

Креативность и творчество: соотношение понятий

Шишкина Лидия Ивановна

Северо-Западный институт управления — филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург)

Профессор кафедры филологии и журналистики

Кандидат филологических наук, доцент

lidia_shishkina@mail.ru

РЕФЕРАТ

В статье соотносятся два важнейших современных понятия: креативность и творчество. Содержание данных феноменов рассматривается в историко-культурном контексте. Доказывается, что понятие «креативность» становится знаковым для эпохи цивилизации с характерным для нее культом технического прогресса, прагматизмом, эпохи демократизма и «торжества масс».

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

креативность, творчество, постмодернизм, знаково-коммуникативная система, цивилизация, креативный класс

Shishkina L. I.

Creativity and Creation: Value Concepts

Shishkina Lidia Ivanovna

North-West Institute of Management — branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Saint-Petersburg, Russian Federation)

Professor of the Chair of Philology and Journalism

PhD in Philology, Associate Professor

lidia_shishkina@mail.ru

ABSTRACT

In this article relate to two major modern concepts: creativity and creation. The meaning of these phenomena is considered in relation to the historical and cultural context. It is proved that the concept of creativity is becoming a landmark of the era of civilization, with its characteristics cult of technological progress, pragmatism, the era of democracy and the rule of the masses.

KEYWORDS

creativity, creation, postmodernism, semiotic-communicative system, civilization, creative class

Креативность — термин, который сегодня у всех на устах. Можно сказать, что он стал новым «заветным словом эпохи», каковым в XVIII и XIX вв. был «прогресс», а в XX в. — «творчество». Это понятие получило широкое распространение в различных областях современной культуры: в бизнесе, политике, науке, современном искусстве. Современные словари трактуют «креативность» как творческие способности индивида, характеризующиеся готовностью к продуцированию принципиально новых идей; способность приходить к новым, при этом обоснованным решениям проблем, отклоняющимся от традиционных или принятых схем мышления и входящим в структуру одаренности в качестве независимого фактора.

Американский психолог Э. П. Торренс, «отец современной теории творчества» и создатель Теста оценки творческого мышления Торренса (ТТМТ), полагал, что креативность включает в себя повышенную чувствительность к проблемам, действия по определению этих проблем и поиску их решений; оригинальность и способность генерировать многочисленные идеи, относящиеся к деятельности в сфере [13]. Создатель «гуманистической психологии» А. Маслоу полагал, что креативность — это творческая направленность, врожденно свойственная всем, но теряемая боль-

шинством под воздействием сложившейся системы воспитания и сохраняемая лишь избранной группой носителей высших достижений [5].

В данной трактовке «креативность», по сути, становится синонимом слова «творчество», заменив традиционное и привычное понятие. Некоторые исследователи связывают это с востребованностью в постперестроечной России западного образа жизни и, как следствие, с распространением иноязычной лексики, как это было, к примеру, в эпоху петровских реформ [2, с. 88]. Такое суждение, однако, представляется чрезмерно упрощенным и односторонним. Терминологическую путаницу можно объяснить и тем, что понятие «креативность» ново и непривычно для русского сознания, и тем, что понятие «творчество» стало общим местом, его истинное содержание в настоящее время размыто. В результате созданных вокруг него многочисленных мифов слово утратило первоначальный смысл, стало ощущаться только престижем и похвалой, и современная эпоха, стремящаяся к методологической определенности, попыталась найти более точный термин.

Однако нельзя игнорировать тот факт, что против смешения понятий выступают отечественные и зарубежные ученые. Их контенты различны, и это интуитивно ощущается даже на уровне бытового сознания. Представляется, что корни различия связаны с глубинными закономерностями движения культуры и особенно-стями современной социокультурной ситуации.

Язык как знаково-коммуникативная система всегда четко реагирует на основные тенденции культурного развития. Сегодняшняя социокультурная ситуация — это та эпоха цивилизации, какой она нашла отражение в трудах русских мыслителей рубежа XIX–XX вв.: Н. Данилевского, В. Соловьева, Н. Бердяева, И. Ильина, в публицистике А. Блока и А. Белого и исследованиях западноевропейских философов: М. Хайдеггера, Й. Хейзинги, О. Шпенглера и др. Все они формулировали оппозицию культуры — как явления духа — и цивилизации как внешнего выражения материально-технического прогресса, когда духовные ценности жизни признаются иллюзорными и выдвигается приоритет материальных ценностей, стимулирующих людей к деятельности, направленной на достижение прагматических результатов, формирующих культ комфорта и материальных благ; когда эпоха генерации идей сменяется торжеством технологий; происходит подмена целей жизни средствами и орудиями жизни; творчество и развитие, характеризующие культуру, сменяются переоценкой культурных ценностей, порождающих эклектизм в искусстве и релятивизм в философии.

«Сумма технологии» — так когда-то (в 1968 г.) назвал свою книгу о будущем человечества писатель-фантаст С. Лем. Сегодня его футурологические проекты стали реальностью. Понятие «технологии» приобрело широкий смысл, который уже зафиксирован в самых современных словарях [6, с. 174]. Технологии связаны не только с техникой, но и с другими завоеваниями цивилизации, открывающими необыкновенные возможности: с новыми формами организации производства, с накопленным научно-техническим и культурным потенциалом, с целеустремленностью усилий общества и государства. Креативность тесно связана с эпохой «торжества технологий». Неслучайно этот термин, как правило, используется в профессиональной сфере, в отраслях коммерческой деятельности и маркетинговых коммуникаций, особенно там, где развита конкуренция: в бизнесе, PR-деятельности, рекламе, СМИ, дизайн-студиях. Показательно, что при обсуждении данной проблемы интернет-пользователями говорится не о творческом труде художника, писателя, но о вполне определенных сферах деятельности — дизайне, разного рода инженерных проектах, технических изобретениях, (новинках типа айфона и т. п.) — т. е. о прикладных идеях, связанных с технологиями. Если же и упоминается о художественном творчестве, то креативность так же рассматривается в плане возможности применения различных технологий на примере новых индустрий — от компьютерной графики и компьютерной анимации до цифровой музыки.

Другое дело, что сегодня цивилизационные процессы приобретают новые черты. Об этом заявил американский экономист и социолог Ричард Флорида, сформулировавший теорию креативного класса. По его мнению, креативный класс на рубеже XX–XXI вв. исполняет роль авангарда общества, которая в марксистской теории XIX в. была отведена пролетариату. Принципиальная разница заключается в том, что функция пролетариата у Маркса деструктивна, он выступал разрушителем — «могильщиком» буржуазного общества, тогда как стремительно растущий во всех странах креативный класс становится, по Флориде, созидателем и преобразователем. Он «меняет будущее», оказывая все более значимое влияние на политику и стиль жизни, на устремления даже тех слоев населения, которые не стремятся «креатизировать» свою жизнь.

Его формирование меняет самый облик культуры. На смену технократической культуре рубежа XIX–XX вв., которую Флорида называет «организационной», определяемой теориями научной организации и оптимизации труда Ф. Тейлора и практической стандартизации массового производства в результате применения ленточного конвейера Г. Форда, на рубеже XX–XXI вв. приходит «креативная эпоха». «Принято считать, — пишет ученый, — что мы сейчас живем в „информационной“ экономике или „экономике знаний“. Однако более существенная истина заключается в том, что современная экономика приводится в действие человеческой креативностью» [9, с. 80]. Если организационная эпоха с ее предельным разделением труда создала возможности беспрецедентной регламентации и контроля, унификации личности, выдвинув лозунг: «Не думай, а работай!», то «креативная эпоха» отмечена появлением человека, способного создавать новые значимые формы. Ядро креативного класса, по Флориде, составляют люди, занятые в научной и технической сферах, в индустрии моды и развлечений, чья экономическая функция заключается в создании новых технологий и нового креативного содержания. Базой креативного класса является экономика [Там же, с. 84].

Понятие «творческая личность» появляется в антропоцентрической культуре Возрождения, когда впервые человек, уподобленный Богу, счел себя вправе самому создавать собственный мир. До этого Творцом считался только Бог, а художник был рукой Бога, сосудом, в который вкладывался божественный дар. Этот культурный смысл слово «творчество» хранит и по сей день. Творить — значит уподобляться в своих делах Творцу, Богу (для более приземленных дел был глагол «создавать»). «Творить — давать бытие, сотворять, созидать» [3, с. 394], — так определял этот процесс В. Даль, а содержание творчества — как «творенье, сотворенье, созиданье» [Там же, с. 395]. Н. Бердяев сказал: «творчество — переход из небытия в бытие через акт свободы» [1, с. 9].

Таким образом, творчество всегда сопряжено с индивидуальным, личностным началом. Оно предполагает способность человека создавать то, что не имеет аналогов в материальном мире, существует в пространстве и времени, определяя духовное развитие нации и становление отдельной личности. Кроме того, современная исследовательница М. Кузнецова справедливо указывает на обязательный социокультурный смысл творчества. «Любые изменения культуры возникают только благодаря творческой активности личности, но транслируются — благодаря общественной форме представления, — формулирует она эту мысль. — Критерии творчества, объективированного в культуре, это: и принципиальная новизна (онтогносеологический аспект), и социальная значимость, оцениваемая как благо для человечества (аксиологический аспект), и совершенство исполнения (практико-эстетический аспект). Творчество действительно можно характеризовать как способ актуализации духовно-ценностных отношений человека с миром... Человеческое творчество — не просто предметная деятельность, это, прежде всего — преобразование человекомиренных отношений» [4].

Таким образом, творчество — всегда принадлежность культуры с ее обязательной элитарностью (изначально ориентировано на уникальность восприятия индивидуальности) и ценностной иерархичностью (творчество требует этической определенности).

Креативность — характерное порождение цивилизации — эпохи демократизма и «торжества масс». Неслучайно «теоретики креативности» подчеркивают способность к новому типу мышления массовидного человека. Для Ричарда Флориды «креативность не является целиком принадлежностью нескольких избранных гениев, наделенных сверхчеловеческими талантами, которым их борьба с шаблоном сходит с рук. Эта способность в различной степени свойственна практически всем людям» [9, с. 84]. Маргарет Боуден в книге «Креативное мышление» отмечает, что «для креативности значение имеют ординарные человеческие способности» [10].

Массовое сознание подразумевает сходное понимание артефактов креативности. Неслучайно креативность в современном искусстве связывается, как правило, со способностью писателя находить оригинальные сюжеты, придумывать композиционные ходы, когда от чтения трудно оторваться, — стремлением развлекать, отвлекать читателя, не загружая его напряженной духовной работой — т. е. выполнять функции массовой культуры, когда искусство теряет свою трансцендентную роль и становится предметом потребления массовидного человека.

Здесь возникает и другая проблема. Человек ординарных способностей, лишенный в настоящее время сомнений в собственной значимости и компетентности, претендующий на роль творца, обнаруживает готовность в любой момент нарушить общепринятые правила ради того, чтобы доказать собственную состоятельность через агрессивный стиль поведения, эпатаж, утверждение свободы самопроявления. Это становится характерной тенденцией современной культуры, основополагающим принципом которой являются «самовыражение и трансформация собственного «Я» с целью самореализации» (Р. Флорида). Уже «классикой» стали «реди-мейды» Марселя Дюшана типа его знаменитого «Фаянсового писсуара» (1917)¹, по поводу которого автор утверждал, что в отрыве от привычного значения и применения, помещенный в новый контекст выставочного зала предмет становится художественным произведением, артефактом, приобретающим культурно-историческую ценность. Или не менее знаменитые «Банки с супом Кэмпбелл» гуру поп-арта Энди Уорхолла, или заформалиненная в аквариуме акула, провозглашенная Адрианом Херстом образцом концептуализма и проданная Музеем современного искусства в Нью-Йорке за 14 млн долл....

Креативны ли все эти создания? Безусловно, да. Несут ли они в себе творческое начало? Большой вопрос. Ибо творчество всегда предполагает новый шаг в познании мира и человека, несет в себе заряд их преобразования в результате работы души творца, требующей столь же напряженной духовной работы читателя и зрителя. При-

¹ Реди-мэйд (от англ. ready — готовый и made «сделанный») — техника в разных видах искусства (главным образом — в изобразительном искусстве и в литературе), при которой автор представляет в качестве своего произведения некоторый объект или текст, созданный не им самим и (в отличие от плагиата и не с художественными целями).

Термин впервые введен в искусствоведческий лексикон художником Марселем Дюшаном для обозначения своих произведений, представляющих собой предметы утилитарного обихода, изъятые из среды их обычного функционирования и без каких-либо изменений выставленные на художественной выставке в качестве произведений искусства. Реди-мейды утверждали новый взгляд на вещь и вещьность. Предмет, переставший выполнять свои утилитарные функции и включенный в контекст пространства искусства, т. е. ставший объектом неутилитарного созерцания, начинал выявлять какие-то новые смыслы и ассоциативные ходы, неизвестные ни традиционному искусству, ни обиходно-утилитарной сфере бытия [Электронный ресурс] // Энциклопедия культурологии. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_culture/1101/%D0%A0%D0%B5%D0%B4%D0%B8

вычно думать, что творец «сеет разумное, доброе, вечное». Креативные же создания есть плод рационального ума их авторов, точно рассчитанные, в первую очередь, на эпатаж, самопрезентацию, на спрос и материальный успех. В статье «Креатив — искусство прагматика» Р. Нельсон, настаивая на принципиальном несовпадении понятий «творчество» и «креативность», справедливо утверждает, что «творческий процесс основывается на вдохновении автора, его способностях, традициях, которым следует автор. Если же говорить о креативном процессе, то главной его составляющей является прагматический элемент» [7] — изначальное понимание, *зачем, для кого и как* нужно создавать — вопросы, которыми творческая личность не задается. Подобный подход становится все более востребованным в современном искусстве, главная задача которого — поставить зрителя в тупик и заставить поломать голову над тем, какой смысл автор вложил в свою презентацию.

Целый ряд исследователей справедливо отмечают, что технологии современного шоу-бизнеса охватили сегодня практически все сферы нашей культуры, включая литературу. В современной ситуации постмодернистской культуры с ее свободой «шарить в мировых запасах» и поглощать все возможные стили, готовые идеи и тексты, с ее игровым началом, когда автор играет не только с использованием различных повествовательных стратегий, стилей, жанровых форм, но должен постоянно расширять круг своих читателей, осваивая новые способы включения в современную информационную среду, особую роль приобретает создание писательского статуса, сознательный выбор им имиджевых практик, широко употребляемым стал термин «проект», успешно заменивший используемые ранее «произведение искусства» или творец. «Автор умер, да здравствует проект!» — восклицает современный критик и литературовед И. Шайтанов [11, с. 54]. «Проект — это сконструированная акция, в которой проектировщик выступает не «инженером человеческих душ», а риэлтером культурного пространства. Производится поиск пустующих культурных площадей, и их последующее освоение: исторический детектив; современные комплексы подросткового сознания в условиях повсеместной молодежной моды; компьютерная игра как литературный сюжет; карнавализация социалистического гуманизма» [Там же], — пишет Шайтанов.

В романе одного из самых популярных современных писателей В. Пелевина «t», рассказывающем о том, как одно издательство решило осуществить новый масштабный проект — роман о примирении Льва Толстого с церковью, который должна была написать группа писателей-«криэйторов» — литературных «негров», герой рассуждает: «Это в ваше время писатель впитывал в себя, фигурально выражаясь, слезы мира, а затем создавал текст, остро задевающий человеческую душу. ... Но сейчас, через столетие, таблица соответствий стала другой. От писателя требуется преобразовать жизненные впечатления в текст, приносящий максимальную прибыль. Литературное творчество превратилось в искусство составления буквенных комбинаций, продающихся наилучшим образом» [8].

В числе таких писателей-проектировщиков называют имена Д. Пригова, В. Пелевина, В. Сорокина. Но лидером подобных экспериментов, безусловно, является Б. Акунин, который в 90-х гг. занял свободную нишу исторического детектива, точно рассчитанного на стереотипы массового сознания, а в 10-е гг. второго тысячелетия предпринял попытку создания нового жанра «романа — компьютерной игры» — это унибук «Квест», который можно не только читать, но и смотреть, слушать, играть с ним. «В условиях «постгутенберговской эпохи» писатель стремится привлечь к книге поколение с «клиповым сознанием», для которого компьютерный язык понятнее и ближе языка художественной литературы» [10, с. 191], — констатирует исследовательница современной постмодернистской прозы Мария Черняк.

Таким образом, оппозицию контентов «творчество» и «креативность» можно, в общих чертах, представить следующим образом:

- творчество — это *процесс* человеческой деятельности, создающий качественно новые материальные и духовные ценности;
- креативность — это *свойства* индивида, его способности к продуцированию принципиально новых идей.

Творчество подразумевает внутреннюю деятельность души и сознания, результатом которой становится создание того, что способно стать значимым явлением в науке и культуре общества на всех последующих этапах его развития.

Креативность направлена на демонстрацию человеком своих намерений, на необходимость инициировать и развивать идеи.

Творчество не есть креативность, оно первично и фундаментально. Но в условиях информационной эпохи они взаимосвязаны. Можно согласиться с выводом Р. Нельсона: «Креативность вне творчества невозможна. Креативность — это только технология организации творческого процесса, которая бесплодна сама по себе, какие бы задачи перед ней не ставились. В условиях информационного общества стал возможным синтез творчества и креативности» [7].

Литература

1. Бердяев Н. А. Смысл творчества (опыт оправдания человека). М., 1916.
2. Глазунова О. И. О творчестве и креативности // Нева. 2014. № 2. С. 188–194.
3. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. Т. 4. СПб. ; М., 1882. Репринтное издание. М., 1991.
4. Кузнецова М. А. Творчество как социокультурный феномен // Вестник Ярославского гос. ун-та им. П. Г. Демидова. Сер. Гуманит. науки. 2011. № 1(15). Электронная версия: www.culturalnet.ru/main/getfile/2510
5. Маслоу А.-Х. Новые рубежи человеческой природы. М., 2011.
6. Новиков А. М., Новиков Д. А. Методология : словарь системы основных понятий. М., 2013.
7. Нельсон Р. Креатив — искусство прагматика, или... Как сотворить продающуюся рекламную идею [Электронный ресурс]. URL: http://www.kstyati.ru/cre_articles/cre_nilson.html
8. Пелевин В. т. М., 2009. Электронная версия: <http://pelevin.nov.ru/texts/pe-t.html>
9. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2007. Электронная версия: http://prepod.nspu.ru/file.php/149/met.prob.psikh./Florida_Kreativnyi_klass.pdf
10. Черняк М. Игра на новом поле, или Еще раз о диагнозе российской прозы XXI века // Знамя, 2010. № 11. С. 189–196.
11. Шайтанов И. О. Современный эрос, или Обретение голоса // Арион, 2005. № 4. С. 54.
12. Boden M. The creative Mind: Myths and Mechanisms. 2004. Электронная версия: <http://www.docstoc.com/docs/70706645/The-creative-Mind-Myths-and-Mechanisms>
13. Torrance E. P. Creativity: Just wanting to know. Pretoria. RSA. 1994; Torrance, E.P. A philosophy of creativity. Norwood, N. J. : Ablex. 1995.

References

1. Berdyaev N. A. *Sense of creativity (experience of a justification of the person)* [Smysl tvorchestva (opyt opravdaniya cheloveka)]. M., 1916.
2. Glazunova O. I. *About creativity* [O tvorchestve i kreativnosti] // Neva. 2014. N 2. P. 188–194.
3. Dal V. I. *Explanatory Dictionary of the Live Great Russian language* [Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka]. V. 4. SPb. M., 1882. Reprint ed. M., 1991.
4. Kuznetsova M. A. *Creativity as sociocultural phenomenon* [Tvorchestvo kak sotsiokul'turnyi fenomen]. Messenger of P. G. Demidov Yaroslavl State University. Series; Humanitarian sciences [Vestnik Yaroslavskogo gos. un-ta im. P.G. Demidova. Seriya gumanit. nauki]. 2011. № 1(15). Internet version: www.culturalnet.ru/main/getfile/2510
5. Maslow A.-H. *New boundaries of a human nature* [Novye rubezhi chelovecheskoi prirody]. M., 2011.
6. Novikov A.M., Novikov of D. A. *Methodology. Dictionary of system of the basic concepts* [Metodologiya. Slovar' sistemy osnovnykh ponyatii]. M., 2013.

7. Nelson R. *Craetive — art of the pragmatist, or ... How to create on the sale advertising idea* [Kreativ — iskusstvo pragmatika, ili ... Kak sotvorit' prodayushchuyusa reklamnyu ideyu] : [Electronic resource]. URL: http://www.kstyati.ru/cre_articles/cre_nilson.html
8. Pelevin V. T. M., 2009. Internet version: URL: <http://pelevin.nov.ru/texts/pe-t.html>
9. Florida R. *Creative class: people who change the future* [Kreativnyi klass: lyudi, kotorye menyayut budushchee]. M., 2007. Internet version: URL: http://prepod.nspu.ru/file.php/149/met.prob.psikh./Florida_Kreativnyi_klass.pdf
10. Chernyak M. *Game on a new field, or Once again about the diagnosis of the Russian prose of the XXI century* [Igra na novom pole, ili Eshche raz o diagnoze rossiiskoi prozy XXI veka] // the Banner [Znamya], 2010. N 11. P. 189–196.
11. Shaitanov I. O. *Modern Eros, or Finding of a voice* [Sovremennyy eros, ili Obretenie golosa] // Arion, 2005. N 4. P. 54.
12. Boden M. *The creative Mind: Myths and Mechanisms*. 2004. Интернет-версия: <http://www.docstoc.com/docs/70706645/The-creative-Mind-Myths-and-Mechanisms>
13. Torranc E. P. *Creativity: Just wanting to know*. Pretoria. RSA. 1994; Torranc E. P. *A philosophy of creativity*. Norwood, N. J. : Ablex. 1995.