

структуру. Первичным станет культурное воспроизводство поколений, а производство средств жизни станет производным от целостного воспроизводства индивидов.

Изложенное выше позволяет сделать следующий вывод. Решение вопроса о креативной личности как субъекта инновационных процессов является лишь одним из аспектов более сложной проблемы – превращения техногенного экономикоцентричного буржуазного общества в антропогенное общество самодеятельности с иными целевыми ориентирами в области производства, общественных отношений и сознания. В современной обновляющейся России есть все возможности начать новый цикл истории – креативного, антропогенного, национально многоколоритного общества культурной самодеятельности.

Л.М. Андрюхина

ОНТОЛОГИЯ ТВОРЧЕСТВА В ТРУДАХ А.Ф. ЛОСЕВА И СОВРЕМЕННЫЕ КРЕАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ¹

Возрастание интереса к творчеству, креативности становится признаком современности, все чаще речь идет о переходе от эпохи рациональности к эпохе креативности. С большой скоростью расширяется поле означивания *феномена креативности* в современном менеджмент - и бизнес-дискурсе.

С первых страниц книги Ричарда Флориды «Креативный класс» (люди, которые меняют будущее)² на нас буквально набрасывается дискурс креативности: хомо-креатив, креативное предприятие, креативная экономика, креативные сети, креативный компонент профессий, рост противоречий между организацией и креативностью, улица – толчок креативности, социальная структура креативности, от социального капитала – к креативному капиталу и так далее. Вот еще один пример такого дискурса: «В наше время творческий подход к организационным вопросам означает создание условий, обеспечивающих не выпуск однообразных изделий, безостановочно сходящих с ленты конвейера, а непрерывный поток творческих идей.... Настала эпоха, в которой все решают талант и время... Мы имеем в виду

¹ Данная статья представляет собой с некоторым дополнением выступление автора на международной конференции «Творчество Алексея Лосева в контексте европейской культуры» (Бордо, 25 – 27 сентября 2008 г.).

² Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее, М., «Классика-XXI», 2007.

«тотальную» инновационность, образ мыслей, который касается каждого в компании, всего и везде – и этому нет конца. Это превращает компанию в фабрику идей и грез, которая конкурирует на основе воображения, вдохновения, неповторимости и инициативности»¹.

Новые формы креативных процессов появляются в областях сплава культуры и традиционных технократических практик, что мы наблюдаем с появлением так называемых творческих индустрий, а также в областях бизнес-коммуникаций и менеджмент-технологий.

Здесь мы наблюдаем не только активное изучение и постоянное выявление разного рода культурно-символических моделей, опосредующих деловые коммуникации или репрезентирующих особенности той или иной культуры, но развитие целой индустрии целенаправленного производства разного рода культурно-символических средств и моделей – креативность, «поставленную на поток».

Сюда можно включить такие универсальные формы, как парадигмы, стили, стереотипы, мифы, имиджи и т.д. В сфере менеджмент и бизнес-практик это могут быть как большие многомерные макроформы – организационная культура фирмы, коммуникативно-предметные поля², культурное пространство и время, так и самые разнообразные регулятивные формы бизнес-коммуникаций: имиджи, бренды, сайт-модели, мифы, образы рекламы, до культурно-контекстных маркеров и смыслов, наслаиваемых на традиционные понятия и языковые формы и т.д. Типичным именно для бизнес-коммуникаций становится активно развивающаяся индустрия мифов

Сегодня наиболее продвинутый бизнес создает свои мифологии, а на их основе – довольно развитые субкультуры, все чаще выходящие за национальные границы. McDonalds, Harley Davidson, Coca-Cola, Microsoft и др. Бизнес, опирающийся на широкий спектр современных технологий менеджмента, включая рекламу, PR, брэндинг, все больше превращается в мощный источник нового культурогенеза. Не случайно один из наиболее авторитетных специалистов по технологии менеджмента Акио Морита назвал современный менеджмент культурологическим по преимуществу.

Маркетинг, интегрирующий в себе философию современного менеджмента – это не что иное, как мощная и эффективная техноло-

¹ Нордстрем. К, Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. М., 2007.

² Ульяновский А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. СПб: Питер, 2005.

гия социально-культурных нововведений. Сегодня потребителю предлагается не столько товар или услуга, сколько некий «симулякр», миф о стиле жизни, имиджевые и статусные ожидания. Не шоколадные вафли “Wispa”, а «вкус нежности». Это и есть бренд. Бренд, как его рассматривают специалисты, это новый вид социального мифа. Речь идет о мифологизации маркетинговых коммуникаций.

Рост числа и форм креативных практик, особенно в таких областях, которые активно изменяют жизнь людей (экономика, бизнес, менеджмент, политика), с одной стороны, стимулирует поиск интеллектуальных и культурных ресурсов креативности, и тем самым актуализирует обращение к философским и духовным исканиям, а, с другой стороны, чреват утратой смыслообразующих стратегий без серьезного обращения к основаниям творчества.

Обращение к философии творчества в современном контексте актуализируется смещением сферы креативности. Сегодня речь идет не о технологиях производства вещей (как это было в Новое время, в период развития индустриальных технологий, наук, прежде всего комплекса точных наук, естествознания, технических наук, как основания технического прогресса), а о технологиях «производства людей», их потребностей, образа жизни, ценностей, претворенных в формах культурно-символических продуктов, на основе, претендующих стать массовыми, технологий имиджмейкерства, мифодизайна, брэндинга, креативного маркетинга, дискурсивных техник, нейролингвистического программирования, коучинга, рефрейминга и других, многочисленных социально-культурных и антропных технологий.

Обращение к трудам А.Ф. Лосева может сначала показаться странным или неуместным в соотнесении с выше обозначенным контекстом. Как можно соединять несоединимое: А.Ф.Лосев и бизнес-практики; А.Ф.Лосев и современный маркетинг или творческие индустрии. Однако, на наш взгляд, философия А.Ф. Лосева – это уникальный опыт осмысления и философского реконструирования тех социально-культурных слоев бытия, которые, пожалуй, не были настолько целостно раскрыты в каких-либо других философских воззрениях и которые, с одной стороны, оказываются удивительно созвучны современным креативным практикам, но, с другой стороны, содержат тот глубокий гуманистический и духовный потенциал, которого современные креативные практики чаще всего оказываются лишены.

В трудах А.Ф. Лосева выстроена удивительная онтология творчества, которая представляет собой уникальный интеллектуальный ресурс, к сожалению, не освоенный современной культурой. При этом важно не столько то, как определяет сам А.Ф. Лосев творчество или творческий процесс, в его трудах, на наш взгляд, не нужно искать какой-то новомодной концепции творчества, но произведения А.Ф.Лосева именно в целом представляют собой «самодовлеющий творческий предмет», онтологию творчества, которая разворачивается в бесконечный ряд порождающих друг друга смыслов. Поэтому невозможно и даже безответственно пытаться выразить особенности онтологии творчества А.Ф.Лосева в одной статичной системе описания, должны, скорее всего, быть некие паттерны таких описаний, объединяющие различные смысловые видения (эйдосы).

Онтология творчества: «бытие к жизни». В 1927 году выходит в свет «Бытие и время» Мартина Хайдеггера, в этом же году издается книга А.Ф. Лосева «Философия имени» (написанная еще в 1923 г), а в 1930 году «Диалектика мифа». Общим для М. Хайдеггера и А.Ф. Лосева является оценка повседневного бытия (Хайдеггер) и «жизни как таковой» (Лосев) как «неподлинного», «бессмысленного бытия», исключающего саму возможность творчества («Жизнь создает себя, и жизнь сама же пожирает себя. Каждый ее момент есть порождение нового и тут же пожирание этого нового»¹). Бытие с другими, по Хайдеггеру, озабочено серединой. Эта срединность, намечая то, что, можно и должно смочь, следит за всяким выбивающимся исключением. Всякое превосходство без шума подавляется. Все оригинальное тут же сглаживается, как издавна известное. Все отвоеванное становится ручным. Всякая тайна теряет свою силу, происходит «уравнение всех бытийных возможностей», а значит, закрываются «просветы» для творчества². Как же возможно творчество? Это вопрос фактически становится тождественным вопросу о возможности подлинного существования человека. Но Хайдеггер и Лосев отвечают на него по-разному. Для Хайдеггера – это путь «бытия к смерти». Подлинно экзистенциальное восприятие смерти поднимает человека над повседневностью, «обнажает фактическую затерянность в повседневности человека-самости»³, возвращает человека к собственной индивидуальной незаменимой экзистенции. Результат

¹ Лосев А.Ф. «Жизнь» (Повести, рассказы, письма). СПб., 1993.

² Хайдеггер М. Бытие и время. М.: Ad Marginem, 1997. С. 127.

³ Хайдеггер М. Бытие и время. С. 263.

философских исканий Лосева иной, мы бы назвали его, «бытие к жизни», но к жизни осмысленной, в которой не смерть, но чудо жизни, или жизнь как чудо (полное самоосуществление человека), являющееся в мифе, поднимает над повседневностью и хаосом бытия. *«Весь мир и все его составные моменты, и все живое и все неживое, одинаково суть миф и одинаково суть чудо»*¹.

Онтология творчества: созидающе-коммуникативное бытие (миф, символ, имя, самое само). В современной философии и в истории философствования можно найти самые различные способы построения онтологии. Их осмысление с точки зрения возможности творчества позволяет выделить (не претендуя на полноту) такие ее виды: онтология преодоления (Бердяев), «размыкающее» бытие (Хайдеггер), имитационная онтология (натурализм, технократизм). Первые два типа онтологий раскрывают архитектуру разрыва с неподлинным бытием, при этом, Бердяев всецело усматривает этот процесс в самом человеке, персонифицирует его. Хайдеггер же стремится понять возможность творчества (подлинного бытия человека) из временной структуры самого бытия, существующих в нем просветов и разрывов. Имитационной онтологией можно назвать все самые разнообразные воззрения, которые обращаются к анализу непосредственно первой или второй природы (реже к социальному бытию) для поиска моделей, аналогов, алгоритмов творчества и их переноса в сферу решения разного рода задач. Пример такой онтологии представлен в книге С.Лема «Сумма технологий».

Онтология творчества А.Ф.Лосева совершенно уникальна тем, что, во-первых, открывает тончайшие размерности бытия (миф, символ, имя, эйдос, стиль и т.д.), утверждая тем самым, что бытие многослойно и содержит бесконечное количество возможностей для творчества буквально в каждый момент времени и в каждой точке пространства.

Во-вторых, описывается сложнейшая архитектура творческого процесса, которая часто может быть воспринята, как некая схоластическая схематика, но, сопоставляя раскрываемые А.Ф.Лосевым структуры творчества с современными креативными практиками, мы обнаруживаем в буквальном смысле операциональность, описываемых А.Ф. Лосевым форм, переходов, взаимосвязей в творческих процессах (так целые разделы философии имени могут

¹ Лосев А.Ф. Диалектика мифа // Лосев А.Ф. Миф. Число, Сущность. М. 1994. С.. 183.

быть прочтены как современный маркетинг, только самой высокой пробы, одним из современных откликов диалектики мифа можно считать мифодизайн).

Как показала в своих исследованиях Л.А. Гоготишвили, «сотворить по Лосеву, значит «назвать»», отсюда в осмыслении творчества на первый план у Лосева выходит выразительный, коммуникативный аспект. Лосевым осуществляется «сдвиг ракурса с субстанциально-сущностного на энергетически-коммуникативный»¹. Творчество заключено, прежде всего, в акте наименования, но имя – это заявление некоего нового бытия в ином, пока нечто не поименовано, оно не существует, не может быть воспринято. Удержание в ином через понимание в коммуникативном поле бытия становится необходимым условием и внутренним элементом творчества. Но и для современных креативных практик характерно как раз осуществление того же сдвига: предмет творчества не сама по себе вещь, произведенная чисто телесно, но смысл, символ, образ, имя, миф вещи или услуги – и есть собственно заявляемое и целенаправленно конструируемое (мифодизайн) в пространстве, например, маркетинговых коммуникаций новое. Но если у Лосева творчество – это в конечном итоге восхождение к Богообщению, то в современных креативных практиках массовое порождение коммуникативно-символических форм преследует сугубо утилитарные цели – рыночное продвижение товаров и услуг.

В-третьих, А.Ф.Лосеву, как никому другому, удалость раскрыть онтологические основания творчества на основе глубочайшего синтеза человека и мира. Индивидуальность, личность, слово, символ, имя, лик, миф – эти собственно человеческие или социальные размерности, становятся у Лосева не просто онтологически прописанными, но приобретают благодаря этой онтологичности бесконечную смысловую природу, в свою очередь, освещая бытие лучами эдейтической выразительности, и наполняя его чудом (полнотой самоосуществления человека).

Все это в целом позволяет говорить об онтологии творчества, представленной в трудах А.Ф. Лосева как об онтологии созидающе-коммуникативного бытия.

Онтология творчества: энергийная выразительность бытия (эйдос, стиль, миф). Бытие, открывая необходимость индивидуальности и индивидуального самостояния человека, в то же время возла-

¹ Гоготишвили Л.А. Коммуникативная версия исихазма // Послесловие к книге: Лосев А.Ф. Миф. Число. Сущность. М.: Мысль, 1994. С. 885.

гает на него ответственность за выбор и предпочтение способа бытия. Прирастание или умаление Человека в человеке, человечности (или бесчеловечности) в мире – это своего рода эпицентр, главное средоточие всех интенций творчества.

Человечность из желаемой возможности человека как характеристики частного события становится востребуемым онтологическим императивом современной действительности, своего рода вызовом мира Человеку.

Человечность – это не набор качеств, достоинств или определенных человека, которые эпоха или размышляющий философ могут перебирать, составляя те или иные сочетания снова и снова. Человечность не предмет логики, но смысла бытия. Человечность – это путь. Путь конституируется, в свою очередь, как отношение бытия и инобытия, и *фокусом проблемы человечности является ее проверка инобытием.*

Если бытие замкнуто и воспринимает любое инобытие, как вне себя, так и в себе как угрозу, то, как возможна и возможна ли человечность? Возможна ли человечность там, где творческий потенциал человека (его инобытийные возможности) сокращаются тем, что предписываются принятые образцы и прецеденты, которым он должен следовать, когда налагаются запреты на новое путем разработки подробнейшей системы недозволяемого, подлежащего цензурированию, когда становится реальностью коллективная агрессия к инкультурному окружению?

В такие времена, не обретая онтологически зримой размерности, человечность находит пути в сокровенных исканиях духа и мучительных волнениях души, удерживаясь в редкой внешней событийности (сочувствие, улыбка, безмолвное понимание, любовь и дружба «не на показ», противостояние доверительного пространства повседневности /разговоры на кухне/ официозу собраний и трибун и т.д.) и, главным образом, в текстах: случайно пропущенных цензурой; лишь внешне мимикрирующих под официальные нормы, в текстах, пишущихся не для цензуры, а для человека (а поэтому – в стол), который возможно когда-нибудь их прочтет. Вся великая русская литература по существу спасительна – она спасала человеческое в человеке. «Красота спасет мир» у Достоевского, «Война и мир» (совершенно современно звучащее название романа) Л.Н.Толстого и др. В самые гнетущие времена П.А.Флоренский, А.Ф.Лосев, Д.С.Лихачев писали о символе, мифе, стиле, слове, культуре, по существу выстраивая и сохраняя для человечества то, чего оно было лишено, – мир (просвет бытия) человеческо-

сти. Почему миф или символ, или стиль? Потому, что это и есть то, что по отношению к официальному бытию манифестирует инобытие. Это все то, что изгоняется из официально устрояемого бытия, так как грозит многообразием, удерживает индивидуальность и неповторимость человека. «Миф, – писал А.Ф. Лосев в «Диалектике мифа», – есть энергичное самоутверждение личности ... это утверждение в ее выявительных и выразительных (!!!) функциях. Это образ, картина, смысловое явление личности ... излучение личности»¹. Не это ли поэзия человечности в обезличивающем, и накладывающем запрет (под страхом смерти) на различия и выявление своей инаковости, бытия? Но как возможно спасение человечности, в чем ее источники, родники?

Когда бытие, в своей абсолютной тождественности себе исключает инобытие, возможность последнего сохраняется как возможность философии, мифа, а также метафизики (Э. Левинас), индивидуальной метафизики как способов остранения от бытия и удержания инобытия.

Вместе с тем духовная Касталия (Г. Гессе), спасая человечность, сама страдает тем же пороком замкнутости и аутизма. Это человечность, не обладающая полнотой бытия, но лишь взывающая к спасению, ожидающая своего инобытия.

Пока инобытие остается под запретом или замкнуто в предельной бытию сфере, человечность присутствует как редкая, уникальная возможность. Проявление человечности не безопасно и даже рискованно для человека, равносильно утрате бытия.

Возможно ли иное, как представленное в самом бытии и бытие как иное?

Человечность это усилие осваивания и удержания иного, иного как собственного «бытия в мире». М. Мамардашвили в лекциях о романе Пруста вспоминает, что первое впечатление, которое он ощутил от жизни – это хрупкость добра, красоты и вообще всего человеческого. Человечное в человеке требует постоянного усилия. Образование, «пайдейя» не случайно переводилось через *humanitas* и очевидно понималось как поддержка человека на пути к человечности.

Иное не просто соприсутствует в мире, оно может только быть высвобождено и удержано усилием человека. Современный мир нуждается в развитой культуре удержания и выражения иного. Человек живет, если над потоком равнодушия, безразличия и

¹ Лосев А. Ф. Диалектика мифа. С. 99.

неразличенного (незамеченного) удерживает реальность различия и способность к различению. Топология пути, на котором обретается человечность, как об этом размышляет М.Мамардашвили, – это постоянное усилие «найти себя живым». «А живое отличается от неживого тем, что оно всегда может нечто иное»¹.

Но именно в трудах А.Ф.Лосева открываются не только формы созидającego бытия, но и, что особенно значимо, – способы открытия, освоения и удержания иного, инобытия в бытии. Каждая из категорий, раскрываемых Лосевым, содержит в себе эту отнесенность к иному и занимает, как бы свое место в процессе выразимости в ином, является средством энергичной выразительности и выраженности. В этой связи особенно интересен проводимый в трудах А.Ф.Лосева анализ эйдоса, имени, символа и стиля².

Сама жизнь, согласно Лосеву приобретает смысл только через выход в иное самой жизни. «Надо выйти из жизни ... в известном смысле остановить жизнь... возвыситься над этой ... липкой, вязкой, тягучей, тестообразной стихией жизни»³[3]. Но этот выход по сути возможен только как творчество и через творчество. Бессмысленно и невозможно представление и заявление результатов творчества сразу, непосредственно в самом «теле» жизни (стихия жизни пожирает самое себя), заявление и удержание нового сначала выражается в удвоении самого себя, своего мира в слове, символе, стиле, мифе, ткущих ткань инобытия. Таким явленным миру словом, мифом, символом человеческого самостояния в стихии жизни стало и творчество, связываемое нами с именем А.Ф. Лосева.

Г.В. Лобастов

К АБСОЛЮТНЫМ ОСНОВАНИЯМ ТВОРЧЕСТВА

Проблема творчества концентрирует в себе внутреннюю суть всего спектра практических и теоретических проблем человека. Для человечества любая проблема оборачивается проблемой ее разрешения, деятельностью создания форм действительности, способных снять возникающие противоречия. Если сознание не улавливает внутреннего смысла исторического развития, т.е. определенности и на-

¹ Мамардашвили М. Психологическая топология пути, М.,1997. С. 50.

² Андрюхина Л.М. Стиль науки: культурно-историческая природа, Екатеринбург, 1992.

³ Лосев А.Ф. «Жизнь» (Повести, рассказы, письма).