

Ксенія Ніколенко

## КРЕАТИВНІСТЬ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФАКТОР ІСНУВАННЯ ЛЮДСТВА

*У статті на основі соціокультурного чинника існування людства аналізуються методологічні принципи креативності в контексті соціально-філософської парадигми. Креативність розглядається як умова соціального буття, як основа поведінки і діяльності людини, спрямована на розкриття універсальних можливостей суспільства.*

**Ключові слова:** креативність, креативний процес, креативний продукт, компоненти креативності, креативний акт.

**K. Nikolenko. Creativity as a social and cultural factors of human existence**

*In this article, based on socio-cultural factors of human existence are analyzed the methodological principles of creativity in the context of social and philosophical paradigms. Creativity is seen as a condition of social existence, as the basis of behavior, and human activities aimed at universal disclosures of society.*

**Keywords:** creativity, creative process, creative product, the components of creativity, the creative act.

**K. Nikolenko. Креативность как социокультурный фактор существования человечества**

*В статье на основе социокультурного фактора существования человечества анализируются методологические принципы креативности в контексте социально-философской парадигмы. Креативность рассматривается как условие социального бытия, как основа поведения и деятельности человека, направленная на раскрытие универсальных возможностей общества.*

**Ключевые слова:** креативность, креативный процесс, креативный продукт, компоненты креативности, креативный акт.

**Постановка проблеми.** Креативність – одна з найважливіших загальнонаукових проблем, досліджуваних нині на філософсько-

му, культурологічному, педагогічному, індивідуально-психологічному, соціально-психологічному рівнях.

Сучасна ситуація така, що людині доводиться дуже швидко змінюватися, постійно рости і розвиватися, щоб бути затребуваним у суспільстві. Креативність дозволяє людині удосконалюватися і не боятися нового, швидко адаптуватися до умов, що змінюються, і вимог. Вона створює сприятливі передумови для розвитку особистості в цілому, сприяє її саморозкриттю, самореалізації, самодостатності і толерантності. Основною формою активності особи, що сформувалася, є професійна діяльність, ефективність якої багато в чому залежить від її творчого характеру. В зв'язку з цим особливе значення набуває процес розвитку креативності, необхідної для успішної реалізації професійної діяльності.

Креативність виступає як деяка основа соціальної поведінки, необхідна умова соціального буття, виходячи з цього, необхідно встановити, яке відношення процес креативності має до культури, цивілізації. Якими можуть бути перспективи розвитку суспільства і людства виходячи з креативності як чинника, що проходить крізь усі сфери людського буття.

Одне з найбільш серйозних питань, що стоять нині перед суспільними науками – природа соціальних трансформацій. Яким чином стійка соціальна структура виявляється схильною до змін, що кореняться в її ж власній природі? Будучи феноменом соціального простору, такі трансформації мають суто когнітивну природу, бо інновації є наслідками креативних процесів, до яких залучається деяка сукупність суб'єктів суспільства.

**Мета статті.** Проаналізувати креативність за допомогою логіки різних соціальних процесів і трансформацій, дати відповідь на питання про природу креативності як явища, основних чинниках і механізмах її формування.

**Ступень розробленості проблеми.** В історії філософії проблеми творчості були предметом наукового розгляду багатьох дослідників. Креативність розуміється як його синонім, що має специфічні риси, які не виходять за рамки творчості, але що підкреслює як соціальну трансформуючу особово-діяльну складову. В межах цього розгляду можна констатувати релігійні (Ф. Аквінський, М. Ф. Шахї, В. С. Соловйов) ірраціоналістичні/інтуїтивні (А. Бергсон, М. де Біран, А. Шопенгауер, Н. О. Лоський, Б. Кроче і так далі), ідеалістичні (Платон, Гегель) і матеріалістичні (М. С. Каган, А. Ф. Лосев) підходи до вивчення креативності.

**Виклад основного матеріалу.** Розглядаючи креативність з різних поглядів (як об'єкт дослідження), відмітимо специфічне визначення і термінологічне позначення: у психології креативність розуміється як творча діяльність окремої особи; у соціології – загальне спрямування суспільства для досягнення матеріальних благ, по суті, виступаючи резервом людської цивілізації; в культурології як сукупність різних досягнень людства і так далі. Поняття креативності можна розділити на низку спеціалізованих визначень, відбитих у таких термінах: наукова творчість, художня і т. ін.

Об'єктом креативності може стати будь-яка діяльність людини, будь-який її прояв насправді, спрямований на розвиток людини, розкриття універсальних можливостей суспільства, перетворення матеріального і духовного світів.

Феномен креативності багатогранний і сьогодні не існує єдиної думки щодо його змісту. Виникаючи в психології, сам термін навіть у цій науці не має однозначного визначення, тому цей феномен з різних поглядів розглядається у різних сферах наукового знання.

Науково-філософське розуміння креативності сьогодні припускає наявність таких елементів: визначення субстанції і механізмів креативності, креативний процес як такий, різні міри спрямованості та реалізації креативності; ідея глобальної креативності (суть якої полягає у визнанні онтологічного статусу креативних процесів); розкриття універсального механізму креативності, що проходить через точки біфуркації (у руслі ідей синергетики); самоорганізація і еволюція креативних процесів; універсальна значущість результатів креативного процесу; критерії оцінювання креативних актів і продуктів; креативність як базисна метафізична парадигма.

Перераховані вище факти й елементи креативності вимагають систематичного і комплексного аналізу в дослідженні.

Нами застосований і вироблений методологічний інструментарій, що дозволяє відстежити сучасні соціокультурні трансформації в розумінні феномену креативності. По-перше, екстраполяція в майбутнє спостережуваних тенденцій, закономірності розвитку яких у минулому і в теперішньому часі досить вивчені, причому ці тенденції у своєму існуванні зберігаються без значних змін. Що дозволяє розглядати креативний процес в його перспективному розумінні. По-друге, метод оцінок полягає в оцінюванні креативності того або іншого явища (експертні оцінки), відбиває суть і значення креативного продукту. По-третє, моделювання прогнозованих креативних ситуацій

(розуміючи під моделлю умови, що сприяють редукції для зручності дослідження, схематичне уявлення про об'єкт креативності, сценарії можливого або бажаного розвитку креативності як явища).

У розумінні природи креативності не представляється можливим виділити спрощені або ідеальні елементи, що обґрунтовують алгоритм створення нового, тобто виділити креативний акт і креативний процес як логічну константу раціонального осмислення/освоєння людиною соціальної дійсності. Тобто реалізувати принцип пізнавальності креативного неможливо безпосередньо, з огляду на його фактичну відсутність у досвіді. Можна говорити про зародження ідеї в потенції, таким чином, представляється можливим тільки визначити основні напрями, що ставлять питання про джерело змін, тобто в здійсненні креативного акту, в переході від старого до нового. Більшість вчених, розглядаючи креативність, зводили цей процес або до психологізації досліджуваного феномену або до ірраціоналізації, з огляду на відсутність системної соціально-філософської інтерпретації й аналізу креативності. Констатуємо відсутність дистрибутивних компонентів (що мають силу для кожного явища) в розумінні суті феномену креативності. Насправді можливо лише приблизне (гіпотетичне) вираження деяких абстрактних форм, сфер можливостей, що отримують або не отримують подальший прояв у якісно новому продукті, за допомогою здійснення креативних актів у соціокультурній діяльності людини.

Таким чином, на інформаційному рівні ми можемо констатувати чимало шляхів розвитку і засвоєння креативності. Проте тільки шляхом експериментальної перевірки можна переконатися, якою є міра впливу активного суб'єкта на формування або винахід нового, що вимагає визначення методологічних принципів дослідження креативності як соціально-філософської проблеми.

У 50-ті роки ХХ століття у зв'язку з вивченням творчості, її механізмів, процесів, напрямів з метою пояснити акт створення нового, як спроба узагальнення всього, що зв'язується з творчим процесом, продуктом, самим творцем, виникає поняття "креативність". Цей термін включає увесь комплекс сторін вивчення феномену творчості.

Так, питання про природу удосконалення реальності, спрощення людської діяльності, узгодження утворюючого процесу взагалі і конкретних потреб соціуму, можливостей впливу на сам процес, з подальшим формуванням у людини необхідних механізмів поведінки стали об'єктом теоретичних дискусій.

З появою нових досліджень творчості і спроб виділення предмета власне креативності як специфічної активності людини виникає необхідність вивчення цього феномену як самостійного. І хоча в різних науках (економічних, соціальних, технічних) принципи креативності реалізуються неоднаково, вони проте, ґрунтуються на загальних методологічних установах. Більшість дослідників розуміють креативність як сукупність механізмів створення нового (психологія), як виділення її природи і суті (філософія), як властивість, яку має людина, що і відрізняє його діяльність від будь-якої іншої (наука). Але складнощі в розумінні й інтерпретації різних творчих явищ в історії привели до введення в науковий обіг поняття креативності. Креативність як предмет вивчення виникає на основі досягнення творчості і виділяється як самостійний об'єкт наукового дослідження.

Оскільки креативність особлива форма розвитку, що виникає з доцільної діяльності, спрямованої на якісну зміну або перетворення ідеального чи матеріального феномену, то її продукт характеризується низкою ознак: новизною (у відношенні до інших речей, дії, технологій і так далі), соціальною значущістю, практичною доцільністю, естетичною і етичною досконалістю (креативні зміни людей, в процесі їх соціалізації).

Новизна будучи однією з методологічних ознак креативності виступає у вигляді іншого набору можливостей, які містять нове в порівнянні із старим. Суперечність нового вже з наявним – сутнісний момент в розумінні однієї з основних характеристик креативності. Для А. Н. Авер'янова: "кожне явище має свій початок, тобто виникає, але виникає воно не на порожньому місці, не ні з чого, а на базі передування, в надрах передування і проявляється за сприятливих умов. Виникнення найтіснішим чином пов'язане з категорією "нове". Констатуємо, діалектичний дуалізм, співвідношення нового і старого як процесів взаємопроникнення, виникнення синтезу" [6, с. 172].

П. Гасенді підкреслював, що в процесі матеріального створення сама речовина не твориться, не продукується не ні з чого [2, с. 641]. Протилежного погляду дотримувався Дж. Г. Л'юїс, для нього нове цілком відірвано від старого і виникає як прояв невідомих причин [5, с. 142]. А. К. Морган і С. Александер, знаходячись на позиціях телеологізму ірраціонального типу, в основу виникнення нового ставлять прояв невідомого не матеріального чинника.

Розгляд креативності як перехід від одного етапу до іншого дозволяє побачити старе і нове як моменти на шляху реалізації

креативної діяльності. Виділимо тут два методологічні принципи при розгляді труднощів у співвідношенні нового і старого в креативному процесі: 1) пов'язаний з актуалізацією минулого досвіду; 2) викликані подоланням соціальних сил, що наполягають на збереженні старого. Складнощі першого типу вирішуються шляхом комп'ютеризації і автоматизації рутинних, стереотипних дій, що дозволяє людині зосередитися виключно на креативних функціях. Складнощі другого типу вирішуються шляхом зміни норм у соціальних інститутах. Нове не сприймається як ідеальна необхідна суть, в соціумі спостерігається різкий процес неприйняття, що супроводжується появою опонентів. З часом відбувається зміна консервативних ідей, які відходять на другий план, а нове залишається і засвоюється як необхідне.

Відповідно до загальнонаукового погляду, креативність розуміється у формі відкриттів, осяянь, у вигляді рішення конкретних завдань. У мистецтві креативність проявляється як власне метод створення нового, що виявляється за допомогою творчого осмислення дійсності та відображений за допомогою символічних знаків. У соціологічній науці у рамках вивчення креативної соціології і соціології творчості аналізуються креативна діяльність як властивість соціальної системи (Г. Тард, Н. Д. Кондратьєв, Г. Хакен, І. Шумпетер і ін.).

Об'єднуючи наявні підходи в дослідженні креативності у філософії, зазначаємо, що вона може бути проаналізована з точки зору декількох компонентів: як цілий акт, одиничний випадок поведінки; як завершальний етап формування об'єктів або форм існування, які є відмінними одна від одної; розвитку креативності сприяє розумова діяльність; креативність формується залежно від певних перетворень індивідуальності; творчий акт відбувається під впливом довкілля.

Креативність неможливо розкрити виходячи з вивчення внутрішніх особливостей якоїсь окремої сфери людського життя і засобами якої-небудь однієї приватної науки не можна показати увесь феномен у його повноті. У межах соціально-філософського дискурсу креативність розуміється не лише як специфічна відмінна риса еліти, а як властивість, протилежна до відображення в різних сферах діяльності людини. Для її вивчення потрібний комплексний науковий підхід, що спирається на таку методологічну основу, яка враховує сучасні наукові досягнення.

У межах методологічного аналізу креативності виділяємо в ній компоненти продуктивного і репродуктивного, конструктив-

ного і деструктивного. Під репродуктивним розуміємо не просто протилежне продуктивному, але власне умови його прояву (не причина). Репродуктивна діяльність не призводить неминуче до креативного акту, а так само вона може залишатися незмінною, замкнутися в собі, а може сприяти прояву нового, сприяти продуктивному процесу креативної діяльності. Отже, якщо наявність репродуктивної діяльності не виступає причиною креативності, то її відсутність може стати причиною, що перешкоджає реалізації продуктивного, креативного акту. Так, репродуктивна діяльність є необхідним, але недостатнім чинником для креативності. В цілому перманентний, безперервний креативний процес, відірваний від відомого і звичного, протиприродний творчій природі людини. Методологічним принципом дослідження креативності виступає відсутність антагонізму буденного і науково-технічного, стереотипного і нестереотипного, репродуктивного і продуктивного.

Наступний методологічний принцип у дослідженні креативності ми бачимо в специфічній потребі у збереженні звичного і стійкого, разом з потребою у зміні та вдосконаленні як атрибутів креативного. Вперше діалектичну єдність відтворюючої і креативної сторони в соціальному досвіді людини констатував Л. С. Віготський. Розглядаючи людський мозок, що здійснює не лише зберігання і відтворення минулого досвіду, але і що комбінує, креативно переробляє і творить з елементів колишнього досвіду нове знання, що призводить до нових дій [1, с. 43].

Вважаємо, якби діяльність людини обмежувалася лише відтворенням минулого досвіду, то людина була б істотою, оберненою в минуле, пристосування до майбутнього проявлялося б постільки, поскільки воно відтворює це минуле. Саме продуктивна, креативна активність робить людину істотою, зверненою в майбутнє, що творить його і що видозмінює сьогодення. Крім того, репродуктивне є умовою продуктивного, за допомогою його реалізується спадкоємність у креативному процесі.

Процес співвідношення деструктивного і конструктивного полягає у специфіці самої основи креативності. Описуючи конструктивну сторону пізнання як здійснення креативності, виділяємо деструктивність як забезпечення реалізації основної властивості креативності. Деструктивний початок проявляється в руйнуванні рутинних, відсталих, малоефективних засобів і підходів до пізнання об'єкта або відповідних ідей, концепцій, поглядів на структуру розвитку, функціонування і так далі. А. Кестлер стверджує, що

креативність – “це одночасно і акт руйнування, і акт творення, бо це вимагає розриву з розумовими звичками, вимагає розплавити застиглу структуру, прийнятій теорії, і тим самим зробити можливим новий сплав ідей” [4, с. 23].

Можливість зіставити нові ідеї виникає в результаті неусвідомленої й усвідомленої, цілеспрямованої дискурсивної розумової діяльності. Результат такої єдності полягає в креативному акті. Але оскільки без руйнування певних сторін колишніх поглядів, догматичних концепцій, подальша розумова діяльність ускладнює креативний акт. Таким чином і здійснюється досягнення мети з необхідністю руйнування.

Деструктивність потрібна не лише як одна із сторін протилежності, але і як можливість переходу протилежностей з однієї в іншу. При цьому вона своєрідно виконує конструктивну роль. Російський дослідник В. А. Цапок виділяє такі якості деструктивності: 1) обмежувач кумулятивної конструктивної діяльності; 2) екзаменатор визначення на придатність результатів конструктивної діяльності; 3) селекціонер придатних і непридатних для креативної діяльності продуктів думки, тобто сама виконує конструктивну функцію [7, с. 43].

Як ми вже зазначали, креативність є складною, багаторівневою системою динамічно гетерогенних елементів. Тому методологічним принципом креативності виступає редукція як спрощене зведення складного довільного процесу до простішого, доступнішого для аналізу і рішення. У розумінні креативності прагнення звести найбільш складне до простого дозволяє легко виявити однозначний зв'язок причини і наслідку, а так само повторюваність і відтворюваність процесів з високою передбачуваністю. Саме ця властивість простоти представляє значний інтерес в евристичному плані для встановлення напряму креативного пошуку. Хоча принцип редукціонізму не розкриває природу і суть креативності в усій повноті, але все-таки дозволяє відстежити окремі складові цього складного процесу.

Принцип екстраполяції дозволяє відстежити деякі методологічні складові сутності креативності. В процесі узагальнення людських знань і уявлень про навколишній об'єктивний світ у процесі вироблення загальних понять і категорій завжди допускається поширення, перенесення деяких точно встановлених фактів і закономірностей на ще неохоплені людським пізнанням сфері. Що розкриває одну із сторін креативного акту.

Рефлексія як методологічний принцип креативності пов'язана



з вичлененням засобів, норм, методів, форм духовної та практичної діяльності, спрямованих на досягнення певного результату. Оскільки постановка пізнавального завдання визначення засобів і вироблення програми її рішення утворюють рівень рефлексії пізнавального процесу, то і креативна діяльність тією мірою, в якій залежить від її свідомої самоорганізації, є рефлексією.

Принцип інтуїтивізму в креативності полягає в неповноті усвідомленому первинному, прогностичному знанні, в здогадці, як приблизному ідеальному еквіваленті майбутнього результату пізнання, активно впливає на увесь хід протікання цього процесу. Констатуємо взаємозв'язок інтуїції та рефлексії на прогностичному рівні, якщо знання самоорганізуються (креативна інтуїція). Як зазначав ще Р. Декарт: “дуже мало існує таких ясних і простих речей, які можна інтуїтивно осягнути з першого погляду і через самих себе безпосередньо, не за посередництва яких-небудь інших, але за допомогою досвіду над ними самими, або деякого властивого нам світла” [3, с. 156].

Інтуїція може проявитися не лише на різних рівнях пізнавальної діяльності, але і в різні моменти розвитку пізнання одного і того ж рівня (теоретичного або емпіричного). Виняткове значення має інтуїтивний момент процесу креативності в ситуації невизначеності, коли необхідно виявити не лише предмет креативної діяльності, але і механізми її досягнення.

Суть креативності залежить від інтуїтивного сприйняття явищ, від внутрішніх суджень. Проте досягнення креативного акту – це раціональний процес. Отже, абсолютизація інтуїції навіть при першому зіткненні з креативним не гарантує розуміння явища, якщо не задіяне раціональне мислення.

Методологічним прийомом, застосовним для креативності може виступати спроба вписати креативне в стереотипну модель, а потім, розкласти її на елементи і виділити деякий первинний елемент.

Принцип альтернативності – найважливіший принцип креативності, що відбиває стохастичний(вірогідний) характер реальних явищ, що дозволяє розглянути найважливіші проблемні питання соціуму, рішення яких вимагає креативного пошуку.

Рефлексуючи над розвитком науки шляхом дослідження її історії, аналізу історії художньої творчості та технічних винаходів, можна прийти до створення науки про креативність – евристики, це сприяло б відкриттю законів розвитку креативності з метою їх використання для оптимізації різних соціальних процесів і явищ.

**Висновок.** Сучасне розуміння креативності зазнало певної еволюції, від трактування явища як унікального, що носить трансцендентний характер, до розуміння необхідності креативності в усіх сферах діяльності людини, необхідної якості для сучасного фахівця різних областей. Проте складність креативного процесу полягає в самій його неоднозначній природі. І може бути зведена до таких положень: коли від дослідження окремих проявів феномену креативності дослідниками став розглядатися цей феномен в його повноті; вивчення креативності в дихотомії ново-старого, конструктивного деструктивного; вивчення низки ознак креативного продукту – новизни, соціальної значущості, практичної доцільності, естетичної та етичної досконалості. У розумінні принципів редукції в зведенні ролі редукції до моменту зв'язку між знаннями, що проявляється в певних випадках у вигляді форми пояснення нового через старе, набуваючи форми “інтуїції як редукції”, служить закономірним способом функціонування креативного знання і механізмів відхилення повторних, позбавлених евристичних цінностей відкриттів; виступає як щось зовнішнє щодо суб'єкта, в чому і визначається її причетність до креативності, є необхідною, але недостатньою для креативності.

### **Література:**

1. Выготский Л. С. Психология искусства. Издание третье. – М. : “Искусство”, 1986. – 346 с.
2. Гассенди П. Метафизические исследования, или сомнения и новые возражения против метафизики Декарта // Соч. в 2-х т. – Т. 2. – 1968. – 836 с.
3. Декарт Р. Сочинения в двух томах / Р. Декарт. – М. : Мысль, 1989. – Т. 1. – 586 с.
4. Кестлер А. Дух в машине / А. Кестлер // Вопросы философии. – 1993. – № 10. – С. 23-34.
5. Льюис Д. Марксистская критика социологических концепций Макса Вебера / Д. Льюис. – М. : Прогресс, 1981. – 376 с.
6. Системное познание мира: Методологические проблемы. – М. : Политиздат, 1985. – 263 с.
7. Цапок В.А. Творчество. Философский аспект проблемы / В. А. Цапок. – Кишинев : “Штиница”, 1989. – 110 с.

*Рекомендовано до друку рішенням кафедри філософських наук Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, протокол № 18 від 28 грудня 2011 р.*