

**Лекция 4. Креативность как свойство личности: подходы к пониманию и основные концепции. Креативность: понятие, сущность. Концепции креативности. Концепция взаимосвязи творческих способностей и уровня развития интеллекта. Концепция креативности как универсальной познавательной творческой способности (Дж. Гилфорд, Э. П. Торренс). Концепция креативности М. Воллаха и Н. Когана. Концепция дивергентного мышления А. Медника. Теория инвестирования Р. Стернберга.**

Креативность, т.е. способность творчески решать задачи, метод решения которых полностью или частично не известен; 2) эвристичность, т.е. способность видеть или создавать неочевидные проблемы; 3) интуиция - способность делать заключения об исследуемом объекте без осознания пути движения мысли к этому заключению; 4) предикаторность, т.е. способность предсказывать, предчувствовать будущее состояние исследуемого объекта; 5) независимость, т.е. способность противопоставлять предубеждениям и массовому мнению свою точку зрения; 6) всесторонность, т.е. способность видеть проблему с различных точек зрения.

Под креативностью рассматривается потенциал человека, его внутренний ресурс, способность отказаться от стереотипных способов мышления или обнаруживать новые способы решения проблем. Но само творчество определяется не только качеством мыслительных операций, но и личностными характеристиками человека, его навыками и умениями.

Креативность необходима в деятельности, общении и повседневной жизни. Она определяет успешность деятельности, помогает находить оригинальные решения в сложных ситуациях, выступает мощным фактором развития человека. Но самое главное, что побуждает быть креативным это изменчивость окружающего мира. Профессиональная работа с людьми предполагает нестандартные действия и поэтому носит творческий характер. Творческий потенциал есть у каждого человека.

Креативностью называется способность человека к нестандартному, оригинальному мышлению и поведению. При этом необходимо отметить созидательный, конструктивный характер такого мышления и поведения. Креативность проявляется многообразно: это оригинальность и быстрота мышления, способность находить неожиданные решения, казалось бы, в безвыходной ситуации, богатое воображение, чувство юмора, создание новых оригинальных продуктов (физических и интеллектуальных).

Является ли креативность врожденным качеством или ее развитие зависит от воспитания или обучения? Почему действия одного человека это постоянный источник новых идей, подходов, решений, другой же наоборот отличается стандартностью во всем, в мыслях, действиях, решениях?

Действительно, креативность во многом зависит от врожденных качеств, однако все же развитие у человека творческого мышления в основном определяется тем, в какой среде развивался человек, насколько эта среда стимулировала творчество, поддерживала и развивала индивидуальность человека. Есть данные, что в период между 6 и 7 годами креативность уменьшается на 50%, а к зрелому возрасту еще на 30%.

Понятие «креативность» в контексте психологического знания приобрело значение только к началу 50-х годов.

В 1950 году пионер в области креативности Дж. Гилфорд в обращении при вступлении в должность президента Американской психологической ассоциации предложил психологам сосредоточить свое внимание на изучении способности к творчеству. По его оценке, лишь 0,2% всех опубликованных к 1950 году в Psychological Abstract резюме были посвящены психологии креативности. Как это ни удивительно, с 50-х годов положение изменилось крайне незначительно. И многие психологи, в частности Стернберг, считают креативность «золушкой» психологии. Хотя следует отметить, что в 50-е годы интерес к исследованию творческих способностей несколько возрос: были созданы несколько лабораторий и институтов, стали выходить журналы и монографии, но, по оценкам Стернберга, всего лишь 0,5% статей в Psychological Abstract (с 1975 по 1995 год) имели отношение к проблеме креативности. Из 1200 американских университетов, имеющих факультеты психологии, только в 76 читался курс по психологии креативности. Как правило, лабораторий по исследованию креативности не открывают, исследовательских и преподавательских вакансий для специалистов в области психологии творчества крайне мало. Исследования творческих способностей в Программе Американской психологической ассоциации помещены под рубрикой «Психология искусства». Публикации по креативности сосредоточены в

двух крупных журналах: «The Creative Behavior», основанном в 1967 году, и «The Creativity Research Journal», который существует с 1988 года. Однако в первом журнале, ориентированном на широкий круг читателей, преобладают теоретические и обзорные статьи. Второй журнал рассчитан на психологов-исследователей. Одной из причин такого отношения к психологии творческих способностей со стороны психологов-экспериментаторов являлась нечеткость определения креативности как способности и отсутствие методик для ее диагностики.

Главными идеологами «психометрического» подхода к исследованию креативности стали Дж. Гилфорд и Э. П. Торренс.

Концепция креативности как универсальной познавательной творческой способности приобрела популярность после выхода в свет работ Дж. Гилфорда [29]. Основанием этой концепции явилась его кубообразная модель структуры интеллекта: материал  $\times$  операции  $\times$  результаты — SOI (structure of the intellect).

Гилфорд указал на принципиальное различие между двумя типами мыслительных операций: конвергенцией и дивергенцией. Конвергентное мышление (схождение) актуализируется в том случае, когда человеку, решающему задачу, надо на основе множества условий найти единственно верное решение. В принципе конкретных решений может быть и несколько (множество корней уравнения), но это множество всегда ограничено.

Таким образом, Гилфорд отождествил способность к конвергентному мышлению с тестовым интеллектом, то есть интеллектом, измеряемым высокоскоростными тестами IQ.

Дивергентное мышление определяется как «тип мышления, идущего в различных направлениях» (Дж. Гилфорд). Такой тип мышления допускает варьирование путей решения проблемы, приводит к неожиданным выводам и результатам.

Гилфорд считал операцию дивергенции, наряду с операциями преобразования и импликации, основой креативности как общей творческой способности. Исследователи интеллекта давно пришли к выводу о слабой связи творческих способностей со способностями к обучению и интеллектом. Одним из первых на различие творческой способности и интеллекта обратил внимание Терстоун. Он отметил, что в творческой активности важную роль играют такие факторы, как особенности темперамента, способность быстро усваивать и порождать идеи (а не критически относиться к ним), что творческие решения приходят в момент релаксации, рассеивания внимания, а не в момент, когда внимание сознательно концентрируется на решении проблем.

Дальнейшие достижения в области исследования и тестирования креативности связаны в основном с работой психологов Южнокалифорнийского университета, хотя весь спектр исследований креативности их деятельностью не ограничивается.

Гилфорд выделил четыре основных параметра креативности:

оригинальность — способность продуцировать отдаленные ассоциации, необычные ответы; семантическая гибкость — способность выявить основное свойство объекта и предложить новый способ его использования;

образная адаптивная гибкость — способность изменить форму стимула таким образом, чтобы увидеть в нем новые признаки и возможности для использования;

семантическая спонтанная гибкость — способность продуцировать разнообразные идеи в нерегламентированной ситуации. Общий интеллект не включается в структуру креативности.

Позже Гилфорд упоминает шесть параметров креативности:

- способность к обнаружению и постановке проблем;
- способность к генерированию большого числа идей;
- гибкость — способность продуцировать разнообразные идеи;
- оригинальность — способность отвечать на раздражители нестандартно;
- способность усовершенствовать объект, добавляя детали;
- способность решать проблемы, т. е. способность к анализу и синтезу.

На основе этих теоретических предпосылок Гилфорд и его сотрудники разработали тесты программы исследования способностей (ARP), которые тестируют преимущественно дивергентную продуктивность.

М. Воллах и Н. Коган считают, что перенесение Гилфордом, Торренсом и их последователями тестовых моделей измерения интеллекта на измерение креативности привело к тому, что тесты креативности попросту диагностируют IQ, как и обычные тесты интеллекта (с поправкой на «шумы», создаваемые специфичной экспериментальной процедурой). Эти авторы высказываются против жестких лимитов времени, атмосферы соревновательности и единственного критерия

правильности ответа, то есть отвергают такой критерий креативности, как точность. В этом положении они ближе к исходной мысли Гилфорда о различии дивергентного и конвергентного мышления, чем сам ее автор. По мнению М. Воллаха и Н. Когана, а также таких авторов, как П. Верной и Д. Харгривс, для проявления творчества нужна непринужденная, свободная обстановка. Желательно, чтобы исследование и тестирование творческих способностей проводилось в обычных жизненных ситуациях, когда испытуемый может иметь свободный доступ к дополнительной информации по предмету задания. Многие исследования показали, что мотивация достижений, соревновательная мотивация, мотивация социального одобрения блокируют самоактуализацию личности, затрудняют проявление ее творческих возможностей. Воллах и Коган в своей работе изменили систему проведения тестов креативности. Во-первых, они предоставляли испытуемым столько времени, сколько им было необходимо для решения задачи или для формулирования ответа на вопрос. Тестирование проводилось в ходе игры, при этом соревнование между участниками сводилось к минимуму, а экспериментатор принимал любой ответ испытуемого. Если соблюдены эти условия, то корреляция креативности и тестового интеллекта будет близка к нулю.

В исследованиях, проведенных в лаборатории психологии способностей Института психологии РАН А. Н. Ворониным на взрослых испытуемых (студентах экономического колледжа), получены аналогичные результаты: фактор интеллекта и фактор креативности являются независимыми. Подход Воллаха и Когана позволил по-иному взглянуть на проблему связи между креативностью и интеллектом. Упомянутые исследователи, тестируя интеллект и креативность учащихся 11-12 лет, выявили четыре группы детей с разными уровнями развития интеллекта и креативности. Дети, принадлежащие к разным группам, отличались способами адаптации к внешним условиям и решения жизненных проблем.

Дети, обладающие высоким уровнем интеллекта и высокой креативностью, были уверены в своих способностях, имели адекватный уровень самооценки. Они обладали внутренней свободой и вместе с тем высоким самоконтролем. При этом они могут казаться маленькими детьми, а через некоторое время, если того требует ситуация, вести себя по-взрослому. Проявляя большой интерес ко всему новому и необычному, они очень инициативны, но при этом успешно приспосабливаются к требованиям своего социального окружения, сохраняя личную независимость суждений и действий.

Дети с высоким уровнем интеллекта и низким уровнем креативности стремятся к школьным успехам, которые должны выразиться в форме отличной оценки. Они крайне тяжело воспринимают неудачу, можно сказать, что у них преобладает не надежда на успех, а страх перед неудачей. Они избегают риска, не любят высказывать публично свои мысли. Они сдержанны, скрытны и дистанцируются от своих одноклассников. У них очень мало близких друзей. Они не любят быть предоставлены самим себе и страдают без внешней адекватной оценки своих поступков, результатов учебы или деятельности.

Дети, обладающие низким уровнем интеллекта, но высоким уровнем креативности, часто становятся «изгоями». Они с трудом приспосабливаются к школьным требованиям, часто занимаются в кружках, имеют необычные хобби и т. д., где они в свободной обстановке могут проявить свою креативность. Они очень тревожны, страдают от неверия в себя, «комплекса неполноценности». Часто учителя характеризуют их как тупых, невнимательных, поскольку они с неохотой выполняют рутинные задания и не могут сосредоточиться.

Дети с низким уровнем интеллекта и творческих способностей внешне хорошо адаптируются, держатся в «средняках» и довольны своим положением. Они имеют адекватную самооценку, низкий уровень их предметных способностей компенсируется развитием социального интеллекта, общительностью, пассивностью в учебе.

#### Концепция С.Медника

Несколько иная концепция лежит в основе разработанного Медником теста RAT (тест отдаленных ассоциаций). Приведем для пояснения несколько схем. Процесс дивергентного мышления идет следующим образом: есть проблема, и мыслительный поиск следует как бы в разных направлениях семантического пространства, отталкиваясь от содержания проблемы. Дивергентное мышление — это как бы боковое, периферическое мышление, мышление «около проблемы». Конвергентное мышление увязывает все элементы семантического пространства, относящиеся к проблеме, воедино, находит единственно верную композицию этих элементов.

Медник полагает, что в творческом процессе присутствует как конвергентная, так и дивергентная составляющие. По мнению Медника, чем из более отдаленных областей взяты элементы проблемы, тем более креативным является процесс ее решения. Тем самым дивергенция заменяется актуализацией отдаленных зон смыслового пространства. Но вместе с тем синтез элементов может быть нетворческим и стереотипным, например: соединение черт лошади и человека актуализирует образ кентавра, а не образ человека с головой лошади. Творческое решение отклоняется от стереотипного: суть творчества, по Меднику, не в особенности операции, а в способности преодолевать стереотипы на конечном этапе мыслительного синтеза и, как было отмечено ранее, в широте поля ассоциаций.

Итак, в основе теста RAT лежат следующие предположения Медника:

Люди — «носители языка» привыкают употреблять слова в определенной ассоциативной связи с другими словами. В каждой культуре и каждой эпохе эти привычки уникальны.

Креативный мыслительный процесс является формированием новых ассоциаций по смыслу.

Величина отдаленности ассоциаций испытуемого от стереотипа измеряет его креативность.

В каждой культуре существуют свои стереотипы, поэтому шаблонные и оригинальные ответы определяются специально для каждой выборки.

Уникальность выполнения теста RAT определяют ассоциативная беглость (измеряется числом ассоциаций на стимул), организация индивидуальных ассоциаций (измеряется числом ассоциативных ответов), особенностями селективного процесса (отбор оригинальных ассоциаций из общего числа связей). Важную роль играет беглость генерации гипотез и вербальная беглость. Механизм решения теста RAT аналогичен решению любых других мыслительных задач.

Ревалидизация RAT на отечественной выборке проведена сотрудниками лаборатории психологии способностей Института психологии РАН Т. В. Галкиной и Л. Г. Хуснутдиновой [35]. Для валидации использовались: метод контрастных групп (сравнение речемыслительной креативности студентов технического вуза и Литературного института им. М.Горького); экспертная оценка креативности школьников психологами и педагогами; сравнение данных по RAT с результатами применения методики Торренса «Рисунок треугольника». Тест имеет две модификации для детей и для взрослых.

Однако к тесту RAT ( РМК ) сохраняются те же претензии, что и к тестам Торренса: ситуация тестирования задана извне, нет свободы выбора материала, а главное — вызывает сомнение сам подход к оценке креативности через оценку оригинальности и уникальности продукции.

«Теория инвестирования» Р. Стернберга

Одной из последних по времени возникновения концепций креативности является так называемая «теория инвестирования», предложенная Стернбергом и Д. Лавертом. Эти авторы считают креативным такого человека, который стремится и способен «покупать идеи по низкой цене и продавать по высокой». На мой взгляд, в этой концепции проявились личностные особенности самого Стернберга, автора и соавтора более 600 (!) публикаций по проблемам интеллекта, креативности, способностей.

Стернберг считает, что человек может не реализовать свой творческий потенциал в двух случаях: 1) если он высказывает идеи преждевременно, 2) если он не выносит ее на обсуждение слишком долго и тогда она становится очевидной, «устаревает». Совершенно очевидно, что здесь проявление творчества подменяется его социальным принятием и оценкой.

По Стернбергу, творческие проявления детерминируются шестью основными факторами: 1) интеллектом как способностью; 2) знанием; 3) стилем мышления; 4) индивидуальными чертами; 5) мотивацией; 6) внешней средой.

Интеллектуальная способность является основной. Для творчества особенно важны следующие составляющие интеллекта: 1) синтетическая способность — новое видение проблемы, преодоление границ обыденного сознания; 2) аналитическая способность — выявление идей, достойных дальнейшей разработки; 3) практические способности — умение убеждать других в ценности идеи («продажа»). Если у индивида слишком развита аналитическая способность в ущерб двум другим, то он является блестящим критиком, но не творцом. Синтетическая способность, не подкрепленная аналитической практикой, порождает массу новых идей, но не

обоснованных исследованиями и бесполезных. Практическая способность без двух остальных может привести к продаже «недоброкачественных», но ярко представленных публике идей. Влияние знаний может быть как позитивным, так и негативным: человек должен представлять, что именно он собирается сделать. Выйти за пределы поля возможностей и проявить креативность нельзя, если не знаешь границ этого поля. Вместе с тем знания, слишком устоявшиеся, могут ограничивать кругозор исследователя, лишая его возможности по-новому взглянуть на проблему. Для творчества необходима независимость мышления от стереотипов и внешнего влияния. Творческий человек самостоятельно ставит проблемы и автономно их решает. Креативность предполагает, с точки зрения Стернберга, способность идти на разумный риск, готовность преодолевать препятствия, внутреннюю мотивацию, толерантность к неопределенности, готовность противостоят мнению окружающих.