

КРЕАТИВНОСТЬ В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: В статье анализируется феномен креативности, его отличие от творчества, условия и особенности его формирования во второй половине XX века, связанные со скоростью появления новой информации, формированием многих видов деятельности, которые требуют нетрадиционных подходов, необходимостью принятия нестандартных решений в организации повседневной жизни, формирования нового типа мышления – визуального – в отличие от рационально-логического. Феномен креативности является существенной составляющей современного искусства, способствует возникновению новых профессий в нем.

Ключевые слова: креативность, творчество, информация, медиаискусство.

Анотація: В статті аналізується феномен креативності, його відмінність від творчості, умови та особливості його формування у другій половині XX століття, пов'язані зі швидкістю появи нової інформації, формуванням багатьох видів діяльності, що потребують нетрадиційних підходів, необхідністю прийняття нестандартних рішень в організації повсякденного життя, формуванням нового типу мислення – візуального – на відмінність від раціонально-логічного. Феномен креативності є суттєвою складовою сучасного мистецтва, сприяє появі нових професій у ньому.

Ключові слова: креативність, творчість, інформація, медіамистецтво.

Summary: The article deals with the analysis of phenomenon of creativity, its difference of creation, the conditions of its formation in the 2 half of XX century, connected with the quick appearance of new information, formation of plural form of activity and non-traditional approaches, necessity of taking non-standard decisions in the usual life's organization, formation of new type of thinking - visual - different from rational-logic one. The phenomenon of creativity is an essence component of contemporary art and contribute to the appearance of new forms in it.

Key words: creativity, creation, information, media-art.

Понятие креативность сегодня наиболее употребляемое в гуманитарных науках, поэтому существует необходимость концептуального осмысления данного феномена. Creato – в переводе с латинского – созидание. Но это понятие не тождественно понятию творчества и часто даже не совместимо с

ним. Креативность – это как бы «приземленное творчество», нацеленное не на создание чего-то принципиально нового, а на нахождение эффективных, простых и быстрых решений для каких-либо житейских и деловых проблем, работа с шаблонами творчества, подражание ему. Креативность подчеркивает созидательный, конструктивно-деловой характер мышления.

Креативность – понятие неклассического дискурса философствования, которое сформировалось в новых условиях бытия техногенно-компьютерной цивилизации, для которой характерен динамичный образ, стиль жизни. Такие характеристики современного общества, как неопределенность, изменчивость ситуаций, случайные взаимодействия, хрупкие, недостоверные идентичности, подвижные ценности становятся источником креатива. Единое информационно-интеллектуальное поле и массовые коммуникации являются естественной средой креативности.

Философия постмодерна задала новый дискурс осмыслению проблем бытия через ракурс повседневности, влияния информатизации и процессов визуализации на все сферы общества, мировосприятие, тип мышления человека.

Для того чтобы понять суть креативности рассмотрим процесс её формирования в контексте второй половины XX века.

а) информация, которая сегодня каждый год удваивается, актуализировала потребность не в создании нового знания, а умение находить и эффективно интегрировать эту информацию в свой профессиональный и повседневно-личностный опыт. Важна креативно (необычно, адаптивно) оформленная информация, то есть поданная с учетом психологии, потребностей, запросов людей, которым она предназначена. В современном

потребительском обществе гораздо важнее не факт приобретения престижной вещи, а то, какой имидж сформирован результатом её обладания. Часто платят за общественный статус, за информацию, которую будет сообщать окружающим факт такого владения. А это и есть креативная составляющая престижной вещи, за которую платят деньги.

б). Во второй половине XX века творчество уходит из сферы «высокого» в повседневную жизнь. Начиная с Возрождения понятие «творчество» было отделено от прагматической деятельности, стало связываться только с искусством, созданием художественных и культурных образцов. Ситуация кардинально изменилась в 60-ые годы XX века, когда общество вступило в постиндустриальную фазу развития. В обществе потребления возникла необходимость быстро реагировать на нужды рынка, создавать и рекламировать принципиально новые продукты (например, кока-кола), осваивать новые реалии, области. Если в индустриальную эпоху для осуществления производственной, коммерческой или любой другой деятельности творчество было необходимо в относительно небольших количествах, то теперь сама деятельность выходит на более сложный социальный и технологический уровень, в которой соотношение креативных и репродуктивных моментов смещается в сторону первых. Как это не парадоксально звучит, творчество стало пониматься как «высокое», «среднее», «низкое». Новый симбиоз технологии, рациональной репродуктивной деятельности и творчества сформировал потребность в массовой, средней креативности, то есть «творчестве среднего уровня».

Этому способствовало и возникновение новых видов деятельности через сращивание производственной, предпринимательской, художественной составляющей, таких как мода, книгоиздание, создание медийных продуктов, туризм, вовлекающий в массовое потребление огромное количество исторических и культурных ценностей, природные достопримечательности, сувениры, ремесла, концертную деятельность. Целостность конструкции этих новых областей супериндустрии задается и удерживается благодаря высокой доле

креативности, огромному по сравнению с предыдущим периодом, вкладу творческих людей.

в). Понятие креативность, в отличие от творчества, для которого необходимыми условиями является созерцательно-философский склад характера, мышления, классическое образование, склонность к упорному, каждодневному труду, характеризует нестандартные подходы в организации повседневной деятельности, жизни, общения.

Креативность часто связана с менеджерской работой, предполагает такие качества как находчивость, смекалка, изобретательность, способность найти нестандартное, быстрое и эффективное решение любой проблематичной задачи, мобильность, решительность, изобретение многочисленных и изощренных схем, нацеленных на достижение личной выгоды; придумывание и развитие самых разнообразных проектов, способных стать основой доходной деятельности, будь то нетрадиционные виды торговли, создание игр для компьютера, мобильных телефонов, музыкальных заставок, рекламы на чашках, майках, авторучках.

Творчество связано с желанием основательно разобраться в проблеме, в окружающих вещах, явлениях, самом себе, постичь нечто подлинное и глубокое о мире и о себе, чтобы наполнить жизнь смыслом. Это деятельность созерцательная, не нацеленная в отличие от креативности, на получение сиюминутного результата, выгоды, пользы, личностного успеха.

Процесс протекания и того и другого характеризуется нестандартным («латеральным» – Эдвард де Боно) мышлением, которое основывается на разрыве стереотипов и формировании новых образов, нетривиальных решений.

г). Визуализация повседневной жизни, информации, культуры также способствовала возникновению феномена креативности. Когда речь идет о визуализации мышления, это не просто использование первичных зрительных образов в качестве материала мышления, а изменение самого его типа: с логического, линейного на ризоматическое.

Визуальное – это образно-ассоциативное мышление, которое отличается от метафорического мышления логически-вербального типа тем, что вместо десяти-одиннадцати ассоциаций может сгенерировать десять тысяч связей-ассоциаций (именно такое количество нейронов, по утверждению психологов, может обнять своими отростками один центральный образ-нейрон). Таким образом, визуализация кардинальным образом меняет подход к классификации информации, которая ранее выстраивалась на принципах логического мышления, и благодаря случайным, разнонаправленным, непредсказуемым ассоциациям, эффективнее использует весь потенциал мозга.

Ризоматическое мышление, в котором однонаправленности развития логики противопоставляется образ, дает возможность сформировать объемный фокус видения предмета, объекта и описать одновременно настоящие, прошлые, будущие результаты любого процесса. Переключаясь с логического (линейного) мышления на образно-ассоциативное (ризоматическое), мы выстраиваем новые связи, комбинируя образы, которые были невыносимо далеки друг от друга. В результате рождаются новые идеи, а существующие понятия приобретают новый смысл.

Зрительные образы помогают сфокусироваться и являются отправной точкой метафор. Образ-метафора позволяет избавиться от внутреннего цензора, блокирующего ту часть реальности, которая не совпадает с нашими нынешними представлениями, выйти за пределы рациональных представлений, навязанных нам внешним миром. Образно-метафорическое мышление расширяет внутренний мир человека. Комбинируя все виды эмоционально-чувственного восприятия, способствует инсайду (озарению, внезапной догадке), в процессе которого формируется не просто мысленный образ, а активизируются все ощущения, сопутствующие этому образу. Нелогическое прозрение, основанное на синтезе мыслей, идей, эмоций, является катализатором личностного развития.

Визуализация основана (и одновременно) развивает способность составлять уникальные

синергетические комбинации из отдельных идей или создавать полезные ассоциации между ними и потому является сущностной характеристикой нового мышления, основанного не на линейных, а системных инновациях.

Новое мышление характеризуется также понятием «синектика» (в пер. с греческого соединение) – соединение воедино различных на первый взгляд совершенно несовместимых элементов. В научный оборот это понятие ввел в 1961 году Уильям Гордон в своей книге «Синектика: развитие творческого воображения». Возник абсолютно новый взгляд на природу творчества, где главенствующая роль отводилась не врожденным талантам, гениальности, а умению мыслить образно-ассоциативно, латерально, когда соединяются непостижимая стихийность, уникальность каждой личности с необходимостью системы направленного поиска решений.

В отличие от логически-рационального мышления, построенного на обобщении, создании схем, концепций ризоматическое мышление строится на точках «инсайда», который возникает при работе с большим потоком информации на более или менее нерациональной основе, когда человек некоторое время избегает попыток формулировать окончательно завершенные идеи и мысли. В ризоматическом мышлении важным становится эмоционально-художественный ракурс, как человек подходит к решению проблемы в противоположность логически-интеллектуального способа решения проблемы. Нерациональная форма мышления строится на метафорах, ассоциациях, образах, которые разрушают стереотипы подсознания, открывая путь интуиции.

В стремительно трансформирующемся мире труднее всего меняется тип мышления, сознания, которое в основе своей консервативно. Абсолютно новое воспринимается им как абсурд и не принимается. Поэтому психолог У. Гордон считает, что разрушение стереотипов сознания и обучение креативности должно строиться на двух базовых процессах: превращение незнакомого в знакомое и превращение знакомого в незнакомое. В книге

«Синектика. Развитие творческого воображения» он предлагает четыре механизма превращения известного в неизвестное, которые по сути являются принципами художественного мышления. Это а) личностная аналогия, когда на место предмета или образа, другого человека надо поставить себя, найти в себе отзвук на то, что он делает, понять его трудности, недостатки, достоинства как свои собственные; б) прямая аналогия – свободный ассоциативный поток в мире культуры; в) символическая аналогия, когда для описания явлений, предметов ищутся неличностные, объективные образы, часто строящиеся на взаимоисключающих характеристиках. Например, «Живой труп», «Человек в футляре» и т.п. г) фантастическая аналогия – «творческий бред», привлечение фантастических, сказочных образов. Такое художественно-ассоциативное мышление позволяет совместить идеи, которые раньше считались несовместимыми.

Эти приемы часто использует современное искусство для концептуализации содержания, создания абсурдных ситуаций, в которых возникают новые смысловые прочтения. Например, Георг Базелиц, немецкий художник второй половины XX, перевернув вверх ногами фигуры на холсте, искажил, переменял привычный, повседневный взгляд и реакцию на вещи, сделал знакомое незнакомым. Его фигуративная живопись стала восприниматься как абстрактная с глубокими смыслами. В современном искусстве очень важна его концептуальная составляющая, которая часто строится на сочетании старых элементов в новой комбинации.

Концептуальное искусство научило новому мыслить. Оно развивает мастерство, заключающееся в синергетической комбинации (стратегии) инноваций в любой области, умение синергетически связывать отдельные части разных явлений воедино, создавая живой гармонично развивающийся организм.

Художники объединения «Кобра» во второй половине 50-х годов принципиально обновили пластический язык искусства, придав своим произведениям жизненную силу не только благодаря пастозному нанесению краски, ярким цветам, импровизации

художественного процесса, а прежде всего новыми способами создания образа: не прибегая к узнаваемым формам (как это было у кубистов, экспрессионистов), они разработали полуабстрактные, фантастические образы, опираясь на живые традиции фольклора, скандинавского эпоса, мифологических представлений, архетипов коллективного бессознательного, которые повысили импровизационно-эмоциональную основу из творчества. Креатив всегда связан с производством эмоций, важным компонентом его является переживания человека, который занимается определенной деятельностью. Они сделали произведение становится условием производства новых визуальных ассоциаций, ассамбляжем недоузнаваний.

В современном искусстве появились новые профессии, полностью основанные на креативности, например, куратор, обучение которой не имеет единого алгоритма, так как на 99% их деятельность – это импровизация.

На Западе куратор, как субъект художественного поля, появился в конце 80-ых годов. Часто кураторами становились сами художники. Куратору присущи авторские функции, именно он осуществляет окончательный отбор, выбирает тему, а это уже вопросы эстетической автономии. Кроме того, куратор должен быть менеджером, осуществлять финансовое обеспечение проекта, хорошим психологом, но в первую очередь, профессионалом. Профессия куратора является чрезвычайно специфичной и зависит от личностных качеств человека, его потребности много путешествовать, встречаться с художниками, посещать мастерские, общаться и запоминать на будущее.

Наиболее концептуально интересными, являются такие кураторские проекты, в которых соединяются разные ряды (низки) материалов: художественные и нехудожественные, современное и старое, - что при внешней абсурдности соединения дает возможность совсем по иному посмотреть на историю, события. Например, на выставке «Память тела» (куратор Е. Деготь), в которой история советского общества раскрывалась через историю советского нижнего белья, экспонировались не толь-

ко реальные предметы, но и художественные работы того времени: реклама, графика, объекты, предметы искусства и одновременно современное искусство, которое так или иначе касались этой темы переживания социальной истории как бы от тела, снизу. Креативность куратора состоит в умении проинтонировать, переакцентировать старые вещи, чтобы в новом контексте они по-другому себя выявили. Особенно интересны маргинальные вещи, которые находятся между жанрами, видами искусства, или вообще между искусством и неискусством. Именно благодаря им выявляется взаимосвязь философски-трансцендентных проблем и повседневности, которые кажутся никак не связаны. Одними из первых это начали делать концептуалисты России И. Кабаков, А. Янкилевский и другие, стремившиеся составить уникальную синергетическую комбинацию из отдельных идей или создать необычные ассоциации между ними.

Благодаря соединению повседневного и возвышенного возникают такие ассоциации, которые не вписываются в логику рационально-линейного мышления, разрушая жесткие схемы убеждений. Креативность – это наложение идей, которые ранее считались несвязуемыми. Куратор при подготовке выставки делает свой личный художественный жест из произведений искусства.

Сегодня важны не сами по себе инновации, а их потребительская ценность, не просто профессиональные знания, какими бы глубокими они не были, а соединение их с практическими навыками реализации своих идей. Важна способность работать одновременно на стратегическом и тактическом уровне.

Фактор креативности важен не только для искусства, но и играет важную роль в изменении образа жизни как творчески мыслящей личности так и ее окружения. Например, было отмечено, что креативное отношение к жизни людей искусства, их стиль жизни являются фактором развития городской среды. Сразу после перестройки в Советском Союзе возникают спонтанные объединения-сквоты художников, главное для которых было общение и свободное творчество. Сквоты, как коммуны

субкультурного толка, с диссидентской свободой мышления, часто не имеющие общей цели и концепции искусства, во второй половине 80-ых в Москве, Санкт-Петербурге, Киеве сыграли колоссальную роль в кардинальном изменении художественно-социальной ситуации. В Москве это сквоты на Фурнанным, Сретенке, в Санкт-Петербурге на Пушкинской, в Киеве – сквот «Парижская коммуна». Власти Берлина хорошо понимая роль сквотов как предвестников значительных изменений в обществе и искусстве, для разбавления жлобствующей массы населения попросту приглашали художников для работы в собственной стране, отдавая для их коммун большие, ждущие реставрации здания, в центре города. Там, где создается благоприятная среда для проживания творческих людей, начинают развиваться секторы экономики, связанные с новыми технологиями, повышается индекс толерантности городской среды, который измеряется количеством в городе эмигрантов, гомосексуалистов, художественной богемы.

Примером этого может служить провинциальное австрийское местечко Ленц, с населением около 200 тысяч человек. До 1979 года оно было в упадке, когда впервые возникла идея проводить там фестивали *Arg ELECTRONICA*, что объединяют искусство, технологии, общество. На фестиваль приглашались художники, которые представляли новые идеи в сфере современных технологий, их просили создавать проекты, связанные с конкретной ситуацией, которая сложилась в Ленце. Фестивали поддерживались элитными перформансами, типа «Облако звука» (1984), где использовались мировые и музыкальные эффекты. Звуковые колонки были установлены на кораблях, которые плавали по реке, на вертолетах, которые распространяли звук из воздуха. Постепенно изменялось сознание обычных людей, их отношение к современному искусству. В Ленце возник первый в Европе музей цифрового искусства. На сегодняшний день Ленц экономично развит даже лучше чем Вена, в городе стабильная экологическая ситуация.

Другим примером может служить город Даугавпилс, где родился и прожил до десяти-

летнего возраста Марк Ротко. Имени его никто не знал в городе до 2000 года, когда принц Уэльский, прибывший с официальным визитом в Латвию, пожелал ознакомиться с местами, связанными с жизнью этого выдающегося американского художника-абстракциониста. В 2004 году город громко отмечал столетие со дня рождения художника: были приглашены известные художники, деятели культуры, посольства разных стран, приехали дети Ротко – Кристофер и Кейт, которые пообещали в бессрочную аренду несколько картин отца. С этого времени город стал туристической меккой, центром современного искусства Латвии. На территории Динабургской крепости, лучшим фортификационным сооружением Европы нач. XIX века, построенном еще Барклаем де Толле перед нашествием Наполеона, которое скорее всего разрушилось бы окончательно за неимением средств на его реставрацию, создали центр Марка Ротко. Раз в два года на его базе в день рождения художника проводятся фестивали современного искусства, на пленеры приглашаются известные художники, которые оставляют свои работы в центре Ротко. Город стал процветать за счет туризма, фестивалей, стал привлекательным для креативной молодежи.

Креативность как фактор социальной организации позитивно влияет на качество городской среды не за счет развития промышленности, а совершенно иных видов деятельности в сфере финансов, связи, транспорта, развития производства, ориентированных на культуру, туризм, медийное производство.

Креативность в современном искусстве особенно ярко проявляется в медиаискусстве, которое фактически является коммуникационной импровизацией. Условием креативности является коммуникабельность и информированность, постоянная готовность выдавать уместную форму. Коммуникация в техногенно-информационном обществе становится для человека способом выживания, самообновления, самореализации, поэтому медиаискусство, возникшее в результате бурного развития средств массовой коммуникации наиболее адекватно выражает новое

мышление и систему взаимодействия человека с миром.

Сознательно избегая каких-то методик, схем, моделей и эталонов, оно не служит идеологии, не предлагает никаких утопических идеалов, это способ реализации личной потребности в коммуникации.

Медиаискусство – это индивидуальная рефлексия на окружающее, не подвластная типизации. Его цель – фиксация конкретной социальной действительности. Медиаискусство – креативный импульс на ситуацию. Как правило, это парадоксальный взгляд, по сравнению с обычным, на ту или иную проблему, провокация, которая подталкивает к диалогу.

Медиаискусство – та форма современного искусства, которая доступна каждому для самовыражения. Человек может не иметь художественного образования, но, умея пользоваться программным обеспечением, зная компьютерные и видеотехнологии, является потенциальным медиакреатором. Поэтому медиаискусство стало в большей мере искусством любителей.

Креативный акцент деятельности в медиаискусстве связан с инструментальными возможностями новых медиа та медиатехнологий, новое возникает не благодаря личному таланту, а связано с разработкой новых программ, напряженного поиска новых технических приемов. Такие инновационные креаторы не вписываются в рамки традиционных представлений об искусстве.

В наши дни реальность на множестве уровней пропитана техникой, всегда отформатирована и оцифрована. Поэтому производство искусства как визуальное удовольствие не работает. Визуальное удовольствие стало материалом, орнаментом, а креативный момент связан чаще всего с игровыми, интерактивными моментами. Креативность – это основанное на игровом элементе производство «позитивных» («аффирмативных») высказываний, переживаний.

Медиаискусство, хоть и предполагает автора, по сути «имперсонально». Художник создает фактически контекст, а содержание произведения конструируется реципиентом в процессе восприятия. В произведении «Кос-

нись меня» (интерактивная видеоинсталляция) реципиент увлеченно обводит пальцем изображение женского лица эпохи Возрождения на мониторе компьютера, не замечая вставленной микрокамеры, благодаря которой через несколько секунд вместо изображения незнакомки на экране возникает его собственное лицо. Эмоциональный шок, игровая ситуация помогают разрушить стереотипы и осознать закон Единого как основы всего сущего, единство не только культурного пространства во все времена, но и человечества в целом, ощутить состояние бесконечной возможности, созидательности и абсолютной субъективности, содержащей в себе все вероятности. Интерактивность медиапроизведений расширяет возможности сокреаторства.

Медиаискусство, снимая традиционную проблему «копия-оригинал» (технично копия

медиапроизведения ничем не отличается от его первой авторской интерпретации) изменяет социокультурную модель его функционирования, подрывает основы художественного рынка, который держался на уникальности художественного произведения и мифах, возникающих вокруг личности автора. В случае медиаискусства мы входим в пространство массового производства и тиражирования как условия существования медиапродукта.

Для креатива нужно мыслить ситуациями, а не категориями. Поэтому новое часто рождается не благодаря отдельной личности, а коллективам, единому информационно-интеллектуальному полю, массовому креативу пользователей Интернета, или специально созданным коллективам для решения конкретных задач.