як унікального, індивідуального, особистісного відбувається на межі XX – XXI ст. у всіх галузях гуманітарного знання.