



Университетское
Образование

Тодд ЛЮБАРТ

Психология КРЕАТИВНОСТИ



**Тодд Любарт
Ф. Зенасни
С. Торджман
К. Муширу**

Психология креативности

**Серия «Университетское
психологическое образование»**

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=9370899

*Т. Любарт, К. Муширу, С. Торджман, Ф. Зенасни. Психология
креативности: «Когито-Центр»; Москва; 2009
ISBN 978-5-89353-221-0, 2-200-26284-1*

Аннотация

В учебном пособии, написанном коллективом авторов под руководством Тодда Аюбарта, дано систематическое изложение теоретических и практических вопросов креативности, или творческого мышления человека. Книга содержит сводку современных представлений о креативности, о творческом процессе и его развитии у детей и взрослых, о связи творческой способности с уровнем интеллекта, с личностными и эмоционально-волевыми качествами человека, а также с психопатологией. Значительное место посвящено проблеме измерения креативности. Подробно изложена модель

эмоционального резонанса, выдвинутая Т. Аюбартом для объяснения механизмов влияния позитивных и негативных эмоций на креативное мышление. Книга будет полезна студентам-психологам при изучении темы «Мышление» по курсу «Общая психология», а также как справочное пособие для всех, кого интересуют проблемы творчества.

Содержание

Предисловие	6
Введение	12
Глава 1. Концепции креативности	20
История понятия креативности от Древней Греции до нашего времени	21
Общепринятое определение креативности	31
Многофакторный подход	35
Глава 2. Интеллект и знания	40
Распознавание, определение и переопределение проблемы	42
Конец ознакомительного фрагмента.	47

**Т. Любарт, К. Муширу,
С. Торджман, Ф. Зенасни**
Психология креативности

*Книга опубликована при поддержке Министерства культуры
Франции – Национального Центра книги*

© Armand Colin, 2003

© «Когито-Центр», перевод на русский язык, оформление,
2009

Предисловие

Сегодня становится все более очевидным, что современным и эффективным может быть только общество, основанное не просто на знаниях, но на интеллекте и творчестве людей.

Компьютеры постепенно берут на себя значительную часть умственной, но рутинной работы, освобождая время и интеллектуальную энергию людей для инновационной деятельности и создания индивидуального продукта. При этом, правда, оказывается, что люди сами не всегда готовы для такого освобождения, оказываются недостаточно творческими для решения встающих проблем. Отсюда феномены «охоты за мозгами», попытки развитых стран переманивать к себе наиболее интеллектуальных и творческих людей из остальных регионов мира. Проблема миграции, приводящая к громким социальным взрывам, является в своей основе проблемой борьбы за человеческие ресурсы, самые ценные из которых – интеллект и креативность. Поэтому недаром во всем мире на первый план выходит проблема развития одаренности, которая становится предметом масштабных государственных программ.

Творчество также – глобальная теоретическая проблема психологии, по отношению к которой не будет преувеличением сказать, что в ней в особом преломлении отражаются

все узловые проблемы психологии. Так, в творчестве задействованы когнитивные процессы: интеллект, память, внимание и т. д. Однако задействованы они особым образом – творчество предполагает как бы особый «режим», в котором все когнитивные процессы функционируют по-другому: интуиция оттесняет логику, бессознательное – сознание.

В связи со всем сказанным появление на русском языке книги, основным автором которой является известный французский ученый Т. Любарт, представляет собой важное и нужное событие. Т. Любарт родился в США, окончил знаменитый Йельский университет и там же защитил диссертацию под руководством одного из лидеров американской психологии Р. Стернберга, став одним из его любимых учеников. Т. Любарт и Р. Стернберг продуктивно поработали вместе, создав, например, инвестиционную теорию креативности.

Французским ученым Т. Любарт сделался по воле романтических обстоятельств. Женившись на француженке С. Торжман (она, кстати, соавтор этой книги), он переехал во Францию, где вскоре занял должность профессора и заведующего лабораторией в Парижском университете им. Р. Декарта.

Книга Т. Любарта с соавторами представляет большой интерес для читателя, желающего быть в курсе современных достижений в исследовании творчества. В книге заключен большой объем информации по разным сторонам этой про-

блемы – от онтогенетического развития и средовых детерминант креативности до эмоций, личностных свойств и особенностей творческого процесса. Следует подчеркнуть, что книга действительно отражает современный этап исследований креативности, который до сих пор представлен на русском языке весьма ограничено. Курьезно, но факт – еще недавно в нашей литературе попадались труды, в которых с полной серьезностью обсуждалась и критиковалась теория Д. Гилфорда, как будто бы не прошло полстолетия с того времени, когда она представляла собой последнее достижение науки. К счастью, в последние годы подобная квазинаучная продукция пошла на убыль.

Хотя книга широка по охвату материала и дает панорамный взгляд на исследования креативности, в ней явно выражена авторская позиция. Акцент делается на работы, выполненные самим Т. Любартом и его сотрудниками. Так, подробно изложена модель эмоционального резонанса, выдвинутая Т. Любартом для объяснения механизмов влияния позитивных и негативных эмоций на креативное мышление. Обсуждаются также оригинальные работы по изменению креативности предлагаемых решений по мере разворачивания процесса решения тестовой задачи.

Авторская позиция проявляется и в том, что в книге не получило существенного отражения крупное западное направление в исследовании креативности, в законченном виде сформировавшееся в работах К. Мартиндейла, но уходя-

щее корнями в психоаналитические идеи Е. Криса, психометрический подход С. Медника и когнитивистские изыскания Дж. Мендельсона. В рамках этого направления креативность предстает как двойственный процесс. Собственно основу творчества составляет «первичный процесс» (Е. Крис), связанный с «плоской ассоциативной иерархией» (С. Медник) и дефокусированным вниманием (Дж. Мендельсон). Именно он позволяет субъекту, погружаясь в наполовину сновидческий мир, приходиться к необычным решениям. В то же время его дополнением является реалистический «вторичный процесс» с «крутой ассоциативной иерархией» и фокусированным вниманием. В качестве механизма выступает, согласно предположению К. Мартиндейла, концентрация или, напротив, растекание активации по семантическим сетям.

Именно это представление о творчестве удивительным образом пересекается с тем, что сформировалось независимо от него и существенно раньше в рамках отечественной школы психологии творчества Я. А. Пономарева и его учеников. Теория Я. А. Пономарева, выверенная в изобретательных экспериментах, включает следующие основные положения:

Есть определенный пласт человеческого опыта, который недоступен для произвольного запроса со стороны субъекта, однако реально существует, в чем можно убедиться, если найти к нему адекватный ключ. Этот опыт Я. А. Пономарев

называл интуитивным.

Ключ к интуитивному опыту находится на уровне действия, т. е. человек может проявить свою интуицию, попытавшись проделать какое-либо действие. Тогда интуитивный опыт может проявиться, ведя за собой субъекта, направляя его руку. Недаром живописцы иногда говорят, что стремятся дать волю своей руке.

Формирование логического и интуитивного опыта происходит в действии. То, что относится к цели действия, образует сознательный, логический опыт. Интуитивный же опыт формируется помимо сознательной цели действия.

Люди могут функционировать в различных режимах. В хорошо осознанном логическом режиме они не имеют доступа к своему интуитивному опыту. Если же в своих действиях они опираются на интуитивный опыт, то тогда они не могут осуществлять сознательный контроль и рефлексию своих действий.

Творчество основано на сотрудничестве интуитивных и логических процессов. Интуиция позволяет открывать новые идеи, а логика – оформлять их.

И школа Я. А. Пономарева, и соответствующее западное направление ведут фактически к одному и тому же философскому видению проблемы творчества. Основной модус работы когнитивной системы – воспроизводство выработанных средств реагирования и их применение к новым ситуациям, что обеспечивает живым и наделенным психикой су-

ществам выдающиеся адаптационные возможности. По метафоре Э. Шредингера, живые существа представляют собой «часы», т. е. закономерно функционирующие системы. Все, однако, меняется, когда готовые способы приспособления не срабатывают. Творчество требует другого режима, нарушения обычных законов функционирования, порой – того «хромого верблюда» когнитивной системы, который оказывается первым при повороте каравана.

Психология творчества показывает, что столкновение точек зрения продуктивно. Можно надеяться, что появление на русском языке книги Т. Любарта с соавторами, выражающей не слишком известные отечественным психологам позиции, станет катализатором новых идей. А возрастающий интерес к творчеству у нас выражается не только в публикации этой книги, но и в недавнем издании фундаментального труда «Психология творчества. Школа Я. А. Пономарева» и в проведении в 2005 г. на базе Института психологии РАН крупной международной конференции «Творчество: взгляд с разных сторон», посвященной восьмидесятипятилетию со дня рождения Я. А. Пономарева.

Д. В. Ушаков, заведующий лабораторией Института психологии РАН, доктор психологических наук

Введение

Широко распространенный в средствах массовой информации термин «креативность» весьма актуален в нашем обществе. Не счесть работ, которые дают читателям советы, как развить у себя творческий потенциал или начать вести «более творческую» жизнь. Как отмечает Рукетт (Rouquette, 1973), сложность научного изучения креативности заключается в повсеместном употреблении этого понятия, поэтому работа исследователя состоит прежде всего в уточнении его рамок. Первая часть настоящей книги будет посвящена этой задаче.

Зачем заниматься психологическими исследованиями креативности? Здесь можно назвать много причин. Прежде всего, креативность – это свойство, более всего отличающее нас от других живых существ, это способность, лежащая в основе человеческой культуры. Углубление знаний в этой области приведет нас, быть может, к лучшему пониманию собственного своеобразия.

Более глубокое понимание психологических феноменов, связанных с креативностью, представляет интерес как для индивида, так и для общества. Креативность может играть положительную роль в повседневной жизни каждого человека, например, помогая разрешать проблемы в отношениях с другими людьми, встречающиеся в эмоциональной и про-

фессиональной жизни. У компаний растет интерес к креативности их работников, которая рассматривается как средство повышения эффективности труда и адаптации к постоянно развивающимся рынкам. По мнению некоторых экономистов, например, Пола Ромера (Romer, 1994), экономический рост в XXI веке будет основан на создании новых продуктов и услуг, а не на более быстром и менее дорогом производстве уже существующих продуктов. Научные исследования креативности могут также дать теоретические основания для разработки экономических моделей (Getz & Lubart, 2001). Креативность позволяет уточнить некоторые параметры этих моделей и, следовательно, усовершенствовать вытекающие из них рекомендации.

В социальном плане при рассмотрении основных вопросов, таких как общественное или планетарное равновесие, все более насущной становится потребность в новых подходах и решениях. Здесь также креативность может сыграть первостепенную роль. У общества, состоящего из творческих личностей, несомненно, имеются наилучшие шансы быстро найти эффективные ответы. Для этого представляется необходимым, среди прочего, уделять больше внимания креативности в системе образования. Школьников и студентов пытаются научить решать проблемы с помощью заранее известных и хорошо отработанных процедур в ущерб такому обучению, которое дало бы человеку возможность творчески подходить к более широким проблемам и искать более

полезные решения.

Изучение креативности важно не только по указанным выше причинам – научные исследования этого феномена демонстрируют также развитие психологии как эпистемологической области. В теоретическом плане работы, представленные в этой книге, показывают необходимость рассмотрения креативности с разных точек зрения. Действительно, каждый раздел психологии (когнитивная, социальная, дифференциальная, возрастная, клиническая психология) внес свой вклад в понимание этого предмета изучения. Однако сегодня становится необходимым объединить вместе эти подходы. Креативность – это сложный феномен, и его исследования демонстрируют то, как разные подходы в психологии дополняют друг друга и как можно их интегрировать на метатеоретическом уровне. Эмпирические исследования, описываемые в настоящей книге, показывают, каким образом разные методологические подходы – экспериментальные и корреляционные исследования, исследования отдельных случаев – применяются для выяснения того, что есть креативность. Так, узко когнитивный подход к креативности может привести только к частичному ее пониманию, если не учитывать эмоциональные, мотивационные и средовые аспекты.

В течение XX века многие разделы психологии развивались независимо друг от друга или даже в противоположных направлениях. Например, в методологическом плане экспе-

риментальный и корреляционный подходы вызвали полемику, описанную в знаменитой статье Кронбаха (Cronbach, 1957), который поставил вопрос о единстве психологии. Многофакторный подход, разрабатываемый в этой книге, подчеркивает важность увеличения количества различных теоретических и методологических точек зрения.

Исследования креативности оставались довольно немногочисленными до 1950-х годов. Мистические представления о творчестве, редкие проявления творческой гениальности и сложность предмета не способствовали научному изучению креативности (Sternberg & Lubart, 1996). В президентской лекции перед Американской психологической ассоциацией Гилфорд (Guilford, 1950) призвал психологов-исследователей уделять больше внимания этому предмету. Он отметил, что между 1920 и 1950 годами меньше чем 0,2 % резюме в Psychological Abstracts были посвящены креативности. С тех пор статистические индексы психологической литературы свидетельствуют о росте научной активности в этой области исследований. Так, между 1975 и 1994 годами 0,5 % статей, проиндексированных в Psychological Abstracts, были посвящены креативности. В течение последних пяти лет (1994–1999) этот процент возрос до 0,64 %. Во Франции после публикации в 1973 году в журнале *La Créativité* статьи Рукетта «Что я знаю?» ни в одной работе не давалось описания современного состояния научных знаний о креативности.

Дополнительная важность исследований креативности состоит в том, что они поднимают ряд вопросов – как чисто научных, так и общего порядка. Эти вопросы можно объединить в пять групп в соответствии с той или иной затрагиваемой проблемой.

Первая проблема касается определения и описания креативности. Можно ли дать определение креативности? Существует ли ясное и четкое определение этого понятия? Можно ли хотя бы сформулировать такое определение креативности, которое будет принято большинством специалистов?

Вторая проблема касается причин индивидуальных различий в творческих способностях. Наблюдается очень большая межиндивидуальная вариативность, от очень низкого уровня креативности до выдающегося, а также большая внутрииндивидуальная вариативность, связанная со специальным характером творческих способностей в зависимости от области деятельности (художественная креативность, научная креативность и т. п.). В какой степени креативность зависит от уровня интеллекта, от отдельных личностных черт, от контекста?

Третья проблема связана с областью творческой деятельности. Может ли креативность человека проявляться в нескольких различных областях или только в одной конкрет-

ной области? Пример Леонардо да Винчи показывает, что креативность человека может проявляться в разных дисциплинах. Но стал ли Леонардо да Винчи знаменитым благодаря разнообразию своих работ, а не их качеству? Иначе говоря, часто ли творческие люди проявляют свою креативность в разных областях – или это исключения?

Четвертая проблема касается возможной связи между креативностью и психическими расстройствами. Является ли безумие источником креативности? И, напротив, может ли креативность привести к некоторым нарушениям рассудка? Известны мифы о «безумных художниках» (как Дали) или же «проклятых и меланхолических поэтах» (как Бодлер). Аристотель был первым, кто занялся этой проблематикой и задался вопросом, почему великие государственные мужи, философы и поэты кажутся меланхоликами.

Наконец, пятая и последняя проблема касается идентификации и измерения креативности. После выработки научного определения креативности следует решить вопрос, какие средства и инструменты нужно использовать для ее измерения? Можно ли вообще утверждать, что креативность поддается количественной оценке и измерению? И если да, являются ли доступные средства измерения надежными и валидными? Два последних вопроса очень важны, потому что в оценке креативности большую роль играет субъективность (эстетические и эмоциональные суждения). Однако эта субъективность по определению не учитывается при раз-

работке «научных» инструментов измерения, которые основываются на объективных внешних критериях.

* * *

В десяти главах этой книги мы попытались представить обзор современных научных знаний о креативности, чтобы предложить некоторые ответы на эти вопросы. В первой главе излагается история понятия креативности, а также дается ее общепринятое описание и определение. В следующих четырех главах разрабатывается вопрос о компонентах креативности: связь между уровнем интеллекта и творческими достижениями рассматривается во второй главе, влияние личностных черт, когнитивных стилей и типа мотивации является предметом третьей главы. Четвертая глава посвящена связям между эмоциями и творческими достижениями. В пятой главе рассматривается влияние разных типов среды (семейной, школьной и пр.) на креативность и обсуждается возможное влияние новых технологий на творческий процесс. В шестой главе описываются различные этапы, из которых состоит творческий процесс, и обсуждается ряд моделей этого процесса. В седьмой главе рассматривается фундаментальный аспект креативности, а именно ее развитие в детстве и на протяжении всей жизни. Мы разбираемся также в вариативности креативности, особенно в снижении ее уровня, наблюдающемся в некоторых возрастах. Восьмая глава по-

священа спорам между сторонниками идеи общего уровня креативности, который не зависит от области ее проявления, и их противниками, защищающими гипотезу специфичности уровня креативности в зависимости от области проявления (наука, музыка и т. п.). Девятая глава посвящена исследованиям связей между креативностью и психотическими расстройствами. На основании анализа двух случаев (Оноре де Бальзака и Джона Форбса Нэша) предлагается модель связей между креативностью и психическими расстройствами. В последней, десятой, главе описываются различные измерительные инструменты, позволяющие оценить творческий потенциал человека и уровень его творческой продуктивности.

* * *

Мы хотим искренне поблагодарить за участие в подготовке этой книги Николь Бакри, Жозиану Бертонсини, Асту Георгсдоттир, Жака-Анри Гиньяра, Доминик Гюро, Анну-Ивонну Жаке и Шанталь Пакто.

Глава 1. Концепции креативности

Психология креативности – сложная область исследований. В течение долгого времени к творчеству относились как к чему-то таинственному. Потребовалась длительная разработка этой проблематики в рамках различных подходов, чтобы прийти к тем представлениям и моделям, которые представлены в данной книге. В первой главе мы даем исторический обзор, который позволит прояснить современное состояние проблемы креативности.

История понятия креативности от Древней Греции до нашего времени

Согласно некоторым греческим и иудео-христианским древним текстам, дух состоит из двух частей: одна – это резервуар, который божество наполняет вдохновением, другая предназначена для выражения этого вдохновения. Платон говорил, что поэт может создать лишь то, что желает и на что его вдохновляет муза. Поэт, будучи особым человеком – избранником богов, – выражает полученные от них творческие идеи. Того же мнения придерживается и Гесиод, который рассказал, как дочери Зевса вручили ему пальмовую ветвь, вдохновив тем самым на божественную песню, которая воздала славу богам (Dacey & Lennon, 1998).

В рассказах более близких нам по времени художников и писателей можно найти ту же мысль. Например, Бетховен сообщал, что во время сочинения он был охвачен «духом», который диктовал ему музыку. Английский писатель Редьярд Киплинг (Kipling, 1937/1985) говорил о своем знакомом демоне, который жил у него в ручке. Он писал:

«Мой демон был со мной в “Книге джунглей”, “Киме” и обеих книгах о Паке, и я старался ходить осторожно, чтобы он не исчез. Я знаю, что этого не произошло, потому что когда эти книги были закончены, они об этом сообщили сами, подобно удару

воды в резко закрытом кране... Когда ваш Демон за работой, не думайте сознательно. Отдайтесь течению, ждите и подчиняйтесь» (р. 162).

С точки зрения мистического подхода вдохновение часто связывается с иррациональным состоянием, сходным с маниакальной эйфорией. Новый взгляд на креативность появился, когда Аристотель выдвинул идею, что вдохновение порождается душой самого человека и последовательностью его умственных ассоциаций, а не божественным вмешательством. Позже, в результате политического и религиозного давления со стороны Римской империи, а потом феодальной системы и возрастающего влияния церкви в обществе, в западном мире творчеству и его осмыслению уделялось меньше внимания. Возрождение, вернувшись к ценностям греческой цивилизации, характеризовалось возобновлением интереса к искусству, литературе, философии и науке. Творчество опять стало предметом обсуждений (Albertr & Runco, 1999).

В XVIII веке возникли философские споры о гении, в частности, об истоках творческого гения. Например, Дафф (1767, цит. по: Becker, 1995) отличал творческий гений от таланта, который характеризуется высоким уровнем достижений, но не обязательно оригинальным мышлением. Согласно его взглядам, творческий гений возникает в результате врожденной способности, которая включает ассоциативное воображение, позволяющее комбинировать и оценивать

идеи и эстетические качества, направляющие поиск идей. Таким образом, постепенно формировалось представление о креативности как особой форме гениальности, отличной от таланта и определяемой генетическими и средовыми факторами (Albert & Runco, 1999). Сверхъестественный аспект креативности постепенно исчез из научного анализа.

В XIX веке все больше авторов поддерживают представление, что гениальность основывается на выдающемся уровне оригинальности, который, в свою очередь, зависит от способности устанавливать ассоциации между идеями. Уильям Джемс (1880, цит. по: Becker, 1995) писал:

«Вместо того чтобы думать о конкретных вещах, терпеливо двигаясь от одной к другой по проторенной колее привычных предположений, мы совершаем резкие скачки и переходы от одной идеи к другой... порождаем невиданные комбинации элементов, тончайшие ассоциации по аналогии; короче говоря, мы погружаемся в бурлящий котел идей... где связь может сформироваться или исчезнуть в мгновение, где нет места однообразной рутине, где единственным законом кажется неожиданность...» (р. 222).

Итак, были поставлены вопросы, которые и по сей день волнуют исследователей. Что такое креативность? Как она проявляется? Каковы свойства творческой личности? Как они функционируют?

Попытки ответить на некоторые из этих вопросов появи-

лись в работах Френсиса Гальтона (Galton, 1879, 1883). Гальтон считал, что умственные способности, подобно физическим характеристикам, являются врожденными. Он проверил эту идею с помощью статистических исследований выдающихся людей, известных благодаря своим работам или оцениваемых обществом как гении. Эта попытка была методологическим новшеством, ее можно рассматривать как начало эмпирических исследований креативности. Гальтон уделял также особое внимание исследованию и объяснению природы индивидуальных различий, придерживаясь идеи (отличной от идей Платона и своих современников), что имеется плавный переход от нетворческого индивида к гению.

Кроме этого, Гальтон (Galton, 1879) провел исследование на самом себе с помощью интроспекции, записывая все мысли, приходящие ему в голову во время прогулки по Лондону в течение целого дня. Благодаря этому он обнаружил, что существует последовательность умственных впечатлений: основным источником новых идей являются «умственные объекты», хранящиеся в «подвале разума» и активизирующиеся благодаря ассоциациям. «Идеи в сознательном разуме связываются с идеями в бессознательном разуме нитями сходства» (р. 162).

К началу XX века исследованиями креативности занимались многие авторы и целые научные школы. Например, Эдуард Тулуз исследует выдающихся людей, таких как

Эмиль Золя и Анри Пуанкаре. Он изучает различные аспекты (восприятие, память, мышление, личностные особенности) психологического функционирования этих людей для того, чтобы, в частности, выяснить, не связана ли креативность с определенной психологической хрупкостью. Альфред Бине проводит исследования отдельных случаев в области литературного творчества; он рассматривает творческое мышление на основе ассоциаций как часть интеллекта. В первой версии шкалы интеллекта, которую он разработал вместе с Симоном (Binet & Simon, 1905), можно найти оригинальные задания, предназначенные для измерения творческого воображения (например, «назовите все круглые предметы»). Чарльз Спирмен (Spearman, 1931) в своей книге о творческом разуме выдвигает предположение, что в основе креативности лежит интеллектуальная способность формировать связи между различными идеями (находить между ними соответствие или сходство).

Основываясь на идее, что креативность вытекает из противоречий между сознанием и неосознаваемыми побуждениями, Фрейд (Freud, 1908/1959) предположил, что художники и писатели творят для того, чтобы выразить свои неосознаваемые желания (любовь, власть и т. д.) средствами, приемлемыми с точки зрения культуры, т. е. через искусство или литературу¹. Эти идеи нашли подтверждение в исследо-

¹ Имеется много литературы, посвященной психоаналитической теории креативности. В данной книге эти работы не рассматриваются.

ваниях биографий знаменитых творцов, например, Леонардо да Винчи. Под влиянием этих исследований такими авторами, как Крис (Kris, 1952) и Куби (Kubie, 1958), был разработан психодинамический подход к креативности. Бессознательное рассматривалось как источник особых идей, которые часто выражаются в зашифрованной форме (в образах, метафорах) и трансформируются «вторичными» процессами, ориентированными на реальность (Suler, 1980).

Рибо (Ribot, 1900) в ряде работ рассматривает роль интеллекта, эмоций и бессознательного в творческом мышлении, а также прослеживает ход его развития и различные формы его проявления – литературную, научную, предпринимательскую. Кокс (Cox, 1926) провела биографическое исследование 300 людей, известных благодаря их творческим работам. Она показала, что высокий интеллект (средний IQ исследованных людей был равен 154) в сочетании с мотивацией и определенными чертами характера является важным фактором, определяющим уровень креативности. Наконец, Уоллес (Wallas, 1926) открыл новое направление, предложив модель творческого процесса, состоящую из четырех этапов: умственная подготовка (поиск информации), фаза инкубации, фаза озарения (когда творческая идея входит в сознание) и фаза проверки возникшей идеи. Основываясь на этой модели, Пэтрик (Patrick, 1935, 1937) провела наблюдения за творчеством художников, поэтов, а также обычных людей; Адамар (Hadamard, 1945) изучал творческий процесс у мате-

матиков и ученых. В традициях гештальт-психологии Вертгеймер (Wertheimer, 1945) предположил, что процесс творчества заключается в формировании интегрированных единиц мышления, представляющих «хорошие формы». Движущей силой творчества является скорее инсайт, а не цепь ассоциаций.

Во второй половине XX века происходит углубление некоторых из упомянутых выше подходов, а также развитие новых направлений. Целую эпоху составили работы Гилфорда и созданные им тесты. На первом этапе своих исследований (Guilford, 1950) он выдвинул гипотезу о том, что для творчества необходим ряд интеллектуальных способностей, таких как легкость обнаружения проблемы, способности к анализу, оценке и синтезу, беглость и гибкость мышления. Затем он (Guilford, 1956, 1957) разработал факторную теорию интеллекта, согласно которой существует пять интеллектуальных операций (познание, память, дивергентное мышление, конвергентное мышление и оценка), применение которых к информации разного типа (образной, символической и т. п.) порождает соответствующие мыслительные продукты. Согласно этой теории, креативность опирается на разные умственные операции, в особенности на дивергентное мышление (способность порождать большое количество идей при выполнении одного задания), для измерения которого был разработан ряд тестов. Позднее Гилфорд (Guilford, 1967) разработал модель, в которой интеллекту-

альные операции помещаются в контекст процесса решения задач (Structure of Intellect Problem Solving): проблемные ситуации задействуют ансамбль интеллектуальных операций и, в том числе, творческие процессы.

Начиная с 1950-х годов, Торренс также заинтересовался тестами креативности. Основываясь на гилфордовских тестах дивергентного мышления, он со своими коллегами реализовал исследовательскую программу, посвященную изучению психометрических свойств этих тестов, их применимости на детях и взрослых, прогностической валидности и влиянию особенностей инструкции на получаемые результаты (Torrance, 1972). Результатом этих исследований стали тесты креативного мышления Торренса (Torrance, 1976, 1988). Другие авторы сосредоточили свои усилия на проблеме развития креативности, разрабатывая методы и образовательные программы для повышения креативности: например, «мозговой штурм» Осборна (Osborn, 1965), метод «решение творческих задач», предложенный Парнесом и его сотрудниками из Фонда творческого образования (Parnes & Harding, 1962; Treffinger, 1995).

В это же время Маккиннон (MacKinnon, 1962), Гоу (Gough, 1961; 1979), Роу (Roe, 1952) и другие исследователи из Института по изучению и измерению личности изучали личностные черты и мотивы, связанные с креативностью. В этих исследованиях применяли корреляционные методы и методы сравнения групп с разным уровнем креатив-

ности. Было показано, что с креативностью могут быть связаны многие черты: уверенность в себе, независимость суждений, склонность к риску. Для Маслоу (Maslow, 1968) и Роджерса (Rogers, 1954) креативность является средством реализации своего потенциала (самоактуализация), она связывается с такими чертами, как принятие себя и свобода духа.

В 1980-х и 1990-х годах вопрос о связи креативности с конативными² переменными продолжает привлекать внимание специалистов по социальной психологии креативности. Так, Амабиле с сотрудниками (Amabile, 1996) исследует роль внутренней мотивации в креативности. Другие исследования посвящаются влиянию культурной среды. Например, Саймонтон (Simonton, 1984) в своих «историометрических» исследованиях установил, что определенные характеристики общества, такие как политическое разнообразие, влияют на креативность его членов на всем протяжении исторического развития.

Последние двадцать лет развивается также когнитивный подход к креативности, представителями которого являются Боден (Boden, 1992), Смит, Ворд и Финке (Smith, Ward & Finke, 1995), а также Вейсберг (Weisberg, 1986, 1993). Эксперименты, исследования отдельных случаев и моделирова-

² Под конативными факторами понимаются предпочитаемые или привычные способы поведения; они разделяются на три категории: (1) личностные черты, (2) когнитивные стили, (3) мотивация.

ние с помощью искусственного интеллекта позволяют изучать ментальные репрезентации, а также задействованные в творчестве процессы переработки и преобразования информации (порождение аналогий, поиск, разработка и синтез идей). По мнению некоторых представителей когнитивного подхода, креативность основывается на обычных когнитивных процессах, даже если результаты этих процессов оказываются «необычными» (Bink & Marsh, 2000). Наконец, можно отметить, что в этот же период был предложен ряд теорий, согласно которым креативность является результатом конвергенции когнитивных, конативных и средовых факторов (Lubart, 1999a). Эти теории подробнее будут описаны в конце первой главы в разделе «Многофакторный подход».

Общепринятое определение креативности

Прежде чем приступить к описанию работ, посвященных креативности, необходимо дать такое определение понятия «креативность», которое бы соответствовало современным взглядам. Мы уже видели, что понятие креативности претерпело определенное развитие. Определение креативности само по себе является предметом исследований, и вокруг него ведутся научные дискуссии. Однако существует определение, принимаемое большинством современных исследователей.

Креативность – это способность создавать продукт, который обладает новизной и при этом соответствует контексту, в котором он находится (Amabile, 1996; Barron, 1988; Lubart, 1994; MacKinnon, 1962; Ochse, 1990; Sternberg & Lubart, 1995). Таким продуктом может быть, например, идея, музыкальное произведение, рассказ или же реклама.

По определению, *новый* продукт является оригинальным и неожиданным; он отличается от того, что уже создавали ранее сам испытуемый или другие люди. При этом степень его новизны может быть разной, в диапазоне от минимального отклонения от созданного ранее и вплоть до важного нововведения (Sternberg, Kaufman & Pretz, 2002).

С другой стороны, творческий продукт не может быть

просто новым. Он должен быть еще и адаптивным, т. е. соответствующим разным ограничениям, накладываемым ситуацией, в которой находится человек. Когда в специальных исследованиях у испытуемых выясняют их представления о креативности, они обычно упоминают и новизну, и адаптивность (см. Lubart & Sternberg, 1995).

Следует отметить, что не существует каких-то абсолютных норм для оценки степени креативности продукта. На практике оценки креативности предполагают социальный консенсус. Отдельный эксперт, группа людей или общество в целом оценивают произведения и степень их креативности по сравнению с другими творческими продуктами. Точно так же глобальный уровень креативности человека (или группы) оценивается по отношению к другим людям (или группам).

Что касается представлений о креативности, то некоторые люди придают большую важность новизне, а не адаптивности, в то время как другие приписывают обеим характеристикам одинаковый вес. Относительная важность новизны и адаптивности зависит также от природы решаемой субъектом задачи: например, критерий адаптивности более важен для творческих продуктов, создаваемых инженерами, но не художниками. С другой стороны, люди могут по-разному понимать новизну и адаптивность. Для одних людей новизна – это способность оригинального решения вызывать непосредственную и эмоциональную реакцию, в то время

как другие находят новизну через сопоставление данного решения с предлагавшимися ранее. Наконец, в зависимости от личного опыта идея может казаться новой для одного человека, но не быть таковой для другого.

Кроме новизны и адаптивности существуют и другие характеристики, которые нередко влияют на оценки креативности, такие как техническое качество работы или важность продукта с точки зрения потребностей общества. Так, работа, выполненная на высоком техническом уровне, может выявить новизну и ценность идеи в большей степени, чем та же работа, выполненная менее качественно.

Характер процессов, приведших к порождению того или иного продукта, также должен учитываться при решении вопроса о том, насколько он выражает креативность автора. Продукт, созданный случайно или по правилам, сформулированным другим лицом, может не рассматриваться как творческий, даже если он будет новым и адаптивным. Предполагается, что творческий акт связан с тяжелой целенаправленной работой и со сложностями в достижении решения. Поэтому идея создания искусственных систем переработки информации, способных к творчеству, представляется сомнительной: если решения таких систем иногда оказываются новыми и соответствуют ограничениям, налагаемым задачей, то сам процесс порождения подобных решений часто далек от того, что предположительно лежит в основе человеческого творчества (Boden, 1992).

Наконец, представления о креативности могут меняться в зависимости от культуры и исторической эпохи. Так, в некоторых культурах креативность связывают с продуктами, порывающими с традицией, а другие культуры ценят скорее сам по себе процесс творчества, а не получаемый результат и/или его применение (Lubart, 1999b). Хотя исследования, описываемые ниже, основываются на западных представлениях о креативности, важно отметить ограниченность этой точки зрения (см. главу 5).

Многофакторный подход

Начиная с 1980-х годов развивается многофакторный подход к креативности. Согласно этому подходу, креативность основывается на особом сочетании индивидуальных факторов, таких как умственные способности и личностные черты, и средовых факторов. Природа этих факторов и их возможные взаимодействия варьируют в зависимости от предлагаемой теории (см. Lubart, 1999b).

Например, согласно Амабиле (Amabile, 1996) существуют три компонента, лежащие в основе креативности: мотивация, способности в конкретной области и процессы, связанные с творчеством. К мотивации относятся внутренние и внешние причины, ради которых индивид берется за задачу, и отношение человека к задаче. К способностям в конкретной области автор относит знания, умения и одаренность в этой области. Например, в области естественных наук можно говорить о знании определенной проблематики, умении проводить лабораторные процедуры и одаренности в области умственных образов. Процессы, связанные с творчеством, включают когнитивные стили, позволяющие организовывать мышление индивида в ходе решения задач, использование эвристик для порождения новых идей и стиль работы, в частности, такие его характеристики, как настойчивость и удержание внимания на задаче. Утверждается, что

процессы, связанные с творчеством, участвуют в решении любых творческих задач, тогда как способности в конкретной области и мотивация более специфичны по отношению к определенным типам задач. Уровень развития этих трех процессуальных компонентов определяет креативность человека. При отсутствии одного из компонентов творчество невозможно.

По Стернбергу и Любарту (Sternberg & Lubart, 1995) для креативности необходимо шесть типов ресурсов. Это те аспекты интеллекта, знаний, когнитивных стилей, личности, мотивации и среды, которые обеспечивают физическую и социальную стимуляцию, помогающую порождать и разрабатывать идеи. Кроме того, окружающая среда является источником социальных оценок креативности. Относительно сочетания ресурсов Стернберг и Любарт придерживаются той точки зрения, что креативность не является простой результирующей уровня развития каждого компонента креативности:

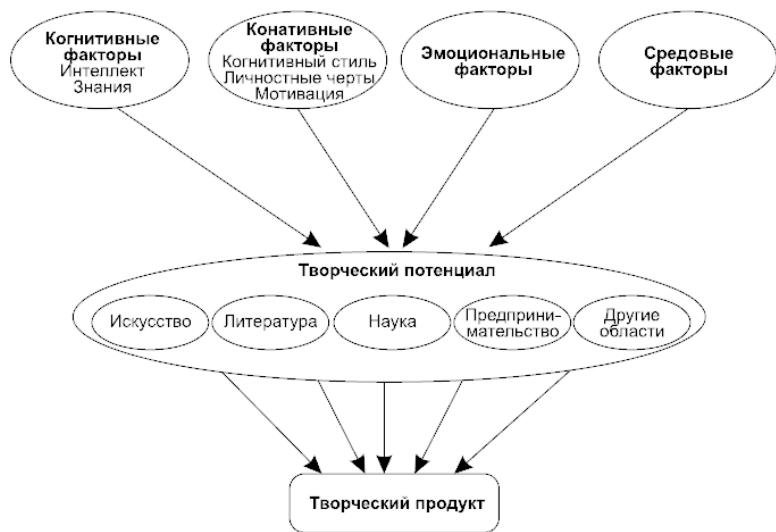
- отдельные компоненты могут иметь пороговые значения (как, например, знания); если уровень компонента опускается ниже порога, то творчество невозможно;
- между компонентами может существовать частичная компенсация: один сильный компонент (например, мотивация) может уравновесить слабость другого компонента (например, уровня знаний);
- компонент всегда действует в присутствии других ком-

понентов, что может приводить к взаимодействию между ними. Например, высокие уровни интеллекта и мотивации могут взаимно усиливать их влияние на креативность.

Вудман и Шенфельдт (Woodman & Schoenfeldt, 1990) выдвигают идею, что креативность является результатом сложного взаимодействия трех главных компонентов: antecedентов, индивидуальных характеристик и характеристик ситуации. Под antecedентами понимаются предшествующие условия, влияющие на текущее состояние человека, ситуации и их взаимодействия. В качестве примера можно привести социоэкономический статус семьи или события, предшествующие конкретной ситуации. Индивидуальные характеристики включают способности и когнитивные стили, личностные черты и аттитюды, ценности и мотивацию. Характеристики ситуации включают социальные воздействия (вознаграждения, социальные оценки и пр.) и контекстуальные воздействия (физическое окружение, климат, культура).

Недавно Фельдман, Чиксентмихайи и Гарднер (Feldman, Csikszentmihalyi & Gardner, 1994) разработали системный подход к креативности. Первая система, *индивид*, обеспечивает извлечение информации из определенной области и ее преобразование или разработку за счет когнитивных процессов, личностных черт и мотивации. Вторая система, *поле*, состоит из ряда людей, контролирующих данную область или влияющих на нее; они оценивают и отбирают новые идеи (например, художественные критики или галеристы). Третья

система, *область*, состоит из культурных знаний, которые включают творческие продукты и могут передаваться от человека к человеку. Система «индивид» подвержена влияниям со стороны поля и области и может вызывать изменения в этих двух системах. Ховард Грубер с коллегами (Gruber et al., 1988) предположили, что знания, цели и аффективные состояния (например, радость или фрустрация) индивида, развиваясь во времени и взаимодействуя друг с другом, меняют реакции человека на неожиданные стороны задачи и могут приводить к порождению творческого продукта.



Схема, иллюстрирующая многофакторный подход к креативности

Согласно многофакторному подходу, который будет описан в разных главах данной книги, креативность зависит от когнитивных, конативных, эмоциональных и средовых факторов. Каждому человеку свойственно особое сочетание этих факторов. Это сочетание может в большей степени соответствовать требованиям задач из некоторой определенной области человеческой деятельности. Таким образом, творческий потенциал человека в разных областях деятельности является результатом взаимодействия этих факторов. Творческий потенциал часто проявляется в продуктах, порождаемых человеком. Степень креативности этих продуктов оценивается с учетом социального контекста.

Глава 2. Интеллект и знания

Сточки зрения когнитивного подхода, в основе творчества лежат процессы переработки информации и знания в области, к которой относится решаемая задача.

Важные для творческого акта интеллектуальные способности помогают выполнять следующие функции:

- распознавать, определять и переопределять проблему или задачу;
- извлекать из окружения связанную с проблемой информацию (селективное кодирование);
- устанавливать параллели между разными предметными областями, полезные для решения проблемы (анalogии, метафоры, селективные сравнения);
- перегруппировывать элементы информации таким образом, что в новых сочетаниях они приводят к возникновению новых идей (селективное комбинирование);
- порождать множество решений (дивергентное мышление);
- оценивать собственный прогресс на пути решения проблемы;
- отходить от первоначальной идеи, чтобы начать поиск новых путей.

Эти способности опираются одновременно на синтетический и аналитический интеллект. Можно также отметить,

что на способность представлять идеи в такой форме, которая будет принята обществом, влияет также практический и социальный интеллект.

Рассмотрим теперь несколько примеров того, как эти способности связаны с креативностью. Потом будет обсуждаться связь имеющихся у субъекта знаний и показателей его коэффициента интеллекта (IQ) с креативностью.

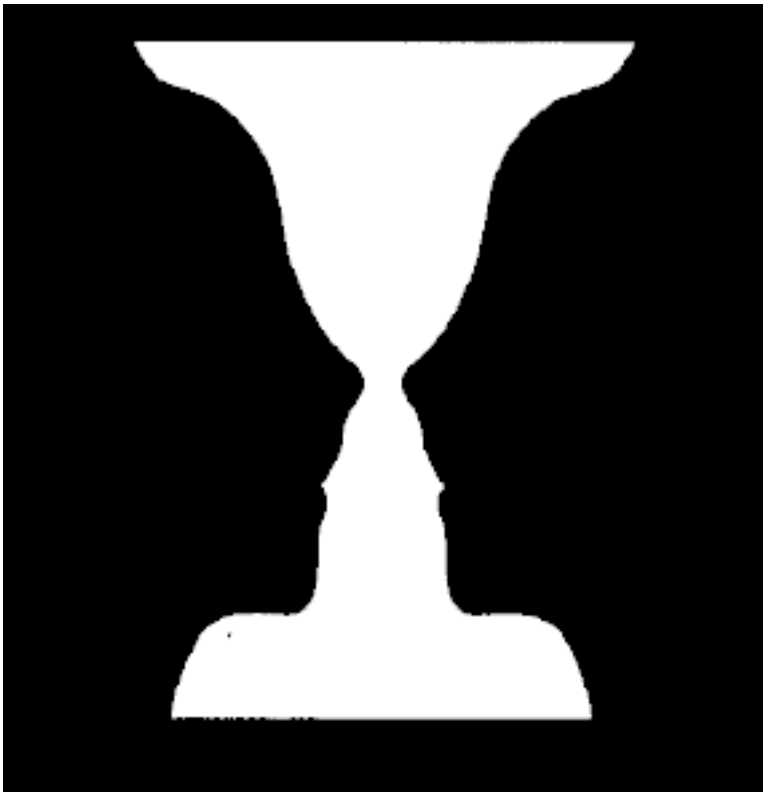
Распознавание, определение и переопределение проблемы

«Хорошо сформулированная задача наполовину уже решена».
Джон Дьюи

Важную роль в креативности играют способности распознавать и формулировать проблему (Isaksen & Parries, 1985; Mackworth, 1965; Ochse, 1990). Надо суметь обнаружить пробел в имеющихся знаниях, увидеть необходимость получения нового результата или недостатки известных процедур. Иногда проблемы формулируются в явном виде (например, в школах или в лабораториях), однако большая часть важных проблем совсем не очевидна или активно игнорируется большинством людей (Brown, 1989). Способность находить проблему может проявляться в склонности к постановке вопросов или в умении представить себе идеальное по сравнению с текущей ситуацией положение вещей. Несколько предварительных исследований обнаружили связь между склонностью к постановке вопросов и креативностью (Artley, Van Horn, Friedrich & Carroll, 1980; Glover, 1979).

Рассмотрим следующую историю. Джону, работавшему на автомобильном заводе в Соединенных Штатах, не нравился его начальник. Некоторое время он терпел эту ситуацию,

потом решил обратиться в кадровое агентство, чтобы найти аналогичную должность на другом предприятии. Он оставил там свою заявку. Однажды вечером, когда Джон пришел домой, жена сказала ему, что она готовится к занятиям по психологии. У нее в книге он увидел двусмысленный рисунок, подобный приведенному внизу (изображение «вазы Рубина»). Источник: Gleitman H. Psychology. New York, Norton, 1986 [2nd ed.], p. 182).



На этом изображении можно увидеть либо вазу, либо два лица.

Глядя на рисунок, Джон понял, что он может решить свою проблему более интересным способом, по сравнению с его первоначальным планом. До этого момента он определял

свою проблему следующим образом: найти другое место, чтобы больше не работать со своим начальником. Однако это не единственно возможная формулировка; на самом деле для него было бы лучше, если бы работу сменил его начальник. Джон вернулся в кадровое агентство и попросил найти новую работу для своего начальника. Через несколько дней начальник Джона получил предложение о работе на другом предприятии и принял его. Получается, что Джон решил заменить своего начальника. Благодаря переопределению проблемы Джон смог найти креативное решение.

Согласно Эйнштейну и Инфельду (Einstein & Infeld, 1938), возможность «увидеть старые вопросы под новым углом зрения требует творческого воображения и является признаком реального продвижения в науке». Следующий пример хорошо поясняет это положение. Группа инженеров, работавших в Технологическом университете штата Теннесси, пыталась повысить безопасность автомобиля. Они видели суть проблемы в том, что во время автомобильной аварии нужно удерживать человека в кресле, чтобы он не мог пораниться о стенки машины. Позже эти инженеры перенесли центр проблемы с человека на автомобиль, пытаясь сделать его кузов менее травмоопасным (Stein, 1989).

С определением проблемы тесно связана *ментальная репрезентация* той информации, которая подлежит переработке. Репрезентация проблемы может повлиять на поиск информации в памяти, в особенности на поиск релевантных

проблеме повседневных знаний, а также на легкость усвоения и применения правил. Говоря о ментальных репрезентациях, часто констатируют, что визуальные образы облегчают нахождение творческого решения проблемы (Ghiselin, 1985; Shepard, 1978; Weber & Perkins, 1992); например, Эйнштейн создал теорию относительности частично благодаря визуализации траектории пучка световых лучей. Экспериментальные исследования процесса изобретения подтверждают факт использования ментальных репрезентаций для соединения разных частей (например, ручек, колес), чтобы таким образом получать новые объекты (Finke, 1990; Smith, Ward & Finke, 1995). «Визуализация» образов особенно полезна для творчества, потому что образы легко поддаются изменениям, могут наглядно показывать разные стороны проблемы, с ними легко манипулировать и у них нет ограничений, свойственных вербальным репрезентациям (Kim, 1990).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.