

КРЕАТИВНОСТЬ – МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ФЕНОМЕН ЧЕЛОВЕКОЗНАНИЯ

В статье раскрывается значимость феномена креативности, несмотря на сложность конкретизации данного понятия. Способность к преобразованиям является ключевой характеристикой креативности. К факторам, влияющим на развитие креативности, относят: ценности, эмоции и мотивацию.

Ключевые слова: креативность, эмоции, ценности, мотивация.

Актуальность исследования аксиологического аспекта развития креативности обусловлена преобразованиями, затрагивающими общество в целом и систему образования в частности. Мы полагаем, что именно аксиологическая составляющая креативности выступает в качестве ресурса повышения качества университетского образования.

Одновременно со стремительно происходящими изменениями, затрагивающими наше общество, меняется и взгляд на креативность. Когда-то креативность рассматривали как редкое качество, присущее только гениям науки и искусства, в настоящее же время ее считают жизненно необходимой для учения, обучения и работы человека. Некоторые исследователи полагают, что креативность, как и умственные способности, разнообразна по природе, чувствительна к контексту и привязана к культуре.

Представление о том, что креативность подлежит целенаправленному развитию, сегодня является доминирующим. Однако вопрос об условиях развития по-прежнему остается дискуссионным, и ответ на него связан с представлением о природе креативности. Понимание креативности как неотъемлемой составляющей жизнедеятельности человека порождает широкий подход к проблеме ее развития, наделяя статусом творческого всего развития личности. Проблема креативности интересовала как отечественных (С.Л. Рубинштейн, Я.А. Пономарев, Д.Б. Богоявленская), так и зарубежных исследователей (Дж. Гилфорд, Е.П. Торренс, С. Медник, Р. Мэй, А. Маслоу, К. Роджерс). Теоретические и методологические основы развития креативного начала в личности раскрыты в трудах В.И. Андреева, В.И. Загвязинского, В.В. Краевского, В.Г. Рындак, А.В. Морозова. Аксиологический аспект проблемы представлен в работах

В.И. Геницинского, А.В. Кирьяковой, В.А. Сластенина. Идея изучения творчества как механизма развития обоснована в работах С.С. Гольдентрихт, Т.В. Кудрявцева, Я.А. Пономарева, А.П. Тряпицыной.

Можно с уверенностью утверждать, что существует большое количество книг и статей по креативности, в которых содержится свыше тысячи определений креативности, и это является свидетельством того, что креативность представляет собой важный предмет исследования. С одной стороны, такое разнообразие демонстрирует всю сложность феномена, с другой стороны, это помогает более или менее адекватно объяснить его. С растущим числом попыток отразить креативность, определения и теории умножаются.

Креативность определяют как комплекс интеллектуальных и личностных особенностей индивида, способствующих самостоятельному выдвиганию проблем, генерированию большого количества оригинальных идей и нестандартному их решению.

Креативность – понятие относительно новое и не устоявшееся в психологии. В зависимости от психологического направления под ним понимается либо деятельность по созданию чего-то нового, оригинального; либо качество личности; либо процесс или комплекс когнитивных и личностных особенностей индивида, способствующих в психологическом смысле становлению творчества. Отличие состоит в том, что творчество понимается как процесс, имеющий определенную специфику и приводящий к созданию нового, а креативность рассматривается как внутренний ресурс человека.

Хотя и в креативности, и в творчестве обязательно присутствует момент преобразования, но в креативности он касается системы знаний и ценностей самого субъекта, а в творчестве – некото-

рой части системы социокультурных отношений, норм, ценностей, знаний, способов действий.

Личностное развитие подразумевает стратегию высвобождения внутренних ресурсов, включающих способность решать ценностно-нравственные проблемы и при необходимости противостоять среде, активно воздействовать на среду, отстаивая свою независимость от внешнего давления и возможность творческих проявлений.

Способность к преобразованиям как составляющую креативности отмечают многие авторы (Ч. Ломброзо, К. Роджерс, Р. Дилтс и др.). Ж.П. Пиаже писал, что вся история науки свидетельствует о том, что прогресс знаний никогда не происходит путем простого добавления, а требует постоянного переформулирования предыдущих точек зрения. По существу творчество – это преобразующая активность человека, поиск новой структуры уже известных элементов, их новых сочетаний и взаимодействия. Поэтому способность к преобразованиям является одной из основных динамических характеристик креативности.

По сравнению с ранними исследованиями, где креативность выступает как исключительный и уникальный феномен, в современных исследованиях подчеркивается тенденция рассмотрения креативности как процесса и комплекса интеллектуальных и личностных особенностей индивида, присущих каждой личности. Креативность исследуется не только как креативный результат, к которому, естественно, приходит не каждая личность, но и как личностно значимое новое качество на основе рефлексии и субъективной самооценки.

В большинстве исследований под креативностью подразумевается некоторая совокупность мыслительных и личностных особенностей, способствующих становлению и проявлению творчества. На современном этапе развития психологии и педагогики нельзя считать устоявшимся как единое определение понятия «креативность», так и представление о структуре структурных компонентов креативности [6].

Несмотря на многочисленные теоретические и экспериментальные исследования, проблема развития креативности все еще требует дальнейшего изучения, поскольку в предлагаемых концепциях нет однозначного ответа на вопросы о природе, факторах развития креативности, о качествах креативной личности.

Зарубежные психологи в проблеме креативности выделяют четыре аспекта: креативный процесс (как способность), креативный продукт, креативную личность и креативную среду. Под последней понимают сферу, структуру, социальный контекст, формирующие требования к продукту творчества [3].

Степень творческой насыщенности жизни во многом зависит от природных способностей человека, однако окружающая обстановка в этом отношении далеко не безразлична: она может создавать условия, способствующие пробуждению творчества, а может и подавлять его. Когда человек имеет возможность действовать в согласии со своими склонностями, самостоятельно решать собственные проблемы, он строит свою жизнь творчески [3].

Факторы макроокружения, включая социоисторические, экономические, природные, культурные и политические условия, как и микроэкономические факторы (например, специфическое социально-экономическое положение семьи, региональные и местные условия) определяют, во-первых, наличие и спектр тех проблем, которые должны разрешаться творчески. Во-вторых, факторы окружения влияют на личность и ее творческое и когнитивное развитие; в-третьих, они воздействуют на внутренние и внешние процессы, способствующие или противодействующие творчеству. Наконец, факторы среды влияют на продукт: способ и возможность его реализации, усовершенствования, передачи; его «полезность» и приемлемость для окружения.

Условия или факторы, влияющие на течение творческой деятельности, бывают двух видов: ситуативные и личностные. К последним относят устойчивые свойства, черты личности или характера человека, которые могут влиять на состояния, вызванные той или иной ситуацией.

Ситуативные факторы, отрицательно влияющие на творческие возможности человека, включают:

- лимит времени;
- состояние стресса;
- состояние повышенной тревожности;
- желание быстро найти решение;
- слишком сильную или слишком слабую мотивацию;
- наличие фиксированной установки на конкретный способ решения;

- неуверенность в своих силах, вызванную предыдущими неудачами;
- страх;
- повышенную самоцензуру;
- способ предъявления условий задачи, провоцирующий неверный путь решения, и др.

Реализация свободного и ответственного действия – условие развития свободы и ответственности, условие развития креативности. Свободное действие основано на личном выборе при осознании иных возможностей. Развитие творчества, таким образом, предполагает развитие умения оценивать альтернативы, осуществлять выбор и нести за него ответственность.

Оценка решений также является творческим актом, потому что на этом этапе человек должен определить, получено ли правильное решение (Дулитл). Эффективная оценка необходима для того, чтобы разорвать замкнутый круг генерирования все новых и новых идей и их исследования, в котором может оказаться человек, решающий задачу.

«В настоящее время наиболее распространено понимание свободы как возможности выбора: если у человека есть возможность выбирать, то он свободен. Причем, чем шире внешний диапазон свободы, тем устойчивее должны быть внутренние ценностные ориентиры личности» [5:8].

По мнению Кьеркегора, тревога порождается свободой выбора и является результатом столкновения человека с разнообразием возможностей. Выбор всегда таит в себе неизвестность, неопределенность и потому становится источником тревоги. Согласно Кьеркегору, чем шире «свобода выбора» у индивида, тем более он способен к творчеству и тем более вероятны сопутствующие ему переживания страха и беспокойства. Связав тревогу со свободой выбора и творчеством, Кьеркегор тем самым заложил основу для разграничения позитивной эмоции интереса – возбуждения, с одной стороны, и эмоций, характеризующих состояние тревоги, – с другой. Страх ограничивает стремление человека к неизвестному, а интерес – возбуждение, наоборот, поддерживает его исследовательскую деятельность [2].

Эмоции и креативность образуют весьма захватывающую область креативности сегодня. Хотя исследователи креативности давно признали важность эмоций в креативном процессе, только недавно была изучена роль эмоций в креативности. Креативное действие заканчивается креатив-

ным продуктом, который является как полезным, так и новым (согласно критериям области знаний). В креативное действие входит ряд когнитивных, эмоциональных и личностных процессов. Исследователи пришли к согласию относительно того, какие когнитивные и личностные процессы важны в креативности. Проблема того, какие эмоциональные процессы важны в креативности, мало изучена, но существует несколько сходных доказательств. Развитие эмоциональных процессов важно в развитии креативности. Когда мы узнаем больше о том, какие виды эмоциональных процессов участвуют в креативности, как они работают и как развиваются, тогда мы сможем применить эти принципы в стимулировании креативности у детей и взрослых [9].

По мнению Э. Торранса и Л. Холла, главной отличительной чертой творческой личности является способность удивляться. Они полагают, что творческие личности приходят в восторг, ознакомившись с новым методом решения проблемы, предлагая свои модификации идеи и новые ее приложения, в то время как менее творческие личности скорее направлены на поиск недостатков, критику, а не на выявление дополнительных возможностей. Все новое и необходимое у творческих людей вызывает интерес, в то время как у нетворческих людей – подозрение и далее враждебность [9].

Любопытство, по мнению К. Изарда, можно рассматривать как отражение усилий организма в поддержании оптимального уровня возбуждения. Субъективные чувства удовольствия ассоциируются с ростом силы любопытства в качестве функции увеличения интенсивности стимула и возбуждения системы положительного вознаграждения. Любопытство важно в креативности, поскольку интерес в новом и исследовании помогают при решении проблем наряду с настойчивостью в решении задачи. Также человек, обладающий любопытством и готовый рисковать, скорее всего, приобретет разнообразный опыт, который добавится к его/ее знаниям.

Маслоу, говоря о творческой деятельности, центральной ее составляющей считает эмоцию интереса, хотя и не формулирует это непосредственно. Это состояние полного погружения, поглощенности, является, несомненно, следствием интенсивного интереса или возбуждения [2].

Зарубежные ученые (Исен, Добман, Изард, Наглер) провели исследования взаимосвязи

креативности и эмоций, в которых рассматривались разнообразные аспекты процесса креативной мысли, такие как гибкость, оригинальность и момент инсайта. Исследователи пришли к выводу о том, что чувства человека влияют на креативность. Они обнаружили, что имеет значение не только то, положительные это или отрицательные эмоции человека, но и специфичный тип эмоций имеет огромное значение:

1. чувство счастья, радости или ликования связано с повышенной креативностью;

2. ощущение спокойствия, невозмутимости или расслабленности не связано ни с повышенной, ни с пониженной креативностью;

3. чувство тревожности, беспокойства, напряжения или страха связывают с пониженной креативностью;

4. чувство печали, удрученности или разочарования не связано ни с повышенной, ни с пониженной креативностью.

Анализ теоретических трудов как отечественных, так и зарубежных исследователей привел нас к пониманию того, что в развитии креативности важное место занимают эмоции, в частности, эмоции мотивируют, организуют и направляют восприятие, мышление, действия личности.

На наш взгляд, эмоции любопытства и интереса играют ключевую роль в развитии креативности. Так, интерес, являясь позитивной эмоцией, переживается человеком чаще, чем прочие эмоции и, несомненно, играет исключительно важную мотивационную роль в формировании и развитии навыков, умений и интеллекта. Интерес выступает мотивационной силой, которая обеспечивает работоспособность человека. Мы полагаем, что интерес чрезвычайно необходим для творчества. Эмоция интереса, повышая восприимчивость человека к поступающей из внешнего мира информации, тем самым стимулирует его к исследовательской и познавательной активности.

В ходе исследования мы обратили внимание на то, что различные эмоции сопровождают различные этапы креативности. На начальной стадии процесса креативности заметно возбуждение, которое сменяется интересом на этапе разработки и развития первоначального творения. Причем степень интенсивности может изменяться. Интерес должен оставаться на достаточно высоком уровне, чтобы человек мог справиться с усталостью и негативными эмо-

циями, сопровождающими творческий процесс. Тяжелой, рутинной работе, связанной с доведением продукта творчества до желаемого результата, неизбежно сопутствуют периоды подавленности и страха, когда у человека опускаются руки, когда он остро ощущает свою беспомощность. Именно в такие периоды преобладания отрицательных эмоций мотивационная сила устойчивого интереса имеет решающее значение для преодоления препятствий, встающих на пути креативной личности.

Вслед за Марком Ранко мы считаем, что напряжение является важным фактором креативности. Напряжение может возникнуть в результате определения проблемы или пробелов в данной области. Определение проблемы является ключевым в креативности. Ожидание освобождения от напряжения является сильной мотивирующей силой в креативном решении проблем.

Таким образом, эмоциональное удовольствие от разрешения трудной ситуации может быть частью данного процесса. В определении проблемы проявляется сочетание негативных и положительных эмоций. С одной стороны, существует внутреннее возбуждение от осознания неопределенности ситуации, которая ведет к определению проблемы, а с другой стороны, предвкушение положительных эмоций, связанных с решением проблемы, действует как мотивирующая сила.

В изучении креативности понятие оптимальной трудности является существенным, поскольку оно необходимо для возникновения процесса. Креативная деятельность предполагает полную включенность в деятельность, глубокое чувство удовольствия и оптимальную трудность. Мы предполагали, что оптимальная трудность включает наилучшее сочетание напряжения в определении проблемы и предвкушаемое удовольствие креативного действия.

В процессе эволюции отрицательные эмоции (например, страх) заставляют сосредоточиться непосредственно на угрозе. Положительные эмоции (например, счастье или ликование) приводят к тому, что человеку хочется исследовать, пробовать новое, изучать новую информацию и строить отношения с новыми людьми. Положительные эмоции дают нам сигнал о том, что окружение достаточно безопасно для создания вещей. Когда люди испытывают положительные эмоции, они чаще смотрят на картину в целом, а не на детали.

На наш взгляд, эмоции играют важную роль и в формировании ценностной системы человека. Невозможно представить себе ценность, не имеющую эмоционального значения для ее обладателя. Мы ценим то, что пробуждает в нас определенные чувства, тем более значимы для нас соответствующие им ценности.

Все общечеловеческие ценности (любовь, самоуважение, гордость, честь, мужество, симпатия, привязанность, совесть) основаны на эмоциях. Если бы мы относились к ним равнодушно, они не были бы ценностями, поскольку, для того, чтобы ценить что-то, нужно относиться к этому эмоционально – любить, радоваться или гордиться.

Многообразие самих форм ценностного осмысления действительности объясняется тем, что качественно различные объекты ценностного отношения вызывают и качественно различные переживания. Поэтому чем более многообразен состав этих предметов, потенциальная ценность которых актуализируется тем или иным образом в конкретных аксиологических ситуациях, тем богаче эмоциональная жизнь субъекта. Но для того, чтобы те или иные объекты вошли в «поле аксиологического притяжения» субъекта, нужно, чтобы оно обладало широким и сильным энергетическим потенциалом, позволяющим ему втягивать в свое эмоционально-ценностное пространство все более разнообразные и новые жизненно-реальные и художественные объекты, – такова «прямая и обратная» диалектическая взаимосвязь субъекта и объекта в аксиосфере культуры (М.С. Каган).

О том, как объект практически относится к субъекту, последний узнает только одним путем – эмоциональной реакцией на свою практическую связь с объектом. Поэтому эмоция, по точному суждению П. Анохина, является непосредственной оценкой субъектом объекта, который так или иначе затрагивает его интересы, не оставляет равнодушным.

Психологическая форма проявления ценностного отношения является переживанием, то есть особого типа эмоциональным процессом, который зарождается на уровне обыденно-практического сознания и восходит на уровень осознаваемого чувства, духовного чувства. Эпитет «духовное» предельно точно определяет особенности того эмоционального процесса, который протекает в ценностной ситуации.

Ценность, являясь внутренним, эмоционально освоенным субъектом ориентиром его деятельности, воспринимается им как его собственная духовная интенция, а не имперсональный, надличностный, отчужденный от него регулятор поведения.

Следует подчеркнуть, что одна из особенностей личности состоит в саморегуляции ее поведения, то есть в действии согласно ее ценностным ориентациям и в подчинении только тем нормам, которые приобрели для нее ценностное значение. При этом свобода действий личности опирается на «осознанную необходимость», но выходит все же далеко за пределы такого осознания, поскольку ценностная ориентация исходит из внутреннего побуждения, выступающего в форме переживания, а не добровольного и сознательного принятия некоей системы норм.

Ценности, на наш взгляд, играют значительную роль в креативном поведении. Ценностные ориентации личности превращают культурные ценности в мотивы практического поведения людей. Креативность не проявляется без мотивации.

Как мы уже упоминали выше, эмоции связаны с креативностью и ценностями. Внутренняя мотивация также сопровождается положительными эмоциями. Очарование задачей является важным компонентом креативной работы. Большинство креативных людей отмечало любовь к работе в качестве решающего фактора развития креативности. Тем не менее, на наш взгляд, необходимо более глубокое исследование взаимосвязи положительных эмоций и внутренней мотивации.

Анализ теоретических исследований, посвященных изучению мотивации человеческой деятельности, а также данные исследований личности позволили предположить, что успешность человеческой деятельности определяется тремя факторами: стремлением к успеху, наличием в ценностной системе человека ценностей достижения, а также освоением необходимых навыков и умений.

Как известно, существуют два типа мотивации. Внутренняя, познавательная мотивация обеспечивает высокий уровень познавательной самодетельности, заинтересованность в деятельности, а не во внешних стимулах. Внешние по отношению к познанию мотивы выступают психологическим барьером для проявления познавательной самостоятельности.

Таким образом, одни мотивы стимулируют творческую деятельность, в то время как другие мотивы тормозят ее. Этим объясняются те факты, когда при высоких умственных способностях не наблюдались проявления познавательной самостоятельности, а также, имея одинаковый уровень способностей, люди отличались по своему творческому потенциалу.

С нашей точки зрения, к измерению мотивации успеха и стремления к достижению следует подходить с точки зрения эмоции интереса. Чем больший интерес вы испытываете к какому-то делу, тем сильнее ваше стремление сделать это дело хорошо. А также с точки зрения сформированности ценностной ориентации, поскольку ориентация представляет собой проективные действия от замысла до результата, с точным выбором цели, средств достижения в соответствии с жизненными ценностями.

Ценности проявляются в определенном поведении, включая самоуправление, целью которого является независимость мысли и действия, выраженные в свободном выборе в преследовании своих собственных интересов, которые кажутся ключевыми ценностями креативной личности. Интересно отметить, что цен-

ности самоопределения и открытости переменам в значительной мере связаны с креативностью. Ценности традиций и безопасности отрицательно соотносятся с креативностью.

Креативность возникает, потому что личность пытается сделать что-то, что удовлетворит ее ценности. Например, желание раздвинуть границы понимания и сломать ограничения является сильным стимулом для определения проблем. Ценности, по крайней мере, очевидны в предпочтениях, которые характеризуют креативных людей.

Таким образом, мы пришли к следующему заключению – чтобы повысить креативность, необходимо культивировать положительные эмоции и уменьшать отрицательные, в частности страх и тревожность. Внутренняя мотивация ведет к креативности, а также связана с внутренней ценностью получения креативного решения. Внешние условия, такие как вознаграждение, оценка, наблюдение, ограниченный выбор оказывают негативное влияние на креативность. Ценностная ориентация важна для настойчивого выполнения задачи, для успешного завершения проекта и для обязательного исследования результатов.

28.12.2011

Список литературы:

1. Гозман, Л.Я. Психология эмоциональных отношений / Л.Я. Гозман. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – 174 с.
2. Изард, К.Э. Психология эмоций / К.Э. Изард. – СПб.: Питер, 2008. – 464 с.
3. Ильин, Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с.
4. Каган, М.С. Философская теория ценности / М.С. Каган. – Санкт-Петербург: ТОО ТК «Петрополис», 1997. – 205 с.
5. Кирьякова, А.В. Механизмы ориентации личности в мире ценностей / А.В. Кирьякова // Вестник ОГУ. – 2002. – №7. – С. 4–11.
6. Мороз, В.В. Развитие креативности студентов : монография / В.В. Мороз. – Оренбург: ОГУ, 2011. – 183 с.
7. Морозов, А.В. Креативность преподавателя высшей школы / А.В. Морозов // Высшее образование сегодня. – 2004. – №3. – С. 64–68.
8. Encyclopedia of Creativity Mark / A. Runco, Steven R. Pritzker. – San Diego: by ACADEMIC PRESS, 1999. – 810 p.
9. Encyclopedia of Giftedness, Creativity, and Talent / Barbara Kerr. – Los Angeles: editor. by SAGE Publications, Inc., 2009. – 530 p.
10. Torrance, E. Guiding creative talent – Englewood Cliffs / E. Torrance. – W.J.: Prentice Hall, 1964. – 260 p.

Сведения об авторе:

Мороз Виктория Викторовна, доцент кафедры иностранных языков гуманитарных и социально-экономических специальностей Оренбургского государственного университета, кандидат педагогических наук, доцент
460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, тел. (3532) 372432, e-mail: victoria_moroz@mail.ru

UDC 159.923:159.942:159.947.5

Moroz V.V.

Orenburg state university

E-mail: victoria_moroz@mail.ru

CREATIVITY AS HUMAN SCIENCES INTERDISCIPLINARY PHENOMENON

The article reveals the importance of creativity, though it has not been thoroughly defined yet. The key feature of creativity is the ability to transform. Values, emotions and motivation are considered to be the factors influencing creativity.

Key words: creativity, emotions, values, motivation.