

УДК 122/129::304

DOI <https://doi.org/10.30970/PPS.2023.46.10>

СПЕЦИФІЧНІ РИСИ КРЕАТИВНОСТІ ЯК СОЦІАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ

Тетяна Крижановська

*Міжнародний гуманітарний університет
вул. Фонтанська дорога, 33, м. Одеса, 65009, Україна*

В статті підкреслюється, що творчі здібності та навички креативності в сучасному світі стають одними із самих затребуваних. З огляду на це, існує практична потреба у всебічному розгляді феномена креативності, надання, обговорення його різних концепцій та методологічних підходів. Представляється філософський аналіз креативності як соціальної практики, що не наполягає на самоствердженні, а, скоріше є спонтанністю людських спілкувань і дій з метою створення вільного життєвого простору, для народження ідей. Розкривається горизонтальний смисл відповідальності, коли людина несе «відповідальність за іншого» в широкому сенсі цього слова, висуває певні вимоги до дій особистості, в тому числі і спонтанних. Висловлюється думка про існування «відповідальної спонтанності» як певного інтесуб'єктивного механізму регуляції людських відносин, що розміщує спонтанність в царині моральності. Розрізняються поняття креативності і творчості, акцентується, що креативність має скоріше конструктивістський, інструментальний характер, вимагає широкого спектру знань, навичок і певних доказів того, що їх можна до певної міри навчитися, тоді як творчість вбирає в себе певний піднесений сакральний смисл, такий, що не можна пояснити логічним шляхом, а прийняти як даність. Виділяються декілька основних специфічних рис креативності, такі як новизна, цілепокладання, результативність, цінність. Такі риси як новизна та цінність притаманні і творчості, що поєднує креативність і творчість як схожі типи практики, натомість цілепокладання і результативність відрізняють креативність від творчості. Креативність є соціальною практикою, яка, одночасно і народжується в інтесуб'єктивному просторі і підживлює його, причому новизна, цілепокладання і результативність мають постійно зв'язатись з ціннісно-моральним інтесуб'єктивним простором. Соціальна практика в сучасній Україні, на нашу думку, має тенденцію до змін, і креативність має посісти гідне місце в широкому спектрі галузей нашої країни. Творчість і креативність мають перейти з персонального та самодіяльного рівня свого розвитку та застосування до соціального та професійного вираження, які, на наш погляд, мають глибокі культурні коріння в нашому народі.

Ключові слова: креативність, творчість, соціальна практика, креативний інтесуб'єктивний простір, відповідальна спонтанність.

Вступ. Проблема креативності торкається дуже багатьох сторін соціального життя – виховання, освіти, техніки, науки, економіки, моди, мистецтва й інших, в яких творчий підхід становить наріжний камінь їх становлення і розвитку. В сучасному світі творчі здібності та навички креативності стають одними із самих затребуваних на ринку праці. «Креативну компетентність необхідно віднести до ключових компетентностей, так як вона є складовою будь-якої професійної діяльності, пов'язана з успіхом особистості в надзвичайно мінливому світі» [1, с. 46]. Навіть стиль життя сучасної людини стає креативним. Дослідники зазначають, що «політика заохочення та захисту креативності буде вирішальною детермінантою успіху в XXI столітті» [2], що може привести до переосмислення навіть способів урядування, планування міст, надання освіти, взаємодії громадян тощо. З огляду на це, існує практична потреба у всебічному розгляді феномена креативності, надання, обговорення його різних концепцій та методологічних підходів. Адже будь-яка

соціальна практика і прагматика має спиратись на певні уявлення щодо того, куди маємо рухатись і поступове напрацювання найбільш прийнятних та працюючих науково-теоретичних та практичних конструктів щодо цієї проблематики.

Тема креативності та творчості має полідисциплінарний характер. В українській науковій літературі питання творчості та креативності здебільшого розглядаються в психології як «відносно автономна, самостійна здібність» [3, с. 9] внутрішнього світу людини; в педагогіці, де корелюються з «процесами становлення та розвитку особистості, динаміки її самосвідомості, переконань, ціннісних орієнтирів, світогляду, мотивів» [4]; в культурології, коли «Будь-які зміни в культурній сфері виникають лише завдяки творчій активності особистості» [5, с. 139]; в менеджменті «Креативність виражається в можливості продукування на основі отриманих знань і накопиченого досвіду нових думок і методів, які оптимізують реальний процес, створюють новий або удосконалюють відомий продукт» [6, с. 1013]. У філософії теми творчості торкались ще античні філософи. Так, Платон вустами Діотими говорить, що творчість є причиною, завдяки якій «відбувається перехід із небуття у буття» [7]. Таким чином тема творчості в античній філософії отримала онтологічний зміст. Але ми не маємо наміру вдаватися в історико-філософський огляд теми творчості та креативності, а натомість розглянемо її з позицій соціальної філософії та виділимо специфічні особливості креативності, що, гадаємо, принесе нові конотації, розкриє додаткові можливості для її розуміння.

Предметом дослідження є креативність в її соціально-практичному сенсі.

Метою дослідження постає розгляд креативності в якості соціальної практики та виділення специфічних рис креативності.

В якості **методів** дослідження в даній роботі використовуємо інтерсуб'єктивний підхід, елементи семантичного аналізу, компаративний підхід.

Матеріалами для дослідження обрано праці сучасних українських та англомовних авторів, які розглядали проблему креативності.

В якості **наукової гіпотези** висловлюємо думку, що креативність можна представити у якості певного виду соціальної практики, що має декілька характерних рис, які відрізняють її від інших схожих соціальних практик.

Логіка побудови роботи рухається від осмислення креативності як соціальної практики до представлення нашого бачення особливостей креативності на відміну від інших схожих практик і виводить на формулювання положень, які, гадаємо, можуть вважатися специфічними рисами креативності.

Креативність як соціальна практика. Насамперед, визначимось зі змістом, який ми вкладаємо в поняття *соціальної практики*. Сучасне розуміння соціальної практики відходить від суто владних, силових, матеріальних, економічних сенсів цього феномену, які вкладали в нього прибічники та послідовники марксистської теорії. Соціальний антагонізм та інструменталізм в сьогоденному житті змінюються на відповідальність, яка носить онтологічний (як індивідуальна відповідь буттю), екзистенційний (як усвідомлення своєї життєвої активності) та моральний (як взяття на себе певних моральних зобов'язань) зміст. В той же час, в сучасному світі поступово складається прагнення до такої соціальної практики, яка не наполягає на самоствердженні, а, скоріше є спонтанністю людських спілкувань і дій з метою створення вільного життєвого простору, для народження ідей.

Тут треба звернутись до прояснення співвідношення таких феноменів як відповідальність і спонтанність. На перший погляд, між ними існує несумісність, навіть протиріччя: як можна бути відповідальним, коли дієш спонтанно? Але це протиріччя знаходиться в річищі тих теорій, згідно з якими відповідальність носить сенс «відповідальності перед»,

тобто, певних зовнішніх обмежень і контролю, що може переходити у систему внутрішньої регуляції дій, усвідомлене та неусвідомлене підкорення людини явно та неявно насильницьким або маніпулятивним діям інших. Але відповідальність є, перш за все, відповіддю людини на дарунок буття, на можливість відчувати себе вільною. Такий горизонтальний смисл відповідальності, коли людина несе «відповідальність за іншого» в широкому сенсі цього слова, висуває певні вимоги до дій особистості, в тому числі і спонтанних. В цьому сенсі можна казати про існування «відповідальної спонтанності» як певного інтерсуб'єктивного механізму регуляції людських відносин, що розміщує спонтанність в царині моральності.

Тобто, дослідження практики з соціально-філософської точки зору – це, перш за все, намагання наблизитись до механізмів утворення смислів, того, що стосується внутрішнього світу людей, контексту їх різноманітних дій та взаємодій, а в кінцевому рахунку – їх мрій та бажань, як індивідуальних, так і колективних.

Поняття *креативності* має вузький і широкий смисл. У вузькому сенсі креативність стосується діяльності в певних конкретних галузях – всіх видах мистецтва, моди, дизайну, рекламної діяльності тощо. Також набули розповсюдження такі вирази як креативна кухня (маються на увазі нові ідеї та інновації в гастрономічній сфері), креативний бізнес (нові ідеї та їх втілення в бізнес-маркетингу, бізнес-менеджменті) і такі інші. «Двадцять років потому концепція «креативних індустрій» та їхня важливість визнається майже кожним урядом у світі і починає поступатися місцем набагато більш інклюзивній ідеї ширшої «креативної економіки» [2]. Широке розуміння креативності має на увазі становлення нової культури, коли креативність «співвідноситься з будь-яким процесом і вказує на міру виявлення якості новизни» [4], розуміється універсально, все більше стає невід'ємним принципом соціальної практики. Зараз є країни, які оголосили повсюдний розвиток креативності своїм пріоритетним завданням. Наприклад, «сила креативності ставиться у центр культури, економіки та системи освіти Великобританії» [8]. Креативність стає не тільки індивідуальною, але й соціальною цінністю, яка відстоюється та прищеплюється з дитинства, стає одним з центральних ланцюжків соціального життя.

Соціальна практика в Україні, на нашу думку, також має тенденцію до змін, і креативність має посісти гідне місце в широкому спектрі галузей нашої країни. Творчість і креативність мають перейти з персонального та самодіяльного рівня свого розвитку та застосування до соціального та професійного вираження, які, на наш погляд, мають глибокі культурні коріння в нашому народі.

Визначимось щодо смислу, який ми вкладаємо в поняття «креативність» та відмінність його від інших схожих понять. Слово «креативність» увійшло до української мови з англійської як аналог словосполучень «творчі здібності», але, вважаємо, несе в собі особливе, відмінне від українського перекладу змістовне наповнення. Креативність (англ. Creativity) походить від слова «create», яке є багатозначним, і смисли, які вкладаються в нього можна означити як «творити», «створювати», «будувати», «продукувати», «формувати», «бути причиною чогось», «щось викликати», «надавати чомусь старт», зробити так, «щоб щось відбулося чи існувало» [9]. Креативність в Кембріджському словнику тлумачиться як «здатність створювати нові ідеї або речі, використовуючи навички та уяву» [там само]. Як розуміємо, «творчі здібності» і «здатність до творчості» – це різні речі. Поняття «здібність» стосується певної внутрішньої вродженої характеристики людини, її хисту і стоїть в смисловому рядку поряд з талановитістю і геніальністю, тобто те, що надано людині від природи. Поняття «здатність» має скоріше сенс набутої протягом певного життєвого досвіду навички і розуміється як майстерність, компетенція, наявність

експертних знань, ефективна діяльність. Тож, незважаючи на те, що часто-густо поняття «креативність» і «творчість» використовують як ідентичні, гадаємо, що вони мають дещо різне смислове наповнення. Слушною є думка Т. Лютого, який вважає, що «Креативність – це творення нового з наявного матеріалу. Творчість – це як creatio ex nihilo – «творення з нічого» [10]. Креативність має скоріше конструктивістський, інструментальний характер, вимагає широкого спектру знань, навичок і певних доказів того, що їх можна до певної міри навчитися [11, с. 1042], тоді як творчість вбирає в себе певний піднесений сакральний смисл, такий, що не можна пояснити логічним шляхом, а прийняти як даність.

У буденному житті креативність часто плутають з кмітливістю, але ці два феномени відрізняються одне від одного. Слово «кмітливість» знаходиться в одному смисловому рядку з такими словами як «тямущий», «здогадливий», «промітний», «дотепний», «спостережливий» і означає властивість швидко знаходити вихід із складних ситуацій, нагальне, але часто тимчасове вирішення проблеми, коли швидкість знаходження рішення не враховує його можливі наслідки.

Тож, креативність як соціальна практика розуміється нами в якості потенційної можливості або набутих вмій і навичок людини для створення нового, що розкриваються в інтерсуб'єктивному просторі, основними принципами якого постають моральність та цінування іншого.

Специфічні риси креативності. Однією з основних вимог до креативності є спроможність висування нових ідей. «Феномен креативності визначається як здатність особистості до варіативності, гнучкості, інноваційності мисленнєвої діяльності, що передує процесу творчої дії» [12, с. 35]. Креативність ґрунтується оригінальністю мислення, «свіжістю» погляду на той чи інший феномен, розширенням звичних меж думки з певної проблематики, висуванням альтернативних, навіть неприпустимих з точки зору минулого досвіду ідей та пропозицій. Можна сказати, що в цьому процесі запускається механізм того самого філософського подиву, про який говорили ще Платон і Аристотель, і в якому переплітаються як ірраціональна, так і раціональна складова. Ірраціональність проявляється у вигляді певного емоційного відгуку на стан вирішення тієї чи іншої проблеми та виникнення спонтанного бажання «зробити це по-іншому», нетрадиційним шляхом завдяки умінню побачити незвичне, несподіване, навіть, на перший погляд, дивне. Раціональність стосується допитливості та критичного перегляду існуючих рішень. Крім того, можна говорити про внутрішньо особистісні та інтерсуб'єктивні джерела виникнення нових ідей. Людина за своєю суттю є творчою істотою, але прояв та розвиток цих потенційних можливостей відбувається в певному соціальному просторі, який характеризується свободою, рівними конкурентними можливостями, цінуванням нових нетрадиційних рішень в різних сферах життя та шануванням іншого в широкому сенсі цього слова. Якщо творчість стосується певних внутрішніх задатків особистості, то креативність як здатність більше розвивається у спілкуванні та взаємодії в інтерсуб'єктивному просторі. Тож, *новизна* є однією зі специфічних рис креативності, але, в той же час і тим, що поєднує креативність і творчість.

Якщо феномен творчості має, скоріше, спонтанний характер і далеко не завжди творець ставить перед собою певну мету на створення того чи іншого творчого продукту, то креативність є процесом цілеспрямованим, який має на увазі досягнення певного результату. Тобто, поняття «креативність» включає в себе результат, натомість поняття «творчі здібності» носить потенціальний характер, творчість фокусується на творчому процесі незалежно від результату. Тобто *цілепокладання та результативність* можна назвати специфічними рисами креативності, які відрізняють її від творчості. Креативне цілепокладання відрізняється від інших тим, що має гнучкий характер, і в процесі свого досягнення

мета може коригуватись і пов'язуватись із самим шляхом її досягнення. Цей шлях, гадаємо, не може носити лінійний характер із чітким дотриманням виконання покрокових завдань, а, скоріше має вигляд багато спрямованих розгалужень з різними варіантами спроби вирішення цих завдань і знаходження найбільш результативного шляху досягнення мети.

Креативність як соціальна практика, що відбувається в інтерсуб'єктивному просторі, в тому числі, і в соціальному просторі, носить ще й аксіологічне навантаження. «Створення цінного, корисного нового продукту, послуги, ідеї, процедури або процесу індивідами, які працюють разом у складній соціальній системі» [Цит за: 13, Р. 1926] є граничною метою, до якої спрямовується будь-який креативний процес. Сам феномен креативності, його проявлення в соціальній практиці в сучасному світі стає все більшою цінністю. Про це ми говорили на початку нашого дослідження. Але й мета і результат даної конкретної креативної дії мають бути цінними, причому як в соціальному, так і в індивідуально-особистісному сенсі. Тож, вважаємо, що *цінність* також є специфічною рисою креативності.

Тож, підсумуємо. В цій статті було зроблено філософський аналіз креативності як соціальної практики та представлено декілька основних специфічних рис, що її (креативність) характеризують. Можна зробити висновок, що креативність має декілька основних специфічних рис, таких як новизна, цілепокладання, результативність, цінність. Такі риси як новизна та цінність притаманні і творчості, що поєднує креативність і творчість як схожі типи практики, натомість цілепокладання і результативність відрізняють креативність від творчості.

Дотримуємось позиції, що креативність є соціальною практикою, яка, одночасно і народжується в інтерсуб'єктивному просторі і підживлює його, причому новизна, цілепокладання і результативність мають постійно зв'язатись з ціннісно-моральним інтерсуб'єктивним світом. Відповідальна спонтанність є феноменом, що регулює креативну соціальну практику в сенсі цінування іншого.

Гадаємо, що представлений погляд на креативність має перспективи подальших досліджень, і з огляду на зростаючу увагу до теми креативності в світі, і, зокрема, в Україні може відкрити додаткові можливості як в осмисленні креативності, так і в креативній практиці.

Список використаної літератури

1. Рибка Н. Творчість, креативність та філософські теорії гумору. *Докса*. 2016. Вип. 1 (25). С. 44–52. URL: <http://doksa.onu.edu.ua/issue/view/8749> (Дата звернення 05.01. 2023)
2. Newbigin, John. What is the creative economy? / British Council. Creative Economy. URL: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/> (Дата звернення 05.01. 2023)
3. Антонова О.Є. До проблеми визначення сутності поняття креативності: проблеми та пошуки. Нові технології навчання : наук.-метод. зб. / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки. Київ-Вінниця, 2012. Вип. 71. С. 8–15.
4. Дяченко М. Д. Творчість і креативність як педагогічні категорії: історичний аспект. *Науковий огляд*. 2016. № 5 (26). URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/859> (Дата звернення 08.01. 2023)
5. Морщакова О. Єдність культури та особистості: феномен творчості. Система сучасних методологій : хрестоматія. Том 1. Культура. Методологія. Наука. С. 138–147. URL:

- <http://dspace.wunu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/9455/1/m1-1.pdf> (Дата звернення 08.01. 2023)
6. Ямненко Г. Креативність як умова підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Traektoriâ Nauki*. 2021. Vol. 7. No 2. С. 1012–1018. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/35715/857-2548-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Дата звернення 08.01. 2023)
 7. Платон. Бенкет. Переклад з давньогрецької Уляни Головач. URL: <https://booksonline.com.ua/view.php?book=174485&page=14> (Дата звернення 08.01. 2023)
 8. We are Creative UK / The independent network for the UK's Creative Industries. URL: <https://www.wearecreative.uk/about/> (Дата звернення 09.01. 2023)
 9. Create / Cambridge English Dictionary: Meanings & Definitions. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/create> (Дата звернення 09.01. 2023)
 10. Філософія – це дисципліна розуму. Бесіда з Тарасом Лютим про філософію творчості та творення культури. Питання ставив Олексій Фурман. 11 Березня, 2021. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/filosofii-tse-dystyplina-rozumu-taras-liutyi-pro-filosofiiu-tvorchosti-ta-tvorennia-kultury/> (Дата звернення 09.01. 2023)
 11. Gaut, Berys. The Philosophy of Creativity. *Philosophy Compass*. 2010. № 5/12. P. 1034–1046. DOI 10.1111/j.1747-9991.2010.00351.x (Дата звернення 09.01. 2023)
 12. Ткаченко Л. Креативність і творчість: сучасний контент. *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*. 2014. Вип. 1. С. 138–144. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ped_in_2014_1_23 (Дата звернення 10.01. 2023)
 13. Matsumae, A. and Nagai, Y. The Function of Co-Creation in Dynamic Mechanism of Intersubjectivity Formation Among Individuals / Proceedings of the 15th International Design Conference – Design 2018. P. 1925–1936. URL: <https://doi.org/10.21278/idc.2018.0141> (Дата звернення 10.01. 2023)

SPECIFIC FEATURES OF CREATIVITY AS A SOCIAL PRACTICE

Tetiana Kryzhanovska

*International Humanitarian University
Fontanskaya road, 33, 65009, Odesa, Ukraine*

The article emphasizes the demand for creative abilities and creativity skills in the modern world. This means that there is a practical need for a comprehensive consideration of the phenomenon of creativity, provision, discussion of its various concepts and methodological approaches. The author presents a philosophical analysis of creativity as a social practice. Moreover, social practice is understood as such relations and actions that do not insist on self-affirmation of the subject. They are understood as the spontaneity of human communication and actions with the aim of creating a free living space for the birth of ideas. The work reveals the horizontal meaning of responsibility. It is emphasized that a person bears "responsibility for another" in the broadest sense of the word, which imposes certain requirements on individual actions, including spontaneous ones. The opinion is expressed about the existence of "responsible spontaneity" as an intersubjective mechanism of regulation of human relations, which places spontaneity in the realm of morality. There are different concepts of creative skills and creative abilities. The author believes that the concept of "creative skills" has a constructivist, instrumental nature, requires a wide range of knowledge and certain evidence that they can be learned. The concept of "creative abilities" has a certain exalted sacred meaning, which cannot be explained logically, but accepted as a given. The author singles out the following main specific features of creativity: novelty, goal setting, effectiveness, value. Novelty and value are inherent in creativity both in the sense of creative abilities and in the sense of creative skills.

And this makes these types of social practices similar. Instead, goal setting and effectiveness are inherent in creative skills, but do not always characterize creativity as abilities. This distinguishes these types of social practice. Creativity as a skill is a social practice that is both born in the intersubjective space and nourishes it. The author believes that novelty, goal-setting and effectiveness should be constantly checked with the value-moral intersubjective space. In our opinion, social practice in modern Ukraine has a tendency to change, and creativity should occupy a worthy place in a wide range of industries in our country. Creativity should move from the personal and amateur level of application in practice to the level of social and professional skills, which, in our opinion, have deep cultural roots in the Ukrainian people.

Key words: creative skills, creative abilities, social practice, creative intersubjective space, responsible spontaneity.