

Концепт «креативность»: теоретическая модель и актуальные смыслы в современной культуре

А. О. Гетманенко

*Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
ana2170@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена концепту «креативность», который рассматривается как способность человека нестандартно мыслить, как ресурс инновационного развития и качественного преобразования социокультурной сферы. При этом подчеркивается значимость ценностных, нравственных, этических норм в понимании креативности. Особое внимание уделяется смысловому разделению терминов «творчество» и «креативность». На основе теории концепта Ю. С. Степанова автор выстраивает теоретическую модель концепта «креативность».

Ключевые слова: креативность, творчество, креативный ресурс, социокультурная среда, концепт

Для цитирования: Гетманенко А. О. Концепт «креативность»: теоретическая модель и актуальные смыслы в современной культуре // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 5 (886). С. 155–160.

Original article

The Concept of “Creativity”: Theoretical Model and Current Meanings in Modern Culture

Anastasiya O. Getmanenko

*Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia
ana2170@yandex.ru*

Abstract. This article is devoted to the consideration of the concept of “creativity”. Creativity is considered as a person’s ability to think outside the box, as a resource for innovative development and qualitative transformation of the sociocultural sphere. At the same time, the importance of value, moral, and ethical norms in understanding creativity is emphasized. Particular attention is paid to the semantic separation of the terms “creativity” and “creativity”. Based on the theory of the concept by Yu. S. Stepanov, the author builds a theoretical model of the concept “creativity” as a layered formation.

Keywords: creativity, creation, creative resource, sociocultural environment, concept

For citation: Getmanenko, A. O. (2024). The concept of “creativity”: theoretical model and current meanings in modern culture. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 5(886), 155–160. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Одним из ключевых приоритетов социально-экономического развития России на современном этапе является создание условий, способствующих актуализации человеческого потенциала, содержащего в себе интенции к созданию новых решений в различных сферах. В рамках данного исследования понятия «человеческий потенциал» и «человеческий капитал» используются как синонимичные. Р. Флорида указывал на то, что именно креативный потенциал является ключевым фактором, стимулирующим развитие общества и обуславливающим экономический рост [Florida, 2005]. Как отмечают А. В. Кирьякова и В. В. Мороз, «в условиях сложного и стремительно меняющегося мира возрастает потребность в новых креативных подходах во всех сферах жизнедеятельности человека, начиная от корпоративного стратегического планирования и заканчивая рутинными ежедневными видами деятельности» [Кирьякова, Мороз, 2015, с. 60].

Человеческий потенциал в контексте социологии и экономики рассматривается как совокупность знаний и личностных характеристик, которые могут выступить в качестве производственного ресурса. С точки зрения социологии человеческая личность является самоценностью, стремящейся к реализации своих способностей и свободно распоряжающейся ими [Пак, 2018].

Механизмами реализации данного приоритета в России являются программы поддержки предпринимательства, увеличения инвестиций в сферу науки, поддержки молодежных инициатив. В контексте государственной культурной политики человеческий потенциал актуализируются в сфере художественной культуры и социокультурного проектирования.

Одним из ключевых элементов человеческого капитала выступает креативность как способность к выработке новых, нестандартных решений, а также специфическое свойство личности, предусматривающее в качестве базовой установки «открытость новому».

Необходимость развития креативного мышления находит отражение в трансформации содержательной части образования на всех ступенях, что выражается в увеличении количества практико-ориентированных занятий, внедрении методов «кейс-стади», применении проектных технологий.

Обозначенные выше тенденции позволяют сделать вывод о формировании социокультурной среды нового – креативного – типа, основным актором которой становится «человек творческий». Это, в свою очередь, обуславливает необходимость осмысления концепта «креативность», формирующих его смыслов в контексте социально-гуманитарного знания.

О ЗНАЧЕНИИ КРЕАТИВНОСТИ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

В социально-гуманитарном знании концепт «креативность» изучается в контексте психологического, педагогического, социологического и экономического дискурса. Интенсификация исследований относится к середине XX века – периоду, связанному с рядом преобразований в социально-экономической сфере, переходом к постиндустриальному обществу.

Первые попытки осмысления креативности как феномена, характеризующего особый тип нелинейного мышления, были осуществлены психологами. Традиционно родоначальником исследований креативности называют американского психолога Дж. Гилфорда, выделившего в структуре интеллекта два типа мышления: конвергентное (линейное) и дивергентное (нестандартное, характеризующееся оригинальностью и большим количеством вырабатываемых решений). Автором термина «креативность» является Э. Торренс, определивший данный феномен как «чувствительность к задачам, дефициту и пробелам знаний, стремление к объединению разноплановой информации; креативность выявляет связанные с дисгармонией элементов проблемы, ищет их решения, выдвигает предположения и гипотезы о возможности решений; проверяет и опровергает эти гипотезы, видоизменяет их, перепроверяет их, окончательно обосновывает результат» [Torrance, 1984, с. 334].

В рамках психологического дискурса понятия «креативность» и «творчество» рассматриваются как синонимичные. Изучению проявлений и творчества посвящены исследования таких отечественных авторов, как Л. С. Выготский, Д. Б. Ушаков, Я. А. Пономарева, В. Н. Дружинин, Н. С. Лейтес, А. М. Матюшкин, А. А. Мелик-Пашаев, В. Д. Шадриков, Д. Б. Богоявленская, А. И. Савенков, В. С. Юркевич и др. В психологическом словаре творчество при этом определяется как «всякая практическая или теоретическая деятельность человека, в которой возникают новые (по крайней мере, для субъекта деятельности) результаты (знания, решения, материальные продукты)»¹. Способность выработки новых решений базируется на основе анализа ситуации, синтеза ее разнообразных элементов, допущения возможности трансформации среды и моделирования возможных вариантов решения.

В современных психологических исследованиях креативности выделяются два основных подхода. В соответствии с первым креативность

¹Большой психологический словарь. URL: https://gufo.me/dict/psychologie_dict/%D0%A2%D0%92%D0%9E%D0%A0%D0%A7%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%9E

представлена как внутриличностное свойство, актуализация которого обусловлена внутренними мотивациями и стремлением к актуализации. Второй подход – социокультурный – связывает реализацию креативного потенциала с внешними стимулами. По нашему мнению, в основе творчества лежит стремление к преобразованию социокультурной среды (в том числе – наполнению ее новыми смыслами посредством символического языка художественной культуры), возникающее на основе осознания индивидом наличия проблемного поля, вызываемого этим эмоционально-чувственным переживания и, как следствие, импульса к активному действию. Таким образом, в основе креативности как психологического феномена лежит, с одной стороны, чувствительность к средовым факторам (сюда же могут быть отнесены и сопереживания, сострадание, эмпатия, милосердие как проявление неравнодушия к жизни и положению других людей), с другой – свобода как возможность и условие создания нового решения выявленной проблемы.

Стремление к созданию среды, стимулирующей развитие креативности, находит отражение в решениях, осуществляемых в рамках современной российской системы образования. Так, дошкольное образование ориентировано на наиболее полное раскрытие способностей каждого ребенка; начальное общее, основное общее и среднее общее образование предусматривают необходимость формирования у ребенка функциональной грамотности, одним из элементов которой является креативное мышление; в системе среднего профессионального образования акцент делается на формировании компетенций, связанных со способностью принятия решений в нестандартных ситуациях, осуществления поиска необходимой информации; высшее образование ориентировано на формирование таких универсальных компетенций, как критическое мышление, проектная деятельность, самоорганизация и т. д. Очевидно, что креативность из способности, связанной с самовыражением отдельных индивидов, преобразуется в базовый навык, владение которым предопределяет не только личную успешность человека, но и является показателем развития у него адаптивных механизмов, обеспечивающих возможность деятельности в условиях быстро меняющейся среды. Это определяет возникновение новой тенденции в сфере образования: «развитие образования как метапространства культурной коммуникации, в котором культурные различия воспринимаются как ценность, а объединение и встреча людей, обладающих уникальной культурной индивидуальностью, становятся источниками креативности в образовании» [Андрюхина, 2019, с. 20]. Исследователями также отмечается, что

для актуализации заложенного в детях потенциала единственным способом обучения, приближенным к достижению этих целей, является обучения через творчество [Гладких, 1995].

В самой социокультурной среде возникают новые вызовы: креативные идеи, направленные на решение возникающих проблем, и при том в обществе сама креативность рассматривается как элемент социализации и инкультурации. Инновационная среда обуславливает развитие «креативного человека», являющегося ее порождением и ресурсом одновременно. Как отмечает Л. М. Андрюхина, «парадоксальность XXI в. заключается в том, что современная культура ставит человека перед альтернативой не просто предмета творческих поисков, но перед выбором, касающимся фундаментальных основ его жизни: быть креативным или сойти со сцены» [Андрюхина, 2013, с. 4]. Свобода творчества, таким образом, становится ограниченной требованиями, которые предъявляет среда..

Креативные интенции ставятся в зависимое от социального и экономического запроса положение. При этом заложенная в основе творческого решения новизна определяется ограниченными временными рамками: креативные идеи, воплощенные в форме результата интеллектуальной деятельности или конкретного продукта, моментально встраиваются в повседневную и специализированную культуру. В результате «новое» очень быстро становится «обыденным». Это, в свою очередь, определяет требование к скорости обработки человеком информации, проведения критического проблемно-ситуационного анализа, выработке нового решения. И здесь риски выражаются в возможном увеличении множества решений, не имеющих единой концептуальной линии, а значит, не предусматривающих согласованности результатов, рассмотрения системных изменений. Разрозненность инновационных решений может рассматриваться как один из потенциальных факторов повышения атомизации общества, где каждый человек представляется исключительно как источник креативных ресурсов.

Укреплению значимости креативности на современном этапе развития России способствует активное внедрение кластеризации в социокультурную сферу. Особенно актуальным это становится в связи с развитием креативных индустрий. Кластер как особая социокультурная среда является стимулом развития креативности и пространством репрезентации творческих решений. Аккумулируя в себе ресурсы различных отраслей экономики, он создает пространство открытой свободной коммуникации субъектов, способствует выстраиванию новых связей, партнерских отношений, тем самым

определяя потенциал к возможности выработки творческих идей и решений на основе синтеза различных элементов культуры.

В свою очередь, креативный ресурс может быть рассмотрен с позиции объективной (креативность как инновационный потенциал общества), так и субъективной (креативность как условие включения в инновационные процессы и внутреннее стремление). Как отмечает Н. Б. Березанская, «управление инновационным развитием России невозможно без специальных мероприятий, возвращающим творчеству статус терминальной ценности, учета обоснованной типологии поведения личности как субъекта инновационной деятельности» [Березанская, 2011, с. 101]. Однако, по нашему мнению, креативность не является терминальной ценностью. Для обоснования данного тезиса обратимся к рассмотрению феномена креативности в контексте философско-культурологического дискурса.

СПЕЦИФИКА ИНТЕРПРЕТАЦИИ КРЕАТИВНОСТИ В ФИЛОСОФСКО- КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Переходя к рассмотрению креативности с позиции философского и культурологического дискурса, отметим, что в русле философии на протяжении многих веков осмысление выстраивалось вокруг феномена творчества. Это связано с тем, что само понятие творчество зародилось в философской мысли значительно раньше, и было связано с актами Сотворения мира, вопросами теодицеи, позднее – антроподицеи, философско-мистическим и философско-психологическим направлением.

Отечественные философы традиционно рассматривают творчество как свободу, такова позиция: Г. С. Батищева, Н. А. Бердяева, В. Д. Губина, А. Ф. Лосева и др. В контексте такого философского подхода как инструментализм творчество рассматривается в качестве интенции, на основе которой выстраивается преобразующая деятельность человека (Дж. Дьюи, С. Хук, А. Чайлд, Дж. Шлезингер). Отмечается, что индивид в процессе творчества стремится «к расширению своего влияния на эмпирическую реальность путем ее анализа, выявления законов взаимодействия и создания новых вещей: механизмов, машин и т. п., – т. е. к изменению материального мира, созданию материальных ценностей» [Столетов, 2010, с. 6].

Осмысление свободы как основы творчества и креативности в современных реалиях обнаруживает конфликт, центром которого становится человек: свобода определяет право и возможность человека на включение в креативные практики или отказ от такового. Однако, как было обозначено

выше, социокультурный контекст диктует обратное, позволяя говорить о росте угрозы дискриминации и социальной эксклюзии на основе отказа.

Под влиянием креативности происходит трансформация восприятия нового: человек становится открыт инновации как Иному, существование которого не только допустимо, но и приветствуется. Это обуславливает укрепление толерантности как ценности, которая определяет готовность человека к восприятию Иного, сопровождаемого его положительной эмоционально-чувственной окраской. Однако Иное тоже оценивается с позиции нескольких критериев:

- 1) достижение (субъективная оценка, основанная на соответствии креативного результата положенной в его основу идее);
- 2) полезность (объективная оценка в случае, если креативное решение соответствует социальному заказу, способствует разрешению социокультурных проблем и повышению качества жизни);
- 3) оригинальность, зачастую выражаемая в уникальности предлагаемого решения.

При этом любое креативное решение традиционно рассматривается как нестандартное, нешаблонное. И данное положение предопределяет то, что в самой креативной идее заложены ограничения: оригинальность может обеспечить соответствие критерию достижения в субъективном плане, но останется ограниченной с точки зрения полезности.

Кроме того, вопрос свободы творчества и креативности с неизбежностью порождает вывод о культуросообразности вырабатываемых решений. Очевидно, что отсутствие предзаданных этических, ценностных, нравственных ориентиров обуславливает то, что творчество не всегда является источником положительно-оцениваемого результата. История человечества хранит память об инновациях, разрушительных по своей природе, становящихся источниками распространения конфликтов и розни. Здесь, соглашаясь с О. Н. Астафьевой, отметим, что свободное творчество, основанное на принципах самоорганизации, возможно только тогда, когда существуют определенные рамки, обозначенные, повторимся, нравственными, ценностными, эстетическими установками, общественным устройством, культурными традициями и нормами.

Основываясь на приведенных выше тезисах, мы предлагаем разграничить понятия «творчество» и «креативность» в контексте культурологии. Творчество – это ядро креативности, ценностной основой которого является свобода самовыражения. В контексте культуры творчество связано с созданием новых символов, наделением их смыслами. Креативность же, свою очередь, рассматривается нами как утилитарный элемент творчества,

результат которого с необходимостью должен отвечать требованиям культуросообразности и общественной полезности.

Важно также обратить внимание на субъект творчества и креативности. Творческая деятельность, по нашему мнению, свойственная только человеку, базируется на его эмоционально-чувственных переживаниях, возникает на основе оперирования целостными представлениями, характеризуется процессами вдохновения. Креативность, в свою очередь, является утилитарной интерпретацией творческой деятельности, результат которой соответствует рассмотренным выше критериям. Именно поэтому деятельности в сфере художественной культуры является творческой, тогда как иные культурные практики (в том числе социокультурное проектирование) – креативными.

В эпоху интенсивного инновационного развития, характеризующуюся возрастанием роли искусственного интеллекта и его внедрением в жизнь человека, источником креативных решений становится не только человек. Специально разработанные алгоритмы искусственного интеллекта, основывающиеся на обработке больших массивов информации, в разы превышающих мощность аналитических способностей человека, становятся источниками новых, нестандартных решений существующих запросов. Отличительной особенностью данных систем является их быстрая обучаемость, а значит, высокая производительность. По данным исследований искусственный интеллект по уровню креативности превышает возможности 99 % людей, а интенсивность развития технологий в данной сфере позволяет предположить, что в скором времени этот уровень станет недостижим для человека. При этом вырабатываемые искусственным интеллектом решения будут становиться всё более качественными, что обеспечит их полное соответствие требованиям, предъявляемым обществом.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ КОНЦЕПТА «КРЕАТИВНОСТЬ»

Проведенный выше анализ позволяет говорить о возможности построения теоретической модели концепта «креативность». В качестве базовой теории нами выбран подход Ю. С. Степанова, рассматривающего концепт как слоистое образование, в структуре которого выделяется ядро (основа, на которой держатся все остальные слои), пассивный слой (отражает историко-культурный контекст, доступен для некоторых социальных групп), актуальный слой (наиболее доступный для понимания всем, кто пользуется языком; инструмент общения) [Степанов, 2007].

По нашему мнению, ядром креативности является творчество. Само понимание базиса концепта «креативность» основывается на принципах свободы и толерантности (в данном случае подразумевается открытость Иному и новому). При этом в данном случае творчество выступает в качестве терминальной ценности, определяющей структуру и направленность деятельности человека.

Пассивный слой характеризуется индивидуальными интеллектуальными конструктами, чувственно-эмоциональными представлениями и переживаниями. Здесь смысл креативности выражается в актуализации внутренних интенций, характеризует сам процесс создания творческого решения и встраивания его в историко-культурный и социокультурный контекст на основе определенных ценностных, нравственных установок, культурных норм, традиций. В рамках данного слоя формируется и специфика понимания креативности в контексте определенной национальной культуры: если в западном обществе основой для создания нового решения становится отказ от традиций, а субъектом выступает отдельный индивид, то в современной России именно пласт традиционной культуры выступает в качестве материала, на основе которого выстраиваются креативные практики. Кроме того, подразумевается коллективный (командный) характер работы.

Создаваемые креативные решения должны быть направлены на решение социокультурных проблем. Их эффективность оценивается на основе качественных изменений социокультурной ситуации, что и формирует актуальный слой концепта «креативность». Кроме того, актуальный слой составляют различные формы креативных решений, совокупность концептуально выстроенных проектов, идей, решений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Достижение стратегических целей развития России на современном этапе в качестве ключевого ресурса рассматривает креативный потенциал общества. Креативность как феномен является предметом междисциплинарных исследований, в контексте которых акцентируются различные аспекты, однако отсутствует их концептуальное единство. Осмысление концепта «креативность» в русле культурологии позволяет выявить не только не внутренние конфликты, которые могут стать источником возникновения социокультурных проблем, но и сформировать целостное представление о феномене и его роли в современной культуре.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Florida R. The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent. Harper Business, Harper Collins, 2005.
2. Кирьякова А. В., Мороз В. В. Аксиология креативности в условиях современной парадигмы образования // Высшее образование сегодня. 2015. № 2. С. 6064.
3. Пак Л. Г. Развитие креативности обучающихся образовательной организации высшего образования // Вестник Оренбургского государственного педагогического университета. 2018. № 4. С. 311–323.4.
4. Torrance E. P. Some products of twenty-five years of creativity research. Educational perspectives. 1984. V. 22. № 3. P. 322–336.
5. Андрюхина Л. М. Креативность, креативный потенциал и креативные практики в образовании. Екатеринбург: Издательство Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2019.
6. Гладких З. И. Влияние микро- и макросреды на становление музыкально-творческого потенциала личности // Творчество и личность: тезисы докладов международного симпозиума 16-18 мая 1995 г. Курск, 1995. С. 72–74.
7. Андрюхина Л. М. Культурная топология креативности: возможности XXI века // Инновационные проекты и программы в образовании. 2013. № 1. С. 3–8.
8. Березанская Н. Б. Креативность в структуре инновационной деятельности личности // Инновации. 2011. № 1 (147). С. 99–101.
9. Столетов А. И. Сущность креативности и ее типы // Креативность в пространстве традиции и инновации. Третий Российский культурологический конгресс с международным участием. Санкт-Петербург: Эйдос, 2010. С. 6–7.
10. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. Москва: Языки славянских культур, 2007.

REFERENCES

1. Florida R. (2005). The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent. Harper Business, Harper Collins.
2. Kir'yakova A. V., Moroz V. V. (2015). Aksiologiya kreativnosti v usloviyah sovremennoj paradigmy obrazovaniya. = Axiology of creativity in the conditions of the modern paradigm of education. Higher education today, 2, 60–64. (In Russ.)
3. Pak L. G. (2018). Development of Creativity Of Students In Higher Educational Institutions. Vestnik of Orenburg State Pedagogical University. Electronic Scientific Journal, 4(28), 311–323. (In Russ.)
4. Torrance, E. P. (1984). Some products of twenty-five years of creativity research. Educational perspectives, 22(3), 322–336.
5. Andryuhina, L. M. (2019) Kreativnost', kreativnyj potencial i kreativnye praktiki v obrazovanii. Ekaterinburg = Creativity, creative potential and creative practices in education. Ekaterinburg. Publishing house RGPPU.
6. Gladkikh, Z. I. (1995). Vliyanie mikro- i makrosredy na stanovlenie muzykal'no-tvorcheskogo potenciala lichnost. = The influence of the micro- and macroenvironment on the formation of the musical and creative potential of the individual. In Tvorchestvo i lichnost' (pp. 72–74): tezisy dokladov mezhdunarodnogo simpoziuma. 1995, May 16–18. Kursk. (In Russ.)
7. Andryuhina, L. M. (2013). Kul'turnaya topologiya kreativnosti: vozmozhnosti XXI veka = Cultural topology of creativity: opportunities of the XXI century. Innovacionnye proekty i programmy v obrazovanii, 1, 3–8. (In Russ.)
8. Berezanskaya, N. B. (2011). Kreativnost' v strukture innovacionnoj deyatel'nosti lichnosti = Creativity in the structure of the individual's innovative activity. Innovacii, 1(147), 99–101. (In Russ.)
9. Stoletov A. I. (2010). Sushchnost' kreativnosti i ee tipy = The essence of creativity and its types. In Kreativnost' v prostranstve tradicii i innovacii (pp. 6–7): Tretij Rossijskij kul'turologicheskij kongress s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg: Jeidos. (In Russ.)
10. Steponov, U. S. (2007). Koncepty. Tonkaya plenka civilizacii. Moskva = Concepts. A thin film of civilization. Moscow: LRC Publishing House. (In Russ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Гетманенко Анастасия Олеговна

кандидат психологических наук

старший преподаватель кафедры мировой культуры Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Getmanenko Anastasiya Olegovna

PhD (Psychology)

Senior Lecturer at the Department of World Culture, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

09.02.2024
11.03.2024
09.04.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication