

КРЕАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ: ДИАЛЕКТИКА РАЗВИТИЯ

Creative cost and human needs: dialectics of development

К. П. Стожко, доктор исторических наук, профессор
Уральского государственного аграрного университета
(Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42)

О. В. Шадрина, кандидат экономических наук, доцент
Московского финансово-промышленного университета «Синергия»
(Москва, ул. Мещанская, д. 9/14)

Рецензент:

Аннотация

Сформулирована идея формирования креативной стоимости в условиях инновационной экономики и творческого труда. Показано воздействие срочных, ригидных и латентных потребностей на процессы их переформулирования и фрустрации в сознании личности. Обосновывается тезис о соизмеримости личностной автономии, развития творческого потенциала личности и превращения трудовой стоимости в креативную стоимость.

Ключевые слова: автономия личности, креативная стоимость, потребности, аффиляция, фрустрация, переформулирование, процессуальность, синергетика.

Summary

There is formulated the idea of forming of creative cost in the innovation economy and creative work. Shown the effect of urgent, rigid and latent needs of the processes on its reformulation and frustration in the mind of individual. The thesis of the commensurability of personal autonomy, the development of personal creativity and transformation of labor value in creative value is founded.

Keywords: autonomy of personality, creative value, needs affiliate, frustration, reformulation, proceduralness, synergetics.

Широко известно философское положение о том, что каждая личность обладает своей собственной *автономией*. Но автономия личности и свобода личности – принципиально разные понятия. Либерализм эпохи постмодерна до сих пор упорно игнорирует это обстоятельство и осуществляет подмену понятий. Будь то экзистенциализм или любое другое из современных философских либеральных течений, в них нет сколько-нибудь глубокого и последовательного анализа природы (причинности) автономности личности. Понятно, что отвлеченные рассуждения о каких-то там самопроизвольных сборках – «*ризоммах*» или лишенных смысла «*платах*» – «*платформах*», на почве которых будто происходит развитие личности [4], не только не проясняют, но еще больше запутывают данный вопрос. В действительности всякая автономия личности имеет смысл только в контексте ее социальной ответственности и собственно трудовой деятельности, а в условиях нового столетия – в контексте *творческого* труда. Это как в семье. Дети претендуют на самостоятельность, они даже порой женятся и заводят собственных детей, полагая, что они стали «самостоятельными» и «свободными». Но при этом они еще не могут своим трудом обеспечить собственное содержание, не могут прокормить свои семьи без поддержки родителей. Есть в таком случае личная автономия у нового поколения или ее

нет? Виртуально – да, социологи и психологи будут настаивать на положительном ответе. Но экономически – нет, и любой экономист отвергнет такую личную автономию как надуманную, незрелую, незавершенную. Все-таки «бытие определяет сознание», а экономическая состоятельность – автономию или всякую иную степень самостоятельности (состоятельности) личности. Все иное – из области фантазии, воображения, которые, конечно, могут быть самыми разными. В том числе и «отвлеченными», оторванными от объективной реальности, от истины.

Только труд может примирить сторонников и противников тезиса о личной автономии в вопросе о порядке и сроках ее формирования. Это обстоятельство обусловлено еще и тем, что творческий труд не просто становится потребностью многих людей в условиях экономики инновационного типа, а «*потребностью существования*» (*existence*) самой личности. Такое «творческое существование» как процесс протекает в *частном* и *общественном* пространстве. Отсюда двойственность самого творческого труда. И эта двойственность сродни той, о которой писал в XIX в. еще К. Маркс. Ведь творческий труд существовал и тогда. Просто в современных условиях его роль и масштаб возросли несоизмеримо.

С одной стороны, творческий труд отражает личные представления о смысле человеческого существования, о тех целях и задачах, которые личности предстоит решать в процессе развертывания ее собственной жизнедеятельности. С другой – творчество несет отпечаток общественного консенсуса, отражает некий общественный запрос на созидание, на инновацию, на духовное и нравственное развитие. Между частным (личным) и общественным (публичным) пространством существует связь (*relatedness*). Она выступает основой формирования творческого труда и креативной стоимости, поскольку служит своеобразной трансмиссией (*transmission*) между двумя блоками жизненного пространства личности. Благодаря этой трансмиссии осуществляется процесс самоопределения и самоидентификации личности по отношению к социуму и к самой себе, а также по отношению к природе и космосу. Вне этой связи личность оказывается изолированной (замкнутой) в своем приватном пространстве, которое оказывается искусственно изолированным и беззащитным перед внешними угрозами и опасностями, о которых личность может просто ничего не знать. Досужее суждение о том, что «чем меньше знаешь, тем дольше живешь», отражает скорее не истинное положение, а мнимое представление о том, каким на самом деле должно быть приватное (личное) пространство.

Связь между этим пространством и социумом выступает и проявляет себя и в разных формах общения. Общение как своеобразная коммуникация между людьми (*аффиляция*) носит не только межличностный характер. Оно может характеризовать и связь личности и социальной группы. По своему характеру эта связь может быть представлена не только как психологическая коммуникация. В исследованиях С. Шахтера [9] эта связь рассматривается в психологическом аспекте, выявляется ее различная мотивация (корыстная, бескорыстная и пр.). Но важно оценить данную связь и как социальную, даже социокультурную коммуникацию. С позиций социальной философии необходимо выявить роль личности в осуществлении этой связи. Здесь обнаруживается, что посредством этой связи личность не только сохраняет свою автономию, но и корректирует ее в соответствии с творческими устремлениями.

Что же мы обнаруживаем сегодня в социологии? В отличие от социальной философии она в качестве цели (мотивации) человеческой деятельности в целом и трудовой деятельности в частности рассматривает не формирование и развитие креативных способностей личности, а некий абстрактный ее рост (*growth*). Так, в теории К. Альдерфера иерархия потребностей представлена именно таким образом, что высшей потребностью назван именно такой рост,

а не «гармоничное развитие» человека [7]. Причем некоторыми авторами совершенно бездоказательно «рост» сопрягается с «самовыражением». Хотя для того, чтобы «самовыразиться», нет необходимости заниматься творческим трудом. Можно обложить нецензурной лексикой соседа по лестничной площадке или разрядить оружейную обойму в своих сослуживцев. Примеры Брейвика (Норвегия), братьев Царнаевых (США, Бостон), наших доморощенных «самовыраженцев» в России – тому яркое подтверждение.

Система потребностей К. Альдерфера органично соотносится с системой потребностей А. Маслоу [5]. Но важно отметить, что в этих и во многих других западных системах потребностей психика отождествляется с сознанием, а это ведет к представлениям о потребностях как об отражении рефлексов, а не как об осознанно формируемых индивидом целях собственного развития. А коли так, то исчезает сама мотивация к труду, к творчеству. Удовлетворение инстинктов еще крайне далеко от понятия «потребность» и ее сознательного регулирования и наполнения.

Анализируя механизм мотивации к труду, следует особо иметь в виду, что «мотив характеризует, прежде всего, волевою сторону поведения, т. е. он неразрывно связан с волей человека. Он представляет собой преимущественно осознанное побуждение. Несмотря на то, что многие мотивы зарождаются в подсознании, они становятся движущей силой, *детерминантой* поведения, лишь будучи в большей или меньшей степени осознаны. Мотив порождается определенной потребностью, выступающей конечной причиной человеческих действий» [6, с. 49].

Именно в этом и состоит принципиальное различие между психологическим и социологическим подходами к анализу потребностей человека, с одной стороны, и социально-философским подходом в этом вопросе, с другой стороны. Психология и следом за нею социология исходят из первичности мотивации, «результатом» которой являются потребности. Социальная философия обнаруживает, что истинное положение прямо противоположно: потребности являются первичными, а мотивация формируется позже. При этом формирование мотивации по удовлетворению потребности носит не пассивный характер, когда она «зациклена» на самой потребности, а активный, что предполагает в определенных случаях «снятие» потребности, т. е. либо отказ от нее, либо ее *«переформулирование»*.

Последнее обстоятельство, кстати, не отрицал и А. Маслоу, полагая, что чем меньше удовлетворена *потребность во взаимосвязи* (например, в общении), тем более важными становятся *потребности существования* (физические, физиологические). Но *«переформулирование»* прежних представлений о конкретной потребности психология не рассматривает. Хотя и использует термин *«фрустрация»*, подразумевая под ним исключительно *«поражение в стремлении удовлетворить потребность»*.

На наш взгляд, *фрустрация* – это не простое переключение с одной потребности на другую (чисто психологический момент мыслительной деятельности), а начало креативного сознания, суть которого состоит в акцентуации и разработке внутренней иерархии ценностей в рамках конкретного мировоззрения личности. Рассмотрение корректировки содержания конкретной потребности как *«поражения»* в стремлении ее удовлетворить безосновательно. В отношении творческого труда, наоборот, своевременное *«переформулирование»* означает приведение в соответствие содержания и характера процесса творчества с изменениями во внешней среде (например, по отношению к социуму, государству, природе). Это очень точно подметила героиня романа М. Митчелл «Унесенные ветром» Скарлетт, когда постоянно твердила себе, что в данный момент это сделать не может и вернется к этому позже, когда будут более подходящие условия.

Когда мы рассуждаем о «*переформулировании*» наших представлений о содержании и характере наших потребностей, то в первую очередь речь идет именно об их ранге, месте в иерархии потребностей в целом. Кроме того, «*переформулирование*» означает и изменение наших представлений о внутренней структуре самой потребности. Так, по мере утоления голода и насыщения мы обнаруживаем, что эта потребность оказывается подвержена регрессии, а не прогрессии. Поговорка о том, что «аппетит приходит во время еды» так же метафорична, как и многие другие из этого же ряда. Поэтому правильно было бы говорить не о «*фрустрации*» потребностей (под которой К. Альдерфер понимал переход от одной потребности к другой, более «высокой»), а о «*переформулировании*» потребностей по мере их удовлетворения. В этом плане все социальные потребности (потребности личности) могут быть разделены на три группы:

- а) *срочные* (первоочередные);
- б) *латентные* (отложенные или перманентные);
- в) *ригидные* (окончательно не оформившиеся).

Процесс «*переформулирования*» потребностей – это не просто их оценка или классификация. Это процесс познания человеком самого себя, своих внутренних побуждений. Как известно, в психологии, начиная с Б. Ф. Скиннера (1904-1990), тезис «познай себя» перестал пользоваться спросом. Постоянно отвергая любые попытки понять внутренние побуждения человека, он писал: «Нам незачем пытаться выяснить, какие личностные черты, состояния психики, чувства, особенности характера, планы, цели, намерения или другие качества человека имеют значение для научного анализа поведения» [6, с. 356]. Но при такой постановке вопроса человек остается загадкой. Не случайно Б. Ф. Скиннера считают «красноречивым, откровенно эгоистичным, очаровательным популяризатором и умелым шоуменом», не более того [6, с. 357]. А потому его вывод о том, что «автономная личность – иллюзия» [6, с. 357], не имеет под собой никакой научной основы.

Важность познания самого себя через «*переформулирование*» своих потребностей обусловлена тем, что посредством такого «*переформулирования*» человек *творит* самого себя. А это и есть креативный процесс саморазвития, следствием которого является творческая (креативная) стоимость.

Именно в процессе «*переформулирования*» потребностей в нашем сознании мы обнаруживаем, что мы не переходим слепо и беспомощно от одной из них к другой, а определяем и комбинируем их в пространстве и во времени наилучшим для себя образом. Мы эмпирически и/или теоретически ищем такую их оптимальную комбинацию, которая, собственно говоря, и составляет то, что можно было бы назвать результатом творчества личности. Но процесс такого «*переформулирования*» потребностей означает, что человек перестает быть только потребителем. Он становится конструктором, организатором, создателем, редактором, цензором и критиком своей собственной потребности или их совокупности (системы). В таком случае личность оказывается в состоянии сознательно отказываться от некоторых своих потребностей или формулировать новые потребности, ради удовлетворения которых она и вновь и вновь начинает свой творческий процесс труда.

Понимание *процессуальности* формирования и существования самих потребностей, их протяженности в пространстве и во времени привело к тому, что исследователи стали гораздо глубже задумываться над целями, которые ставит перед собой индивид при «*формулировании*» потребности. Так, Л. Портер и Э. Лоулер пришли к выводу о том, что в процессе «*формулирования*» и «*формулирования*» потребностей индивид ставит перед собой не просто частные, но и глобальные цели, например, обеспечить справедливый характер удовлетворения

потребностей, сделать такое удовлетворение более эстетичным, комфортным, экономным, полезным. Принцип социальной справедливости касается всех индивидов, поскольку затрагивает их интересы в условиях ограниченности полезных ресурсов. Тем самым отдельный индивид превращается в *координирующее социальное существо*.

Современная либеральная социология и экономическая теория исходят из того, что главным глобальным мотивом формирования и формулирования потребностей выступает *денежный* мотив. Но это экзистенциальный, зеркальный взгляд на потребности, поскольку сами по себе деньги ничего не значат. Они лишь символизируют те значения, которые им придает человек. «Деньги означают то, что человек желает, чтобы они означали» [8]. Еще более ясно выразился на этот счет Дж. К. Гэлбрейт, слова которого мы привели в начале нашего исследования [3].

Если говорить о личности творца, а не об *«homo economics»*, не об «экономическом человеке», заикнувшись на извлечении прибыли и деньгах, то становится понятным, что творчество не терпит меркантильной суеты. Становится ясно, что творчество изначально не связано с корыстным интересом и что, следовательно, *креативная стоимость* не может быть с математической точностью оценена ни по формальным трудозатратам работников, как это делается при начислении заработной платы наемным работникам, ни по экономической полезности, в соответствии с которой формируются в большинстве случаев потребительские цены. И хотя для оценки интеллекта и духовности как основы креативной стоимости также пытаются использовать стоимостной метод, у него есть существенный недостаток, заключающийся во «взаимозависимости цены и ценности» [2], а если уж говорить более точно – в несводимости в данном случае ценности к цене.

А это подводит нас к мысли о том, что *креативная стоимость* в постиндустриальную эпоху развития человечества, в отличие от «классической» трудовой стоимости прежних эпох, не является исключительно социально-экономической категорией. Она выходит за рамки узко экономического феномена, становится категорией *синергетической*, в структуре которой метафизическая (духовная) составляющая превращается в доминанту.

И тут вспоминаются известные слова о том, что «животворит только дух, тело не пользует ни мало». Дух, который выступает в роли интеллекта и детерминирован высшими ценностями человеческого бытия, действительно превращает простую совокупность общественно необходимых затрат физического труда в некий «ансамбль» человеческих способностей и возможностей, в своеобразную комбинацию всех его потенций. Человек находит (от *heuriko* – *нахожу*) такие свои собственные состояния бытия, в которых он ощущает себя не «лодкой без весел», а творцом и источником жизни [1]. И этот «ансамбль» или эта «комбинация» даже отдаленно не напоминают традиционную трудовую стоимость, описанную У. Петти, А. Смитом, Д. Рикардо и К. Марксом. Тем не менее *креативная стоимость* – это все та же трудовая стоимость. Только в основе *креативной стоимости* лежат уже не стихийно формирующиеся затраты грубого, физического труда, не спонтанные усилия, или, пользуясь термином древних греков, не *«поризм»*, а целеустремленный творческий процесс, интеллектуальная деятельность, духовное производство. В основе такой *креативной стоимости* лежат уже не стихийно возникающие и развивающиеся часто помимо воли самого человека его потребности, а его духовные основания и, прежде всего, его собственная «воля к совершенству» (И. А. Ильин).

Библиографический список

1. Антропология социального творчества / под ред. К. П. Стожко. Екатеринбург : Стягъ, 2011. С. 73.
2. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. Ключ к успеху в новом тысячелетии. СПб. : Питер, 2001. С. 263.
3. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. М. : АСТ, 2004. С. 213.
4. Делез Ж., Гваттари Ф. Капитализм и шизофрения. Тысяча плато. Екатеринбург : У-Фактория; М. : Астрель, 2010. 895 с.
5. Добреньков В. И., Кравченко А. И. Фундаментальная социология. В 15 т. Т. 7. Человек. Индивид. Личность. М. : Инфра-М, 2005. С. 473.
6. Стожко К. П. Экономическое сознание. Екатеринбург : УрГУ, 2002. С. 49.
7. Aldorfer C. P. Existence relatedness and growth: human needs in organizational settings. New York : Free Press, 1972.
8. Gellerman S.W. Motivation in the real world. The art of getting communications. London, 2001.
9. Schachter S. The psychology of affiliation. Stanford : Stanford University Press, 1959.