

Słowa kluczowe: pokolenie Y, personalizm, postmodernizm, tożsamość społeczna, tożsamość osób

Keywords: Generation Y, Personalism, Postmodernism, Social identity, Personal identity

Ks. Jarosław Babiński

UNIwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
Wydział Teologiczny

APRECIACIÓN PERSONAL DEL HOMBRE COMO ANTIDOTO CONTRA CRISIS CONTEMPORÁNEA DE LA IDENTIDAD DE LA „GENERACIÓN Y” (NET-GENERACIÓN)

Una definida concepción del hombre implica la manera de la visión de su lugar en el mundo: ¿quién es?, ¿cuál es el destino de su vida?, ¿qué valores le conceden sentido a su existencia? (Possenti 2007, 2014). La cultura contemporánea en este aspecto es un espacio del conflicto ideológico. Actualmente tenemos que ver con dos propuestas filosóficas. La primera tendencia propone respuestas a las principales preguntas, que ponen al hombre en un fundamento de principios metafísicos claramente definidos y en un sistema de valores. La segunda propuesta son las ideas de libertad ilimitada y de en un sistema de valores, autocreación

subjetiva, las que en consecuencia llevan a la situación de dejar al hombre a si mismo, finalmente en una situación de impotencia total, de desilusión, de desesperación. La idea de la compensación de todas las necesidades por un consumo ilimitado es una ilusión y no le da al hombre el sentimiento de autorrealización ni satisfacción. Los sentidos y los valores que promociona la cultura contemporánea resultan ser solamente apariencias e ilusiones. Lo demuestra muy bien la situación de la “generación Y” que fue modelada por el posmodernismo sin ideología y ahora cada vez más intensamente busca una posibilidad para definirse y también encontrar el sentido de la vida y del mundo en una perspectiva nueva.

La generación Y es la generación de la cohorte demográfica de los años 80 y 90 del siglo XX. Recibió muchos nombres: Generación del Milenio (Millennial Generation), Generación Siguiete (Generación Next), Generación de Internet (Generación Net), los Eco Boomers (Mms.com, 2014; Strauss et al, 1991; Shaira, 2008; Cheese, 2008; Skarul, 2009; Fazlagić, 2008), e incluso unas denominaciones humorísticas como la generación de de la chancla o de los iPod. Esta generación es la más representativa si se habla del hombre post-moderno y sus problemas.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA GENERACIÓN Y

La generación Y (Skarul, 2009; Fazlagić, 2008) no está subordinada a ninguna regla. Es una generación global, multimedia, son unos niños digitales del mercado libre ultra-liberal (Solska, 2009). Los más mayores tienen poco más de 30 años. Su comportamiento y actitud respecto a los tiempos modernos son completamente diferentes de los que tienen o han tenido las generaciones anteriores. La Y-generation son personas seguras de ellas mismas, con mucho ego, mimadas, arrogantes, irresponsables, y al mismo tiempo, inteligentes, cultas, flexibles y creativas.

Educadas en la prosperidad, se consideran únicas porque eso es lo que escucharon de sus padres que les proporcionaron la mejor formación y todas las posibles actividades extraescolares. Sin embargo, le falta una buena relación familiar y la presencia de los padres, ocupados ganado dinero. Por esta razón, a menudo tienen grandes problemas con la comunicación y con los lazos interpersonales, sobre todo con las generaciones mayores.

Sin embargo, se les dan muy bien las últimas tecnologías y las usan en todas las áreas de su vida. Sin ningún problema se comunican con las personas de su generación, principalmente a través de Internet, las redes sociales o los teléfonos móviles. Esta meta-realidad virtual se fusiona con la realidad y los representantes de la generación Y no separan el mundo virtual y el real. La mayor parte del tiempo lo pasan en el espacio virtual, y además en muchas áreas simultáneamente.

Los representantes de Y-generation tienen poco tiempo para el desarrollo del pensamiento autónomo y la toma de decisiones por sí mismos. El resultado de ello es un enfoque no realista al mundo material porque en el mundo virtual reciben todo pulsando el botón o el icono en la pantalla y esta operación da un efecto inmediato. A la generación Y les resulta natural que todo está sucediendo inmediatamente en tiempo real, así que no tienen que esperar nada y no les gusta esperar. Por lo tanto, para ellos es poco atractivo lo que lleva tiempo.

Su vida privada también tiene lugar más en el espacio virtual. Por ello pierden habilidades interpersonales en el mundo real, tienen problemas con la implementación de las actividades en grupo, y el bien común de cualquier sociedad es para ellos un concepto ajeno e incomprensible. El placer es la prioridad para el hombre de la generación Y. El dinero es sólo un medio para conseguir el placer y no es una condición necesaria. Definitivamente eligen ser antes que tener. No se someten a los rigores y son extremadamente desleales e irresponsables en el puesto de trabajo.

Les resulta difícil tomar la responsabilidad de sus acciones. La vida para ellos es una diversión, un juego entretenido y cautivador sin obligaciones. Tienen la atención dividida, sin precedentes en las generaciones anteriores, pero son incapaces de concentrarse más tiempo. También pueden realizar muchas actividades paralelas, sobre todo en el mundo virtual. Cuando carecen de una corriente continua de estímulos, se aburren rápidamente: „Criados en la sociedad de consumo, no saben vivir sin constantes nuevos impulsos y estímulos, [...] igual que [...] los drogadictos necesitan dosis cada vez más grandes y fuertes” (Bauman et al., 2009).

Las personas de la generación Y recibían todo lo que querían de sus padres. Sus padres son los llamados *helicopter parents* (Mms.com, 2009; Trunk, 2008) que como un helicóptero de seguridad dan vueltas todo el tiempo sobre sus hijos, haciendo la mayoría de las obligaciones por ellos mismos o con la ayuda de los empleados. Los representantes de la Y-generation eran educados por lo general sin estrés, sin castigos, pero con muchos premios. Además, el mundo de los medios de comunicación y la publicidad refuerza en ellos la creencia de que todo lo merecen y deben tener todo lo mejor, ya que son – como individuos – únicos e irrepetibles.

Este espectro de características y comportamientos permite destacar los tipos de personalidad específicos para esta generación.

PERSONALIDADES DEL HOMBRE POSTMODERNO

Zygmunt Bauman describió detalladamente las personalidades del hombre postmoderno (Bauman, 1994). Según él hay cuatro tipos que son: personalidad del paseante, personalidad del vagabundo, personalidad del jugador y personalidad del

turista. Estos tipos de personalidad se descubrieron antes pero fueron tratados como un comportamiento periódico. En la posmodernidad se convirtieron en un estándar que proporciona al hombre de la generación Y la sensación de libertad. Además, pueden ocurrir simultáneamente, lo que anteriormente era imposible debido a que se excluían mutuamente.

El primer tipo de personalidad es el paseante. El paseante vive entre una muchedumbre anónima de los otros paseantes, donde cada uno observa a los demás y es como un espejo para ellos pero nadie quiere tener nada que ver con los otros. No se tiene afecto a nadie ni a nada. Se esconde en la multitud, pero no se pertenece a ella. La observación es superficial y aparente. Bauman lo llama un espectáculo de masas en el que juegan sólo los actores gratuitos, ellos mismos no saben que están tomando parte en esta actuación. De los hilos de estas marionetas tiran los fabricantes de productos para masas y los medios de comunicación y creadores de la demanda del consumo que están a su servicio (Prószyński, 2012)

El segundo tipo es la personalidad de vagabundo. Se caracteriza principalmente por la falta de objetivo y sentido de vida. El vagabundo todo el tiempo va a algún sitio, es incapaz de permanecer más tiempo en el mismo lugar. No le satisface ninguna etapa del recorrido y quiere estar en todas las partes a la vez. Cada etapa realizada inmediatamente le parece aburrida y prosaica. Le atrae el riesgo y tiene una necesidad constante de adrenalina. Este estilo de vida llena su vacío ideológico.

Otro tipo es la personalidad de turista. Se caracteriza por una necesidad sin fin de atrapar las impresiones del viaje, sólo para presumir siempre de ellas. El turista es exigente y arrogante, según la norma „pago y exijo”. Es insensible a la difícil situación de los nativos y opina que si ellos están en una situación difícil, es porque probablemente se lo merecen. En todas partes impone al mundo sus propios conceptos de acuerdo con sus propias ideas y preferencias. Dondequiera se siente seguro de sí mismo porque siempre tiene a dónde volver y donde estará a salvo.

El último tipo de personalidad es el jugador. Su regla general del mundo es el riesgo. No le interesa el comportamiento racional o la honestidad humana. Si consigue algo, es sólo por un golpe de suerte y quiere ganar a cualquier precio, sin tener en cuenta que por el camino renuncia cualquier principio.

Por lo tanto, en la posmodernidad ya no existen la continuidad y la particularidad de la identidad. Los cuatro modelos de conducta se penetran mutuamente y caracterizan perfectamente al hombre de la generación Y. Esta personalidad parece ser incierta, fragmentada y desordenada. Todos los tipos parecen huir de la realidad en la que el hombre post-moderno se siente perdido. Su conducta es incoherente e inconsecuente, ya que su propia idea de la vida correcta es incoherente.

PROBLEMAS DE IDENTIDAD DE LA Y-GENERATION

La vida de la Y-generation, aunque sin duda da una sensación de control sobre su propio destino, es aislada y sola. Esto no es propio de la naturaleza humana y da lugar a fenómenos negativos a los que el hombre no puede hacer frente. El individualismo, la ampliación de la esfera de la libertad, de la autonomía y de la privacidad son fenómenos sociales posmodernidad muy apreciados. Sin embargo, el hombre se da cuenta demasiado tarde de sus consecuencias negativas, que son las relaciones interpersonales débiles o incluso desaparecidas. Su resultado es la soledad, la atomización de la sociedad y el aislamiento social. La libertad entendida como la posibilidad de hacer cualquier cosa que no hace daño a los demás, conduce en práctica a la separación de los hombres porque elimina cualquier sentido de relación, vínculo u obligación (Böckenförde, 2006). Esta separación de los hombres, el aislamiento, la soledad, la interrupción de las relaciones interpersonales, la falta de apoyo en los terceros y por lo tanto la inseguridad, especialmente en situaciones extremas, son las principales amenazas en la vida de los representantes de la Y-generation (Beck, 2004).

La salvación para el hombre post-moderno puede darse cuenta de su subjetividad y identidad, y el desarrollo de la esfera personal y espiritual de la vida, incluyendo los valores humanos más importantes. Este desarrollo es posible cuando en el punto de partida está la unidad y la totalidad del hombre-persona que no se puede limitar a la dimensión científica, fragmentada y material de la existencia humana. La vida sin valores fundamentales no sólo pierde su significado, pero conduce a perdición de uno mismo. Lo confirman en este momento los modelos presentados reduccionistas de la vida que intentan reducir el sentido de la vida a la carnalidad. Muestran la satisfacción de las necesidades corporales como el sentido de la vida y la fuente de la felicidad (Babiński, 2018).

La generación Y se caracteriza por una profunda crisis de identidad que se intensifica en el siglo XXI (Bauman, 2007). Esto ocurre porque el mundo moderno fue privado de la mayoría de sus certezas ontológicas y axiológicas. La crisis de identidad radica en el hecho de que el hombre no tiene o no puede identificar su identidad o tiene demasiadas diferentes identidades que se cambian constantemente. El modelo de identidad posmoderna es *homo actualis*. Se caracteriza por el cambio relacionado con la adaptación continua de la nueva identidad al mundo moderno (Binswanger, 1966; Bigos, 2010). A la pregunta „¿Quién soy yo?” el hombre posmoderno contesta: „soy quien quiero estar en este momento”.

El hombre elige la identidad como cualquier otro producto en el mercado global de consumo (Mathews, 2005; Bauman, 2007). Debemos añadir que todas estas identidades pueden ser simultáneas y penetrar en diferentes momentos de la vida.

Esta identidad es ambigua y las nuevas características se imponen a las antiguas, al mismo tiempo se pierde la naturaleza del monolito y de la continuidad. Se produce una contradicción interna que empieza a provocar mucha tensión. El hombre ya no es capaz de cumplir con la exigencia de una redefinición continua de sí mismo y finalmente se pierde. Cada vez menos personas tienen la absoluta certeza quienes son realmente.

La diferencia posmoderna y la multiplicidad son las herramientas de la deconstrucción de la identidad, siempre causan la pérdida del equilibrio y la crisis que afecta a la condición espiritual del hombre. No obstante, el hombre no deja de preguntar con constante preocupación: „¿Quién es el hombre?“, „¿Quién soy yo?“. Estas preguntas llevan a determinar su propia identidad, su propio Yo. El hombre necesita definir claramente la identidad igual que la sensación de seguridad. El hombre es incapaz de funcionar durante mucho tiempo cuando no puede determinar su identidad. Ser uno mismo ayuda a superar la crisis de la identidad, definir su propia identidad y por lo tanto reconocer y entender a sí mismo.

SER UNO MISMO ES EL CAMINO PARA SUPERAR LA CRISIS DE IDENTIDAD

El hombre como ser y como persona es lo que es y como tal es capaz de autoconocimiento reflexivo. Su naturaleza racional le lleva a revelar y ser consciente de sí mismo como un ser personal. El hombre descubre la naturaleza de su Yo mediante el análisis y la comprensión de las consecuencias de sus acciones. Esta conciencia la tiene directamente y no se requiere ninguna demostración. La clave para determinar la identidad es darse cuenta de sí mismo, del propio Yo como persona. La persona es un ser dotado de autonomía e independencia, con capacidad ilimitada para vivir en sí mismo. Es desde el principio hasta el final lo que es y nadie más. Este es el atributo más importante del ser humano: ser uno mismo. El hombre no es un barro sin forma que es posible formar con herramientas sociotécnicas. El hombre quiere decidir sobre sí mismo, con sus elecciones quiere manifestar su singularidad, su particularidad, su identidad. Lo quiere también el representante de la generación Y, aunque a veces da la impresión de ser un elemento sin voluntad en una sociedad homogénea en sus gustos, preferencias y funcionamiento.

La identidad determinada de este modo excluye de tratar al hombre como un objeto, una herramienta y un espécimen que se puede cultivar, labrar y adaptar a las circunstancias imperantes. Tampoco se permite adoptar identidades variables porque destruirían la existencia en sí mismo y por lo tanto, ser uno mismo como persona. El hombre pertenece a sí mismo y no puede ser propiedad de nadie.

El hombre como un ser personal realiza acciones personales por excelencia. Estas son entre otras: conocimiento, amor, libertad, acciones creativas. Ellas definen su identidad. Ser uno mismo como persona también requiere auto-dominio, auto-propiedad y autodeterminación. Los problemas con la identidad del hombre posmoderno muestran lo débil que es al usar el libre albedrío, susceptible a todo tipo de manipulación y lo fácil que renuncia a sí mismo, sometiéndose a diversos deseos y tentaciones controlados. El hombre-persona consciente de su identidad, no quiere ser pasivo, un objeto masivo de la manipulación global. Dicho de otro modo: no es posible engañar a la naturaleza. La más intensa indoctrinación no puede ensordecer los intentos naturales de comprenderse a sí mismo y de comprender el mundo. La conciencia de las manipulaciones, que son siempre un intento de limitación de la libertad, en consecuencia implican una reacción contraria y movilizan a la búsqueda de la verdad. En esta tendencia hay una posibilidad de rechazar los mitos posmodernistas sobre hombre.

Sin embargo, esto requiere ampliar el horizonte de percibirse a sí mismo y al mundo. Para el hombre posmoderno, centrado principalmente en el mundo exterior, es importante prestar atención a la experiencia interior de ser hombre-persona y experimentarse a sí mismo como Yo – un sujeto concreto, individual, consciente de sí mismo, libre e independiente de las presiones socio-técnicas y de los medios de comunicación. El logro de esta identidad madura, ser uno mismo como persona, permite el desarrollo del hombre y la armonía espiritual. También es el garante de la salud mental. La identidad madura permite al hombre percibir, comprender e integrar todas las dimensiones de su humanidad (Krapiec, 2005).

La existencia de la naturaleza humana, que es la identidad sustancial del hombre, negada por los posmodernistas, así como la convicción de que no hay tal cosa como la humanidad, no sólo conducen a problemas psicológicos en la vida humana. Rechazar la existencia del hombre como una persona da lugar a problemas relacionados con su funcionamiento en la realidad externa. El proceso educativo del hombre sin reconocerlo como persona es muy difícil, o incluso imposible. No se puede justificar racionalmente la responsabilidad humana sin considerarlo como un sujeto racional y libre, que tiene una identidad ontológica. Además, el proceso de auto-creación del hombre, tan necesario para los posmodernistas, no puede llevarse a cabo sin la racionalidad y la libertad del hombre como persona (Kalka, 2010).

Casi todos los posmodernistas están a favor del concepto naturalista y behaviorista de la moral y rechazan los códigos morales. Algunos de ellos, por ejemplo Bauman y Rorty, reconocen la necesidad de la moral, pero sin tener en cuenta la existencia del ser personal. En este concepto resulta imposible tomar decisiones morales y aplicar los valores morales, también abordar este tema sin el elemento

psíquico-espiritual sigue siendo una ornamentación verbal. El punto de vista de los posmodernistas acerca de la vida social, después de un análisis más detallado, resulta ser lógicamente incoherente. También la idea de la solidaridad es imposible de explicar sin reconocer la dignidad de la persona humana. Además, no se pueden determinar los principios de la justicia con el paradigma de la neutralidad ética del estado en caso del acuerdo universal para el relativismo axiológico. Tampoco es aceptable lógicamente apoyar el etnocentrismo cultural con la usurpación simultánea que este punto de vista es aprobado universalmente. La idea de la solidaridad social y la justicia sólo pueden lograrse basándose en el enfoque personalista, de lo contrario son unas consignas vacías sin justificación racional.

El hombre está dotado de la capacidad de pensar y de esta manera resistir a las tendencias destructivas. Ahí está la esperanza para las personas del futuro, incluyendo la generación Y. La percepción de uno mismo en términos personalistas y comprender su identidad personal son el antídoto para la degeneración ideológica y social de la contemporaneidad. El hombre-persona puede oponerse a tratarse a sí mismo como una mercancía en el mercado global y no someterse a ningún tipo de manipulación, estilos, modas, y cualquier otro dictado. Tiene la elección para no someterse a la esclavitud y el infantilismo.

Las estructuras de la vida psíquico-espiritual: conocimiento, amor y libertad se complementan integralmente, forman su identidad y conducen a la trascendencia de la persona. La identidad personal está conformada también por la preocupación por los demás a través de la participación en la vida social. Sin embargo, en los tiempos donde en el primer lugar se ponen los deseos siempre insatisfechos y la búsqueda del placer, la preocupación por los demás es una tarea extremadamente difícil. No obstante, el hombre es un ser social y es incapaz de definirse completamente a sí mismo y su identidad sin referencia a otras personas. El deseo de comprender: „¿Quién soy yo realmente?” puede convertirse en un estímulo para descubrir el valor real y no sólo virtual del hombre. Queda sólo la pregunta: ¿cómo despertar este impulso?

Estas posibilidades van apareciendo. En un desierto de falta de ideología, en presencia de la desilusión vital, se ve la necesidad de proponer una otra alternativa visión de la comprensión del hombre y de sus relaciones con el mundo. En el tiempo del ocaso de la época „post-“, cada vez con más frecuencia aparece el postulado de proponer al mundo la visión del hombre comprendido como unidad personal en el sentido metafísico y maximalista (Gaudaniec, 2016).

Bibliografia:

- Babiński, J. (2018). Kult cielesności jako wyraz współczesnego redukcjonizmu antropologicznego w kulturze. *Studia Pelplińskie*, (52), 15–27.
- Bauman Z., Kubicki, R., Zeidler-Janiszewska, A. (2009). *Życie w kontekstach. Rozmowy o tym, co za nami, co przed nami*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Bauman, Z. (1994). *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*. Warszawa: Instytut Kultury.
- Bauman, Z. (2007). Tożsamość ze sklepu, tożsamość ze spiżarni. W: H. Mamzer (red.), *W poszukiwaniu tożsamości. Humanistyczne rozważania interdyscyplinarne* (s. 49–70). Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Beck, U. (2004). *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Warszawa: Scholar.
- Bigos, K. (2010). *Tożsamość narracyjna w cyberprzestrzeni*. Warszawa: Promotor.
- Binswanger, H. (1966). Über den homo actualis. *Zeitschrift für Psycho-somatische Medizin*, 12, (4), 293–306.
- Böckenförde, E. W. (2006). Wizerunek człowieka w świetle dzisiejszego porządku prawnego. W: K. Michalski (red.), *Człowiek w nauce współczesnej. Rozmowy w Castel Gandolfo* (s. 95–104). Kraków: Znak.
- Cheese, P. (2008). *Netting the Net Generation*. Pobrane z: http://www.businessweek.com/managing/content/mar2008/ca20080313_241443.htm?campaign_id=rss_null
- Fazlagić, J. A. (2008). *Charakterystyka pokolenia Y*. Pobrane z: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/25/id/549> .
- Gudaniec, A. (2016). *U podstaw jedności bytowej człowieka. Studium z metafizyki osoby*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Kalka, K. (2010). Możliwe implikacje filozoficznych ujęć człowieka dla pojmowania człowieczeństwa. W: H. Romanowska-Łakomy (red.), *Esencja człowieczeństwa. Prawda ludzka a cywilizacja* (s. 105–116). Warszawa: Wydawnictwo Psychologii i Kultury Eneteia.
- Krąpiec, M. A. (2005). *Ja – człowiek*. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Mathews, G. (2005). *Supermarket kultury. Globalna kultura – jednostkowa tożsamość*. Warszawa: Państwowy Instytut Kultury.
- Mms.com (2009). *Pokolenie Y*. Pobrane z: <http://www.forbes.pl/artykuly/sekcje/sekcja-strategie/pokolenie-y,2569,1> .
- Mms.com, (2014). *The Online News Hour: Generation Next*. Pobrane z: <http://www.pbs.org/newshour/generation-next/index-old.html>.
- Possenti, V. (2007). Spór o jedność człowieka i wyzwania nowego naturalizmu. *Dusza – umysł – ciało*. W: A. Maryniarczyk, K. Stępień (red.), *Dusza – umysł – ciało*.

- Spór o jedność bytową człowieka* (s. 97–145). Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Possenti, V. (2014). Negacja natury ludzkiej i humanizmu w filozofii nowożytnej i współczesnej. W: A. Maryniarczyk, K. Stępień, A. Gaudaniec (red.), *Spór o naturę ludzką* (s. 113–134). Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Prószyński, J. (2012). *Influencer, trendsetter, coolhunter – kreowanie trendów*. Pobrane z: www.gadzinowski.pl/komunikacja/influencer-trendsetter-coolhunter-kreowanie-trendow.
- Shaira, I. (2008). *What Comes Next after Generation X?* Pobrane z: <http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2008/07/05/AR2008070501599.html>
- Skarul, B. (2009). *Pokolenie – przytłoczeni rzeczywistością*. Pobrane z: <http://www.gs24.pl/apps/pbcs.dll/article?AID=/20090207/REPORTAZE/87811343>.
- Solska, J. (2009). *Młodość idzie w klapkach*. Pobrane z: <http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/270628,1,raport-pokolenie-y-na-ryнку-pracy.read> .
- Strauss, N., Neil, H. (1991). *Generations: The History of America's Future, The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Prentice Hall.
- Trunk P., (2008). *3 Ways work will change when Gen Y is in charge*. Pobrane z: <http://blog.penelopetrunk.com/2008/10/23/3-ways-work-will-change-when-gen-y-is-in-charge/>.

PERSONAL UNDERSTANDING OF MAN AS AN ANTIDOTE TO THE CONTEMPORARY IDENTITY „GENERATION Y” (NET-GENERATION) CRISIS

SUMMARY

„Generation Y” is a term proposed among others by Zygmunt Bauman to characterize the youngest generation of contemporary societies, largely shaped by postmodernism. Postmodernist world of chaotic difference, temporary character, and uncertainty has significant effects on a person who is spilt over to no identity or many different identities and becomes in her life the tool and consumer without personality. In this context, the identity is losing sustainability and human person is losing the identity uniqueness. Awareness of subjectivity, identity and development of personal and spiritual spheres of life, as well as a reference to fundamental human values can bring solution for the postmodern person. Such development is possible when at the starting point we consider human person as a whole and unity. It cannot be limited to scientific, fragmented, and reduced to the material dimension of human existence. Life without its fundamental spiritual values loses not only its meaning but leads to self-destruction. The way to find the meaning and value of human life, as well as its dignity, is a return to classic solutions philosophy that recognizes the man as a person.

Article submitted: 9.12.2018; accepted: 21.12.2018.