

УДК 13.130

Новоселов О. В

## К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ КРЕАТИВНОСТИ

*У статті проаналізовано визначення креативності. Автор стверджує, що в сучасних інтерпретаціях креативність пов'язують з економікою, технологіями, орієнтацією на масове споживання. Здійснено компаративний аналіз понять креативності та творчості. Зроблено висновок, що поняття творчості та креативності не тотожні, а співвідносяться як рід та видове поняття відповідно.*

**Ключові слова:** креативність, творчість, здібності, креативні індустрії.

*The definitions of the creative are analyzed in the article. It is asserted, that in modern interpretations creative contacts to economics, technology, orientation to mass consumption. The comparative analysis of creative and creativity is carried out. The concepts of creativity and creative are not identical, and correspond as a kind and specific concept accordingly is drawing a conclusion.*

**Key words:** creative, creativity, faculties, creative industries.

В последнее время понятие «креативность» получило широкое распространение, хотя первоначально проблема креативности не выходила за рамки психологии. Появились новые интерпретации креативности, которые вступают в противоречие с прежними, что обуславливает актуальность анализа данной темы.

Проблема креативности получила отражение в работах таких авторов, как Б. В. Новиков, Дж. Гилфорд, П. Торренс, И. Т. Касавин, Т. С. Орлова, К. А. Торшина, И. Н. Дубина, М. Маклюэн, Дж. Као, Р. Флорида, Ч. Лэндри, А. Высоковский. Но, несмотря на проработку этой темы, работа по выявлению связей креативности и творчества не проводилась.

Целью данной статьи является компаративный анализ понятий творчества и креативности.

Введение понятия «креативность» приписывают психологам П. Торренсу и Дж. Гилфорду. Так, в психологическом словаре, со ссылкой на работы П. Торренса, читаем: «Креативность – характеристика творческих способностей индивида, выражающаяся в готовности к продуцированию принципиально новых идей» [1, с. 176]. В социологической энциклопедии, с опорой на Дж. Гилфорда, дается такое определение: «Креативность – уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности» [2, с. 478]. Здесь очевиден известный психологический контекст. Действительно, первоначально начали разрабатывать данное понятие в русле психологии, причем в большей степени связывая его с одаренностью (врожденным потенциалом), то есть с чем-то не зависящим от культурного контекста. Этой традиции начали следовать многие исследователи, что отразилось в их определениях креативности. Продолжим подобные примеры.

---

«Креативность – преимущественно *психологическая* сторона творческого мышления и действия... при рассмотрении креативности речь идет о психологических процессах мышления, обучения и действия и их результатах, причем факторы влияния и условия хотя и входят в это понятие, но лишь как предпосылки, а не как существенные составные части» [3, с. 43]. Разделяет такую интерпретацию этого понятия и Б. В. Новиков [4].

«Креативность – потенциал (внутренний ресурс) человека» [5, с. 175].

«Креативность – способность к творческой активности, заключающаяся в новом взгляде на проблемную ситуацию» [6].

Как видим, некоторые авторы склонны интерпретировать креативность как способность к творчеству. Однако способности не исчерпываются только индивидуально-психологическими особенностями личности. И. П. Меркулов, например, считает, что фенотип образуется в результате сложного взаимодействия генотипа с социальной средой. Генотип конституирует творческий потенциал личности, но без соответствующих внешних условий не сможет быть оптимально развит, поэтому врожденные задатки индивидов могут быть рассмотрены только как потенциальная возможность творчества, которая под действием различных факторов (например, «мауглиада», «робинзонада») может и не реализоваться.

Исследователи проблемы способностей констатируют их универсальность, которая обеспечивается наличием общих, специальных и специфических способностей. Так, под способностями в специальном смысле понимают комплекс психических свойств человека, делающий его пригодным к определенному, исторически сложившемуся виду профессиональной деятельности. Формирование способностей предполагает усвоение индивидом выработанных человечеством в процессе общественно-исторического развития способов деятельности. Таким образом, способности человека определяются не только анатомо-физиологическими особенностями индивида, навыками, умениями и задатками, а, прежде всего, достигнутым историческим развитием человечества [7, с. 453].

Проблему способностей можно обобщить до противостояния двух концепций – биологизаторства (одаренность, врожденный потенциал) и социологизаторства (влияние социальной среды). Проанализируем более подробно соотношение этих двух составляющих в формировании способностей креативного субъекта. Прежде всего, отметим, что не следует путать способности и задатки. В отличие от задатков, формирующихся преимущественно на биологической и генетической почве, способности образуются путем усвоения знаний, приобретения умений и навыков, то есть исторически.

Однако некоторые авторы, например, коллектив российских психологов под руководством М. С. Лейтеса, одаренность интерпретируют как «способности к выдающимся достижениям во всякой социально значимой сфере деятельности», а относительно детей и подростков – как «более высокое, чем у сверстников, при прочих равных условиях восприятие и более выявленные проявления творчества» [8, с. 3].

Мы склонны считать, что способности формируются в обществе посредством

приобщения к уже известным достижениям культуры. Структура способностей определяется видами деятельности, в которых принимает участие человек. Социальная среда играет доминирующую роль в формировании способностей креативной личности.

Таким образом, из связи креативности с творческими способностями вовсе не следует только ее индивидуально-психологическая детерминация. Так, несмотря на первоначальную сугубо психологическую интерпретацию этого понятия, уже Дж. Гилфорд, как отмечают некоторые исследователи [см.: 9, с. 3], подчеркивал многозначность термина «креативность» и возможность использования его в самых разнообразных областях исследования.

Анализ словарных статей в философских словарях советского периода на предмет выявления интерпретаций понятия «креативность» не увенчался успехом. В подобной литературе того периода находило отражение только понятие «творчество». По-видимому, основанием этой тенденции явилась идиосинкразия идеологии советского коммунизма на всякую инновационную деятельность. Впервые в философском словаре понятие «креативность» используется в 1991 году и определяется как «порождающее свойство, характерная черта творческой личности, процесса, продукта, проявляющаяся в смене универсума культуры, опыта индивида или социальной значимости» [10, с. 136].

М. А. Венгеренко, анализируя «креативность» отмечает, что это слово происходит от английского «creativity», что переводится как тварность, тем не менее «...чаще встречается в обобщенном и новом значении другой термин – "creativity" – творчество, тварность» [9, с. 3]. Действительно, в зарубежной научной, публицистической и художественной литературе используется понятие «creativity». Сложность заключается в том, что эквивалентом понятия «creativity» в русском языке является «творчество». Последнее время все чаще в русскоязычной литературе используется понятие «креативность» как неологизм. Возникает вопрос: в каком значении оно используется – как синоним «творчества» или в каких-либо других?

Склонны отождествлять креативность и творчество, например, такие авторы, как А. Уайтхед, Н. В. Грищенко. Так, в работе А. Н. Уайтхеда «Приключение идей» читаем: «Креативность есть актуализация потенциальности. Объекты, рассматриваемые сами по себе, пассивны, однако, рассматриваемые в совокупности, они оказываются носителями креативности, которая движет мир. Процесс творчества является формой единства универсума» [11, с. 580]. Однако в другом переводе [см.: 12, с. 161–163] понятие «creativity» переводится как «творчество». Современный украинский философ Н. А. Грищенко приходит к заключению, что существует достаточно оснований считать «креативность» и «творчество» тождественными понятиями [см. 13].

Сравним понятия креативности и творчества. Если давать этимологическое определение креативности (создание бытия из небытия), то оно окажется сходным с определением творчества, которое давал еще Платон. Так, в диалоге «Пир» он пишет: «Всякий переход из небытия в бытие – это творчество, и, следовательно, создание любых произведений искусства и ремесла можно назвать творчеством, а всех

создателей – их творцами» [14, с. 135].

Однако если мы будем руководствоваться только этимологическим определением, то рискуем совершить «этимологическую» ошибку, аналогичную той, что подметил Ф. Энгельс у Л. Фейербаха при определении последнего религии. Необходимо учитывать исторический рост содержания понятия.

«Творчество – действие по глаг. творить в 1 знач. История жизни и творчества Пушкина. Художественное, научное т. || Результат этого действия, совокупность созданного, сотворённого кем-нибудь» [15, с. 1036].

В. Даль приводит множество значений слова творить: «Творить – давать бытие, сотворять, созидать, производить, рождать. *Творить умом* – созидать научно или художественно. Производить, делать, исполнять, чинить. *Творить суд и правду*. Растворять или разводить в жидк., распускать, месить или замешивать. *Творить хлебы, тесто* или *квашню* – ставить, месить. *Творить известь* – размешивать на воде. -ся – быть твориму. Црк. истор. притворяться, прикидываться, принимать вид. Тут слышу чудеса творятся! Творение – всё созданное, сотворённое; создание, тварь. *И козявка Божье творение*. Сочинения, и вообще всё, созданное умом человека. Творец – Бог, Создатель, Мироздатель. Творец неба и земли. Делатель, производитель, исполнитель, изобретатель, сочинитель, основатель» [16, с. 524].

Творчество – «условный термин для обозначения психического акта, выражающегося в воплощении, воспроизведении или комбинации данных нашего сознания, в (относительно) новой и оригинальной форме, в области отвлеченной мысли, художественной и практической деятельности (Т. научное, Т. поэтическое, музыкальное, Т. в изобразительных искусствах, Т. администратора, полководца и т. п.)» [17, с. 729].

В философском словаре под редакцией И. Т. Фролова приводится такое определение: «Творчество – процесс человеческой деятельности, создающий качественно новые материальные и духовные ценности» [7, с. 474].

Существует множество определений творчества, в которых раскрываются различные аспекты этого феномена. В связи с этим возникает необходимость систематизировать эти определения. Например, В. Н. Николко делит определения творчества на «деятельностные», «психологические», «процессуальные», «аспектные», «причинные», «иррациональные», из которых, в свою очередь, выделяет дилеммы: рациональные – иррациональные определения; процессуальные – аспектные; природные – деятельные; результативные – психологические; операциональные – целевые.

Современный украинский философ А. К. Чаплыгин дает следующее определение творчества. Как философское понятие, творчество «...отражает механизмы активного отношения человека к окружающему миру и самому себе», как феномен бытия – «сложное системное явление, которое осуществляется в координатах, охватывающих достаточно разные проявления субъективного и объективного миров» [18, с. 33].

В современных публикациях по данной проблеме креативность продолжают определять как способность к творчеству, однако в большей степени ее связывают с экономикой, технологиями, ориентацией на массовое потребление. Так, креативность

с экономическим сознанием связывает философ Т. С. Орлова. Она интерпретирует креативность экономического сознания как творческий потенциал сознания, обусловленный социально-ценностными ориентациями личности, стоящими перед ней целями и задачами [19].

Американский бизнесмен и профессор по проблемам креативности в Гарвардской бизнес школе Джон Као определяет это понятие как процесс генерирования идей, продуцирование их в ценности, который характеризуется новаторством и предприимчивостью [20].

А. Г. Зуев и Л. А. Мясникова интерпретируют креативность как способность индивида приносить «информационную пользу», то есть производить *добавленную информационную стоимость* [21].

Американский экономист Р. Флорида считает, что двигателем новой экономики является креативность, и определяет ее как «производство новых форм и моделей, которые можно с легкостью распространять и широко использовать (сюда относятся, например, "разработка новых видов продукции для массового производства, продажи и потребления" или "изобретение теоремы или стратегии универсального значения")» [22, с. 58]. Он пишет, что для креативного субъекта свойственно не только изобретение новой мышеловки, но и понимание того, для чего она нужна. По его мнению, креативность новой экономики проявляется в соединении трех сфер: технической новации, бизнеса и культуры.

Современный украинский философ В. К. Рыбалко отмечает корреляцию креативности и экономической методологии [23, с. 30–37].

Связь креативности с технологиями отмечает М. Маклюэн: «Креативность – это только технология организации творческого процесса» [24].

А. К. Высоковский определяет креативность как «способность субъекта создавать не столько новые продукты, сколько новые схемы или алгоритмы для создания этих продуктов, а также схемы и алгоритмы для создания самих новых схем и алгоритмов» [25].

Продолжая тему связи креативности и технологий, следует отметить появление новых понятий («креативный город», «креативные индустрии»), которые озвучивают новые явления социальной жизни. Так, Ч. Лэндри, автор книги «Креативный город», отмечает связь креативности с городской средой. Город является региональной идентичностью, с которой себя отождествляют субъекты креативности. В своей книге он описывает примеры городов Великобритании, которые пребывали в кризисе, но вышли из него благодаря стратегии «креативного города» и развитию «креативных индустрий».

«Креативный город» – это политика муниципальных властей, направленная на преобразование индустриальных городов, находящихся в кризисе, в постиндустриальные и конкурентоспособные. Чиновников не интересует креативность для создания нового. Их интерес заключается в создании конкурентного преимущества города (добавленной стоимости), которое возможно благодаря креативности. Получается, что они должны создать условия, стимулирующие привлечение креативных личностей.

«Креативные индустрии» – в большей части коммерческие предприятия, базирующиеся на использовании креативности. Официальное определение креативных индустрий, принятое департаментом культуры, СМИ и спорта правительства Великобритании, звучит так: это «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [26]. К креативным индустриям относятся такие сферы, как реклама, дизайн, ремесла, архитектура, изготовление модной эксклюзивной одежды, все, что связано с радио-, аудио-, теле-, кино-, видеоиндустриями, производство программного обеспечения, Интернет и др.

Например, креативность в области рекламы, а значит, в сфере массового потребления, Э. Грином определяется как «присущая каждому из нас способность создавать что-либо новое путем объединения в новом контексте двух или более разнородных элементов с целью сообщить продукту добавленную стоимость» [27, с. 22].

Е. Н. Юдина интерпретирует креативность в PR-контексте – как способность выявлять и разрешать противоречия, используя скрытые ресурсы системы взаимодействия, то есть коммуникативные ресурсы партнеров и посредников [28, с. 184–190].

Таким образом, есть основание полагать, что в последнее время все больше авторов предпочитают рассматривать креативность в экономическом аспекте, где креативность определяется как стремление к продуцированию новых технологий в сфере творческих индустрий, стимулируемая получением добавочной стоимости. Очевидно, что «экономический» взгляд на креативность недостаточен. Необходим более широкий контекст.

**Выводы.** Компаративный анализ понятий творчества и креативности показал, что немногие теоретики склонны разводить данные понятия. Сходство творчества и креативности состоит в том, что в одном и другом случае мы имеем дело с решением общезначимых проблем, а не задач, где получение нужного результата возможно только с использованием инноваций. При известном сходстве мы полагаем и различия. Дифференциация анализируемых понятий состоит, по нашему мнению, в континуальной природе творчества и дискретной природе креативности как социокультурных явлений. Полагаем, что дискретность креативности может быть обоснована скачковостью социальных явлений, например, креативность есть склонность к творчеству. Разработку содержания последнего определения видим в контексте теории социомаргиналистики.

Литература:

1. Кондаков И. М. Психология: Иллюстрированный словарь. – СПб, 2003.
2. Социологическая энциклопедия: В 2 т. – Т. 1 / Рук. научного проекта Г. Ю. Семигин. – М., 2003.
3. Штайнер Х. Основные теоретико-мировоззренческие и политико-идеологические установки в марксистско-ленинском подходе к изучению проблем научного творчества // Социализм и научное творчество. – М., 1980.
4. Новиков Б. В. Творчество и философия. – К., 1989.

5. *Психогимнастика* в тренинге / Под ред. Н. Ю. Хрящевой. – СПб, 2002.
6. Меркулов И. П. Креативность // *Философия: Энциклопедический словарь* / Под ред. А. А. Ивина. – М., 2004. – [http://arion.ru/wiki/Kreativnost'](http://arion.ru/wiki/Kreativnost)
7. *Философский словарь* / Под ред. И. Т. Фролова. – 5-е изд. – М., 1986.
8. *Психология одаренности детей и подростков* / Под ред. Н. С. Лейтеса. – М., 1996.
9. Венгеренко Н. А. Творчество и современная эпоха // *Человек и творчество*. – Л., 1973.
10. Буш Г. Креативность // *Современная западная философия: Словарь*. – М., 1991.
11. Уайтхед А. Н. Избранные работы по философии. – М., 1990.
12. Налимов В. В. Спонтанность сознания. – М., 1989.
13. Грищенко Н. В. Феномен творчості (філософсько-онтологічні засади): Дис. ... канд. філос. наук. – Х., 1995.
14. Платон. Сочинения в 4-х т. – М., 1993. – Т. 2.
15. Ушаков Д. Н. Большой толковый словарь современного русского языка. – М., 2005.
16. Даль В. И. Толковый словарь русского языка. Современная версия. – М., 2002.
17. Батюшков Ф. Творчество // *Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и Эфрона*. – СПб, 1901. – Т. 64.
18. Чаплигін О. К. Творчий потенціал людини: від становлення до реалізації (соціально-філософський аналіз). – Х., 1999.
19. Орлова Т. С. Креативность экономического сознания личности: Автореф. дисс. ... д-ра филос. наук. – Тюмень, 2006.
20. Kao J. *The Art and Discipline of Business Creativity*. – Harper Collins, 1996.
21. Зуев А. Г., Мясникова Л. А. Нетократия: Стратегические противоречия сетевого информационного общества. – [http://www.postindustrial.net/doc/free/Netokratia%209\\_2005.DOC](http://www.postindustrial.net/doc/free/Netokratia%209_2005.DOC)
22. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М., 2007.
23. Рибалко В. К. Креативний характер економічної методології // *Вчені записки ХІУ*. – Вип. № 9. – Х., 2002.
24. Маклюэн М. Теория креативности. – <http://www.reklamaster.com/creativ/creativ.html>
25. Высоковский А. К. Креативность как ресурс // *Отечественные записки*. – 2005. – № 4. – <http://magazines.russ.ru/authors/v/vysokovskij>
26. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России // *Отечественные записки*. – 2005. – № 4. – <http://magazines.russ.ru/oz/2005/4>
27. Грин Э. Креативность в публичных отношениях. – 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. А. Н. Андреевой. – СПб, 2004.
28. Юдина Е. Н. Креативное мышление в PR (в системе формирования социокультурных связей и отношений). – М., 2005.