

КРЕАТИВНОСТЬ КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

А.А. Яшин, кандидат экономических наук, доцент, декан факультета менеджмента, заведующий кафедрой менеджмента Уральского гуманитарного института

Д.В. Федячкин, аспирант Уральского гуманитарного института;

Л.В. Струкова, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры химической технологии топлива и промышленной экологии Уральского государственного технического университета;

М.Н. Струкова, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Уральского гуманитарного института (Россия, г. Екатеринбург)

Человеческая цивилизация сегодня находится в состоянии постструктурального перераспределения всех ресурсов и способов существования, выраженного, как переход от индустриального общества к постиндустриальному информационному обществу. Это коснулось всех отраслей экзистенциального бытия человека: социальных, экономических отношений, науки, культуры, образования, политики, производства и сферы управления.

Крупное машинное производство является, по сути, гигантской концентрацией человеческих способностей, воплощением человеческих усилий, их связей и композиций. Но человеческие связи и силы, воплощаясь в системах машин, обретая механическую структуру, сами начинают двигаться и воспроизводиться по логике созданных ими производящих орудий и средств. Повторяющиеся циклы производства и его расширение требуют все нового вещественного и человеческого материала. Однако новизна этого материала не выходит за рамки заранее определенных производством свойств: он должен быть в достаточной степени однороден и прост, чтобы включиться в отлаженную машину производства вещей.

Разнообразная материя природы, становясь сырьем для крупного машинного производства, предстает в виде однородных масс, которые могут обрести форму, воплотиться в вещи, только пройдя череду преобразований.

Люди в индустриальном обществе предстают в качестве трудового человеческого ресурса – особого рода материала, некоей разновидности сырья, народных и трудящихся масс, подключающихся к маховику индустриального продуцирования, приобретающих в нем общественно-необходимые стандартные свойства.

Общественное производство, т.е. производство как средство наращивания человеческих сил и удовлетворения человеческих потребностей, превращается в производство вещей, включающее и «производство» человека как подвида вещей, как товара с определенными качествами и потребительскими свойствами.

Экономика и искусство управления как двуединое средство собирания, сложения и умножения человеческих сил, их стимулирования и развития становится средством расширяющейся трансформации деятельных человеческих качеств в свойства вещей, в их накопление и комбинирование. Причем экономика крупного индустриального производства устроена так, чтобы выпускать массы вещей, большие серии товаров. Эти товары заполняют рынки, формируют массовое потребление, закрепляют его стандарты. Производство диктует свои условия на всех стадиях движения товаров, оказывает давление на рынок, создает потребителя с определенными ориентациями на серийно воспроизводимые вещи.

Человеческие силы и способности, формирующие и поддерживающие движение вещей в системе производства, все более «захватываются» этим движением и сами движутся по этой логике, логике вещей.

Логика вещей, утвердившаяся в производственной и экономической сферах, стала распространяться на отнюдь не вещественные формы человеческой деятельности. Она внедрилась в науку, образование, право и политику, стала определенным умонстроением, неким стилиобразующим началом повседневного человеческого поведения.

На рубеже XX и XXI вв. перспективные решения, выбираемые цивилизованным обществом, так или иначе связаны с проблемой личности; точнее – с проблемой личностей, поскольку речь идет о персонализации масс, классов и групп, о личностном оформлении различных сфер деятельности общества. Дело, похоже, не сводится к «учету» «личностного фактора»: проблема личности, определенный тип ее постановки может быть (или должен быть) положен в основу структурных и организационных изменений жиз-

ни общества, его основных отношений, деятельностей, культуры и образования.

Проблемы получения добавочной стоимости в экономике, добавочной производительной силы в производстве, новой квалификации в обучении, нового знания в науке, реакции культурных форм и природных систем – все они определенно указывают на их зависимость от перспектив личностного развития людей. По-настоящему они могут быть поняты только «через личность» и именно в таком понимании обнаруживают свой глубинный общественный и культурный смысл.

Конечно, такое увеличение «социального веса» проблемы личности заставляет исследователей и на нас смотреть иначе, фиксировать такие ее перспективы и черты ее понимания, которые раньше оставались в тени.

Если включить в анализ наиболее широкий исторический контекст, можно заметить, что все существенные сдвиги в экономике, культуре, социально-политической, юридической, научной и образовательной организациях общества сопровождались изменениями в строе индивидуальной жизни людей. Тогда вроде бы напрашивается тезис о постоянном включении проблемы личности в исторические изменения, в их логику и результаты, т.е. возникает вывод, что нынешнее «проявление» проблемы личности не является для истории чем-то необычным.

Действительно, известные нам экономические, политические, научно-технические революции сопровождались серьезными изменениями в личностном бытии людей, «пользовались» этими изменениями, хотя о собственно личностном смысле происшедшего зачастую «не могли», «не умели», «не хотели» сказать. В общественную жизнь вступали новые личностные ресурсы, но они как бы не шли в счет, не обозначались, не оформлялись соответствующим образом. Мы привыкли слышать о социальных революциях. А это между прочим означает, что мы не привыкли понимать личностной формы, личностного измерения этих революций, тех личностных структур, которые осуществляли или закрепляли социальные модификации.

Переход от индустриального к постмодернистскому мировоззрению развивается со-

вместно с потребностью человека пребывать в информационном обществе, ориентироваться в колоссальных потоках его поступающей и вечнообновляющейся информации.

Для самоактуализации, достижения успехов в профессиональной области, нахождения своего места в современном мире, человеку необходимо пересмотреть свою онтологическую модель существования, почувствовать требования самой жизни и отказаться от стереотипов, ограничивающих его деятельность. К примеру, еще десять лет назад можно было, получив специализацию, нормально существовать в рамках своей профессии; ценилось умение глубоко и кропотливо повышать рабочие навыки и операции.

Сегодня человеку необходимо постоянно находиться в курсе поступающей из окружающей его среды информации. А если ты управленец, то необходимо и опережать, прогнозировать исход событий, и уметь грамотно оценить возможности вложений.

Смена общественно-экономической формации, происходящая в России в последние десятилетия, вызвала отрицание существовавшей общественной идеологии, однако не привела к созданию новой. В ситуации анонимии, царящей в ценностной жизни общества, значительно усилилась роль непосредственного окружения личности: семьи, друзей и коллег. Государство практически не способно гарантировать удовлетворение большинства социально-экономических потребностей граждан. Поэтому увеличилась значимость места работы, которое становится единственным источником удовлетворения не только социальных, но и витальных потребностей индивидов. Высокая зависимость сотрудников от работодателей приводит к усилению влияния рабочих организаций на систему ценностей личности.

Приватизация и введение прав на частную собственность привели к образованию нового типа организаций – частных коммерческих предприятий, на которых занята большая часть трудоспособного населения России. На начальном этапе существования этих организаций (в 90-е гг.), их деятельность была слабо упорядочена и сводилась в основном к торговле. Торговля была направлена на

устранение дефицита различных товаров широкого потребления – следствия недостатков плановой экономической системы. Однако в настоящее время частные предприятия вышли на новый уровень развития и функционирования. Они успешно работают во всех отраслях хозяйства страны, ими уже усвоен опыт рыночных экономик в управлении всеми сферами трудовой деятельности компаний.

Серьезные преобразования в обществе и государстве вызвали трансформацию всей культуры хозяйствования в России, а также привели к радикальным изменениям в культуре организаций. Для повышения их эффективности в рыночных условиях коммерческие предприятия разрабатывают и внедряют сложные институциональные системы, регулирующие поведение сотрудников организации. Однако степень принятия членами организации институциональных систем и, как следствие, эффективность работы предприятий, зависит от неформальной составляющей организационной культуры, прежде всего – от индивидуальных качеств сотрудников.

Новые механизмы существования общества требуют иного искусства управления. Новые профессии, выходящие за рамки профильной специализации, – теперь это способ и философия личной реализации, готовности в любой момент поменять, отбросить нефункциональные действия, постоянно отслеживать и чувствовать пульс жизни.

Если раньше в специализированно-прикладной структуре общества выделялись профессии инженера (специалиста по установлению проектного и практического соотношения индустриальной деятельности), исполнителя различных специализаций (рабочего, основным функционалом которого было исполнение отдельно их элементов общей структуры воплощения и перераспределения ресурсов в индустриальный продукт), отдельным классом выделялись финансовые служащие, управляющие предприятиями, кадровые работники и другие, то сегодня требуется вовлеченность специалиста не только в рамках его узкой картины рабочего взаимодействия, но и выход на понимание общей структуры и ценностей как отдельных элементов системы производства благ, так и каждого в отдельности,

при их общем взаимодействии. Поэтому именно сейчас мы ощущаем кадровый «голод» на таких специалистов высокого уровня, каждый из которых готов и в состоянии воплотить любую идею со стадии проекта в полнофункциональную данность, умеет устанавливать «дипломатические отношения» с любым элементом общей структуры, не теряясь при этом в издержках компромиссных решений, создавая рабочие места под проектные замыслы, потребляя минимум финансовых, материальных, социальных ресурсов.

Существует предрассудок, согласно которому деятельность людей понимается как внешний по отношению к их индивидуальному бытию процесс. В согласии с ним самореализация (самодетельность, самоизменение, самосовершенствование или саморазрушение) человека — это своего рода пристройка к тем действиям, которые он совершает в соответствии с социальными функциями, с природными или квазиприродными вещными формами. Такое понимание тесно связано с представлением о противостоянии индивидуальной и социальной жизни людей, с определениями человеческой самобытности за пределом социальных взаимодействий. Можно сказать, оно порождено «негативным» характером определений человеческой индивидуальности и индивидуальности, поддерживаемых бытовой, культурной и научной традицией. Устойчивая черта таких определений: гиперболизация несоциальных, нефункциональных, непредметных аспектов бытия человеческих индивидов, стремление именно в этих сторонах индивидного бытия увидеть его специфику.

Подобный способ определения и описания индивидного бытия людей и их самореализации оказывается, по сути, неплодотворным (и даже бесперспективным), ибо специфика человеческой индивидуальности таким образом не определяется, а только отодвигается в «тень»: возникают другие проблемы и псевдопроблемы, в частности, проблема противопоставления рационального и индивидуального, «обставленная» логическими парадоксами.

Природа этих проблем и парадоксов раскрывается, вообще говоря, не в логике, а в

истории, в конкретном анализе практических и теоретических ситуаций, которые «развели» в человеческом мышлении и «законсервировали» в человеческом опыте в качестве обособленных понятий: социальное и индивидуальное, внешнепредметное и самостоятельное в человеческом бытии. Важно наметить и описать более продуктивное понимание деятельности, углубляющее наше представление о социальном процессе и создающее базу для конкретного анализа, фиксирующего между прочим и те исторические ситуации, которые порождают «расщепления» социального и индивидуального.

В «позитивной» трактовке человеческой самореализации она характеризуется как важный аспект бытия и деятельности людей, как процесс, обеспечивающий постоянное наполнение социального воспроизводства живыми человеческими силами. Это, собственно, «сердцевина» социального процесса, «срастание» и развитие человеческих способностей, обеспечивающих постоянную пульсацию деятельности. Предметные и внешне социальные формы последней возможны как формы деятельности только при их наполнении самореализацией людей. Это наполнение социального процесса силами человеческой самореализации — условие, без которого он просто невозможен.

Разумеется, в конкретной истории мы не находим примеров «полной» гармонии между индивидной самореализацией и социальным процессом. Но из этого не следует, будто история иногда протекает при наличии человеческой самореализации, а иногда может без нее обойтись. Вне человеческой самореализации истории не существует. Другое дело, что она воплощается в формах, видоизменяющих и отчуждающих от людей их самореализацию: преодоление и смена этих форм, их новообразование и развоплощение и являются отдельными характеристиками исторического процесса.

Конечно, понимание этого важного пункта невозможно при опоре на представления об отдельном индивиде и «охватывающем» его обществе, порождающие множество рассуждений о социальном и индивидуальном. Невозможно оно и в понятиях,

жестко разграничивающих предметное бытие людей и их самореализацию.

В истории действуют не отдельные индивиды и не отдельные индивидуумы, а «ансамбли» людей, взаимообусловленных реализацией сил и способностей. В социальном процессе люди не просто взаимодействуют с предметными условиями и средствами, но создают и воспроизводят своими усилиями эту предметность как предметность социальную, т.е. сами действуют как вполне предметные существа.

Социальное воспроизводство обеспечивается и закрепляется создаваемыми людьми предметами (имеется в виду весь объем производства жизни людей, включая их способности, а не только производство вещей). Движение предметов в формах социального процесса предполагает соответствующие силы людей, придающие предметам «человеческие», социальные формы либо «вычитывающие» в них заложенную ранее деятельность. Реализация этих сил, их приложение и обнаружение также предметны: оперирование предметами приводит к их изменению, к созданию других предметов, к освоению недоступного прежде уровня предметности, к замещению одних предметов другими. Так или иначе, погружение человека в мир социальной предметности предполагает, что сам он – предметное существо. Предметное существо – не в смысле только телесности, обладания определенными органами предметного действия, физической массой, силой, но, прежде всего, – в смысле такого развития деятельных способностей, которое позволяет использовать социальную предметность в качестве средства не органического, но вполне живого развертывания, обновления и наращивания своих жизненных, индивидуальных, личностных сил.

Сегодня мало кто спорит с тем, что именно работник является главным, наиболее ценным ресурсом современной организации. Квалифицированный персонал – ценное конкурентное преимущество организации. Но любая организация заинтересована и в том, чтобы сотрудник идентифицировал себя с данной организацией, разделял цели и ценности своей компании, был ей предан в кризисной ситуации. Для описания этого феномена

используются, обычно, два термина – лояльность и приверженность персонала. Возможно также использование терминов «преданность», «верность», «привязанность» и аналогичных. Можно выделить три составляющих приверженности: идентификация работника (т.е. гордость от принадлежности к организации, усвоение организационных целей), вовлеченность (желание предпринимать усилия, вносить свой вклад в достижение целей организации), лояльность (эмоциональная привязанность, желание оставаться членом организации). Степень приверженности работников организации зависит от того, с какой интенсивностью у них проявляется каждый из трех названных компонентов.

Уровень приверженности работников к организации и стоящие за этим установки и трудовые ценности в значительной мере определяют степень восприимчивости персонала как к внешним (заработная плата, льготы, рабочие условия), так и к внутренним (содержание выполняемой работы, возможности профессионального роста, признание и оценка достижений) стимулам. Приверженные работники в большей степени склонны к проявлению творчества и инициативы, что часто имеет решающее значение для сохранения конкурентоспособности организации в условиях быстро меняющейся внешней среды. Понятие приверженности или лояльности включает в себя следующие элементы:

1) расположенность – доброжелательное, корректное, искреннее, уважительное отношение к руководству, сотрудникам, иным лицам, их действиям, а также к компании в целом;

2) разделение принципов и целей работы компании, т.е. согласие и поддержка принципов, положенных в основу работы компании, понимание и поддержка целей компании; осознанные действия в интересах компании – осознанное выполнение сотрудником работы в соответствии с целями и задачами фирмы и в интересах фирмы;

3) разделение ценностей, норм, верований, базовых предположений, составляющих основу организационной культуры; соблюдение правил, обязательств, включая неформальные в отношении фирмы, руководства, сотрудников и иных субъектов взаимодействия;

4) отсутствие действий, наносящих ущерб интересам компании – отсутствие скрытых или явных сознательных действий, направленных на причинение материального, морального или иного ущерба компании;

5) умение подчиняться – способность выполнять распоряжения руководства вне зависимости от собственного или иного мнения по поводу этих распоряжений;

6) заинтересованность в результатах – стремление к улучшению результатов как собственной деятельности, так и деятельности фирмы.

Приверженность персонала – это социально-психологическая установка, характеризующаяся:

– доброжелательным, корректным, искренним, уважительным отношением к руководству, сотрудникам, иным лицам, их действиям, к компании в целом;

– осознанным выполнением сотрудником своей работы в соответствии с целями и задачами компании и в интересах компании, а также соблюдением норм, правил и обязательств, включая неформальные, в отношении компании, руководства, сотрудников и иных субъектов взаимодействия.

Лояльность по отношению к компании характеризуется четырьмя уровнями.

Самый низкий уровень лояльности – это уровень внешних атрибутов. Этот уровень подразумевает наличие у сотрудников компании лояльности только на поверхностном уровне атрибутов (например, болельщик победившей футбольной команды после матча готов отдать последнюю рубашку тем, у кого в руках символы его команды);

Второй уровень лояльности – общепринятая лояльность. Если новый работник видит, что вокруг лояльные сотрудники, то он начнет копировать принятое в компании поведение и сам становится таким же (по крайней мере, на уровне демонстрируемого поведения). Если же, наоборот, люди, давно работающие в компании, проявляют безразличное или негативное отношение к ней, то лояльность у нового сотрудника скорее всего не возникнет.

К этому же уровню можно отнести и лояльность за деньги: «я лоялен, пока меня устраивает финансовая ситуация».

Третий уровень – лояльность, основанная на ценностях и убеждениях, – максимальный. Хотя этот уровень лояльности весьма желателен для организации, однако чаще всего он встречается в партиях, религиозных организациях и т.д. При этом для компании достаточно, чтобы лояльными на уровне убеждений было около 10-15% сотрудников, в первую очередь – из высшего руководства.

Высший, четвертый, уровень лояльности определяется идентичностью. Он возникает, когда человек перестает отделять себя и от объекта лояльности. Не я и партия, а я и есть партия. Можно сделать предположение, что известная японская система длительного найма как раз и способствовала возникновению наивысшего уровня лояльности. Верность на этом уровне не зависит от дохода, от того, что говорят окружающие, она – само собой разумеющееся обстоятельство.

Практика показывает, что большинство компаний вполне удовлетворяются лояльностью первых двух уровней.

И в системе глобальных экономических и межотраслевых отношений такие компании терпят крах, претендуя лишь на кратковременное пребывание в условиях непрерывного совершенствования.

Потребность в создании социальных организаций возникает тогда, когда достижение людьми индивидуальных целей возможно только через выдвижение и достижение общих целей, а также когда общие цели осуществимы только через реализацию индивидуальных. В XX и XXI вв. организации координируют деятельность людей во всех областях социальной жизни, от коммерции до искусства. Организация выступает как система обмена между целым и его элементами, при котором возникает необходимость создания иерархической структуры и введения управления.

Кратко организацию можно определить как целевую общность. Организация связана с обществом, в котором создается и функционирует; на достижение ее целей влияют как межличностные отношения внутри организации, так и отношения организации с социальным окружением. Таким образом, организацию следует определять как целевую общность людей, имеющую юридический статус.

Существуют две фундаментальные проблемы социальной организации:

– соотношение личных и безличных факторов. Наряду с системой межличностных отношений в организации существует формальная (административная) система обезличенных связей и правил. Поэтому организация представляет собой единство неформальных и формальных отношений;

– соотношение индивидуального и общего в организациях. Все члены организации имеют собственные цели и интересы, которые связаны с достижением организацией общих целей. Организация объединяет индивидуальные интересы сотрудников вокруг общих целей на всех ее уровнях.

Две эти фундаментальные проблемы трансформируются в две стороны жизни организации: неформальную и формальную. Неформальная организация объединяет организационные связи и процессы, незапланированные ее программой деятельности, возникающие самопроизвольно и непреднамеренно. Неформальная структура организации определяется близостью и взаимными симпатиями индивидов, сходством систем таких ценностей и социальных параметров, как социальное происхождение, классовая принадлежность, статус, размер дохода и др. Формальная организация интегрирует официально установленную структуру статусов, программу деятельности и совокупность норм и правил, предписанных данной социальной системой. В качестве примера элементов формальной структуры можно привести должностные инструкции, процедуры выполнения работ и выплаты заработной платы. Формальная и неформальная стороны организации характеризуются соответствующим взаимодействием. Формальная структура описывает взаимодействие только в рамках ограниченного спектра рутинных ситуаций. В соответствии с неформальной структурой выстраиваются неформальные коммуникации, одним из ярких примером которых являются слухи. Таким образом, неформальная и формальная стороны социальной организации представляют собой динамическое единство, которое проявляется во взаимодействиях ее сотрудников.

К числу основных механизмов развития неформальной структуры организации относятся:

– разрешение внутригрупповых противоречий: между растущими возможностями и реально выполняемой деятельностью, между растущим стремлением индивидов к самореализации и усиливающейся тенденцией интеграции с группой, между поведением лидера группы и ожиданиями его последователей;

– «идиосинкразический кредит» — предоставление группой высокостатусным ее членам возможности отклоняться от групповых норм, вносить изменения в жизнедеятельность группы при условии, что они будут способствовать наиболее полному достижению ее целей;

– «психологический обмен» — предоставление группой более высокого психологического статуса индивидам за более высокий их вклад в ее деятельность.

В ходе взаимодействия между членами организации некоторые убеждения и ценности ее сотрудников обобществляются, при этом усиливается их роль в регуляции группового поведения. Основные ценности и убеждения, регулирующие поведение членов организации, получили название организационной культуры. Связь организационной культуры прослеживается с эффективностью деятельности организации в целом. Преуспевающие компании отличают целенаправленные действия руководства по формированию норм поведения в организациях и интериоризация сотрудниками ценностей, связанных с деятельностью компании. Организационная культура также включает отношения со средой и другими организациями.

Сегодня система конкурирующих взаимоотношений устаревает: нередко налаживаются связи сотрудничества даже между, казалось бы, конкурирующими компаниями, что обеспечивает куда большую производительность, чем их борьба за спрос клиента.

При системе индустриальных отношений (производство – перераспределение – потребление) количество неиспользованных, выбрасываемых ресурсов колоссально. Механизмы существования общества должны иметь

замкнутую систему отношений, при которой излишнего выброса ресурсов будет избежать. Это возможно реализовать за счет циклического взаимодействия единства клиент–работник, т.е. каждый человек в обществе имеет две основные ресурсные роли: в одно время, исполняя свои рабочие обязанности, он работник, который обслуживает интересы клиентов; но после работы, взаимодействуя в сфере услуг и товаров, он уже клиент, которого обслуживают другие работники.

Подходя с гуманистических позиций к человеку как главной ценности любых взаимоотношений, любого уровня и условий, рассмотрим наличествующую картину его реализации в современном информационном мире.

В общем объеме экзистенциального выбора можно выделить три этапа личной реализованности, три уровня управления:

1) *уровень существования* – человек не успевает за ритмом жизни, чувствует свою неадекватность, инфантилизм, опасаясь социальных взаимодействий, поддерживает отношения лишь с небольшой референтной группой; руководствуется полученными в прошлом стереотипами, основное время его реализации – прошлое;

2) *уровень адаптации* – человек разбирается с поступающими проблемами, у него нет времени на достижение собственных целей, ждет, когда ситуация разрешится сама. Если же никаких проблем, занимающих его, нет – ощущение внутренней пустоты, ненужности, страх одиночества и боязнь собственных «темных» сторон, слабости и истинной натуры. Основное время реализации – настоящее, т.е. стремление забыться в суете действий;

3) *уровень персонализации* – основной признак – человек ставит цели, которые и достигает. Сам определяет, управляет жизненными событиями. Знает свои ценности, главные стороны жизни, приоритеты и, ориентируясь на происходящее, легко лавирует и ищет способы их достижения. Главные принципы – знать себя, знать жизнь (набирать жизненный опыт) и знать пути взаимопроникновения (механизм обратной связи между собой и жизненным пространством).

Время, на которое ориентирован такой человек – это будущее, время планов, смелых идей и воодушевляющих целей.

В целом диалектику развития личности и ее самореализации можно представить в ее культурно-историческом становлении. Человеку от природы изначально дано развиваться по биологическому пути, формируясь и достигая зрелости. При этом умением отставлять свои жизненные позиции, обладая большим запасом энергии, физического потенциала и здоровья, человек формируется как индивид. Здесь же формируется умение ставить и, главное, достигать поставленные цели, завершать проекты и уметь преодолеть свой страх перед будущим.

В итоге такого развития индивид чувствует себя уверенно в потоке общественной жизни, может свободно лавировать в идейном поле поступающих предложений и наличествующего спроса, при этом проявляя свою созидательную активность на благо общества.

Укрепив свои позиции в материальной, финансово-экономической, общественной и личной сферах, человек переживает особое состояние, когда все цели, ранее связанные с необходимостью адаптироваться и устроиться в мире, теперь реализованы и отходят на второй план. При этом не имеет значение возраст человека, его ценности, особенности взаимоотношений и деструктивность, либо продуктивность переживаемого внутреннего кризиса. Здесь встает проблема выбора.

У человека не «отягощенного» своей духовностью в совокупности можно выделить три основных сферы, куда он направляет свои усилия – богатство, влечения, честолюбие. Если же он ставит мораль и долг превыше личных амбиций, то стремится подчинить свой эгоизм к заложенным воспитанием ценностям – семейным и общественным обязанностям, при этом теряя из виду собственные стремления и возможности личной реализации. И вот, когда он подходит к переоценке своих прежних целей и отказывается продолжать выстраивать планы на основе отживших приоритетов, его начинает тревожить переальность, суетность обыденной жизни. Появляются новые вопросы, мучения по поводу своего места в мире.

И подойдя к этой черте, человек должен остановиться и переосмыслить все, что он делал до этого. Не пытаться приглушать нарастающее беспокойство, делая вид, что это всего лишь иллюзия, внутреннее помрачение, не пытаться приглушить беспокойство, погружаясь в «реальные» проблемы.

Краски сгустились, человек чувствует себя ненужным для новой жизни. И теперь перед личностью встает проблема изучения своей индивидуальности – это возврат к себе, не как «винтику» общественной системы, а как субъекту не только деятельности, но и собственной судьбы. Однако это не возврат к индивиду, а переход на новую диалектическую ступень. Процесс развития индивидуальности можно назвать индивидуализацией, в основе которой лежит механизм экстернизации, т.е. социальной отдачи личности, творчества, и как высшей категории жизне-творчества. Но стать индивидуальностью можно, лишь став личностью, однако для этого недостаточно социальной детерминации. Здесь вступают в силу индивидуальные, личностные, субъектные факторы. Выдающаяся индивидуальность как бы поднимается над обществом, вступает с ним в противоборство, развивается вопреки социальным ожиданиям. Здесь индивидуальность не про-

сто формируется, а самореализуется, саморазвивается. Иными словами, гения нельзя сформировать. Создать его может лишь он сам, отстояв себя перед обществом.

Человеческая природа поступательно развивается от одного сбалансированного состояния к другому. Эти состояния могут быть названы стадиями развития, при том, что каждая последующая стадия добавляет к предыдущей новые элементы.

Каждый такой уровень существования человека и общества определяет особенности принятия решений, принципы организации и управления бизнесом и политическими структурами, идеи и способы приспособления к реальности.

Потоки поступающей информации сегодня в геометрической прогрессии опережают возможности общественного отклика. Поэтому речь идет уже не о постоянном образовании и повышении квалификации человека, а о его новой форме – учить человека самому постоянно учиться (не давайте голодающему рыбу – научите ловить её) – и выдвижение иерархии, в которой первое место в образовании культуры «дипломатических связей» не только в пределах одной организации, но и всего общества, человечества принадлежит индивидуальности.

РЕЗЮМЕ

В основу современного постиндустриального общества заложена проблема реализации личности, ее развития и самооценности. Креативность, умение управлять информационными потоками, выступают как основные факторы возможной самоактуализации человека в условиях организации, культурной группы и общества в целом.