

Czym jest twórczość?

CZEGO DOWIESZ SIĘ Z PRZECZYTANEGO TEKSTU

- Jak zdefiniować kreatywność?
- Od kiedy kreatywność jest przedmiotem badań naukowych i jak była traktowana wcześniej?
- Co sprzyja kreatywności, a co ją hamuje?
- Jak kultura wpływa na kreatywność?
- Czy można poznać poziom swojej kreatywności za pomocą testów twórczości?

WSTĘP

Kreatywność - czy też twórczość - czasami może nam się wydawać czymś bardzo niedostępnym lub dostępnym jedynie wspaniałym artystom. Zastanawiacie się na pewno niekiedy czy sami jesteście kreatywni, czy jednak jest to umiejętność, której nie macie? Czy kreatywność jest czymś zapisanym w genach, trzeba się z nią urodzić? Czy może jednak jest to umiejętność, jak jeżdżenie na rowerze, i można ją wytrenować? Może nam się wydawać, że nie jesteśmy kreatywni z bardzo przyziemnych powodów. Nasza codzienna kreatywność może być po prostu uśpiona. Być może jest to nieodpowiednia dla nas pora dnia. Każdy z nas ma porę dnia, w której lepiej mu się pracuje i jest bardziej efektywny, ma więcej energii. Dla niektórych to jest wczesne rano, dla innych środek dnia, a inni najlepiej pracują już całkiem wieczorem lub nawet w nocy. Jeżeli staramy się wykonywać twórcze zadania w nieodpowiedniej dla nas porze, będzie to z pewnością trudniejsze lub w ogóle nam się to nie uda. Kreatywni prawdopodobnie nie będziemy też, kiedy jesteśmy zmęczeni, zestresowani czy

Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



po prostu znudzeni. Nasza codzienna kreatywność może być blokowana przez przyzwyczajenia, brak treningu i brak energii. Warto zrozumieć, na czym polega kreatywność, aby móc ją wzmacniać w naszym codziennym życiu.

HISTORIA BADAŃ NAD KREATYWNOŚCIĄ

Ludzkość od wieków interesuje się twórczością. Poszukujemy odpowiedzi na pytanie: skąd bierze się natchnienie? Skąd biorą się niezwykle umiejętności? Skąd biorą się nasze pomysły? Najwcześniejsze teorie na temat tworzenia czy bycia kreatywnym miały często charakter mistyczny, wiązały twórczość z boskim natchnieniem, z siłami nadnaturalnymi, takimi jak muzy czy demony. Traktowały twórczość jako element pozaziemski, odrębny od naszej codziennej rzeczywistości. Starożytni Grecy twórczość w odrębnych dziedzinach przypisywali konkretnym muzom. I tak Kaliope była opiekunką i natchnieniem dla autorów z zakresu poezji epickiej, Euterpe - poezji lirycznej i muzyki. Erato zajmowała się natchnieniem w tworzeniu poezji miłosnej, Polihymnia - poezji religijnej. Klio była opiekunką historii, Melpomena tragedii, Talia komedii i poezji sielankowej, Terpsychora śpiewu chóralnego i tańca. Ostatnią z muz była Urania, która zajmowała się astronomią i astrologią.

Nawet obecnie, w XXI wieku publikuje się wiele książek czy poradników, które mają pomóc w znalezieniu ścieżki duchowej, pomóc w znalezieniu inspiracji, pomóc w wyzwoleniu naszych sił twórczych. Znajdziemy też mnóstwo stron internetowych o takiej tematyce. Oczywiście nie jest to podejście naukowe. W zasadzie do połowy dwudziestego wieku tak naprawdę brak poważnych naukowych badań nad twórczością. Pojawiały się tylko sporadyczne artykuły czy rozmyślenia. Do tego momentu dominowało elitarne rozumienie kreatywności. Oznacza to, że kreatywnymi uznawano tylko wielkich artystów. Dopiero właśnie od połowy dwudziestego wieku twórczość została potraktowana jako koncepcja szersza. Rozciągnięto ją na wszelką działalność ludzi, w której wymyślali oni nowe rozwiązania. W Polsce tak naprawdę to szersze ujęcie pojawiło się nieco wcześniej niż globalnie, już w latach 20. XX wieku dzięki publikacjom i działalności oświatowej takich autorów jak Kazimierza Korniłowicz, Helena Radlińska czy Aleksander Kamiński.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



W roku 1950 odbył się kongres Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego, podczas którego jego prezes Joy. P. Guilford wezwał do poświęcenia tematowi kreatywności więcej uwagi i badań. Guilford był autorem tak zwanego strukturalnego modelu twórczości, który wskazuje na to, że twórczość nie jest jednoaspektowa, a składa się tak naprawdę z czterech elementów: płynności, czyli zdolności generowania dużej liczby pomysłów, giętkości, czyli tworzenia wielu różnorodnych pomysłów, oryginalności, która wiąże się z tworzeniem czegoś nowego, tworzeniem niezwykłych idei i umiejętności dopracowania, czyli zdolności rozwijania wymyślonych idei czy pomysłów.

Poniżej prosty przykład tego strukturalnego podejścia do badań kreatywności:

Gdzie idziemy zjeść kolację?

- płynność – gdy wymienimy długą listę restauracji
- giętkość – gdy wymienimy miejsca reprezentujące różne kuchnie
- oryginalność – gdy zaproponujemy restauracje znane niewielu osobom
- dopracowanie – gdy skoncentrujemy się np. na kuchni greckiej i wymienimy wszystkie miejsca w okolicy, które ją serwują

DEFINICJA KREATYWNOŚCI

Przeglądając publikacje - także naukowe - na temat kreatywności, można zauważyć, że autorzy nie stosują jednej i tej samej definicji. Publikacje te charakteryzuje wielość definicji, a niekiedy nawet twórczość czy kreatywność w ogóle nie jest definiowana. Autorzy zakładają, że wszyscy wiemy, o czym mowa. Jak więc zdefiniować kreatywność? Wskazuje się na dwa główne elementy, które muszą wystąpić, abyśmy mogli ocenić dane działanie jako kreatywne.

Pierwszy z nich to element nowości. Twórczość zawsze reprezentuje coś innego, nowego, innowacyjnego czy unikalnego. Dlatego gdybyśmy zadali sobie pytanie, czy twórca będzie dokładne skopiowanie Mona Lisy, punkt po punkcie, to odpowiedzią na to pytanie jest nie. Doskonała kopia Mona Lisy na pewno będzie świadczyć o naszych wysokich umiejętnościach artystycznych, ale nie tworzymy tutaj nic nowego, więc nie jest to twórczość.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



Drugim elementem, który też jest niezbędnym elementem twórczości, jest adekwatność do rozwiązywanego problemu. Twórczość musi być adekwatna do wykonywanego zadania, musi być w tym sensie pożyteczna, powiązana ze stojącym przed nami problemem. Tak więc gdybyśmy zadali sobie pytanie: Czy zamiast rozwiązywać trudne zadanie matematyczne, jeśli narysujemy na klasówce kaczkę, to czy będzie to działanie kreatywne? Znow odpowiadają tutaj jest – nie. Kaczka nie ma powiązania z problemem matematycznym, który powinniśmy rozwiązać. Tak więc podsumowując, działanie kreatywne to takie, które zawiera element nowości i jest powiązane logicznie z zadaniem, które mamy rozwiązać. Nie oznacza to jednak, że kreatywne rozwiązanie musi być racjonalne i poprawne. Jeśli chcąc rozwiązać problem suchych roślin doniczkowych wrzucę je do jeziora, to będzie to rozwiązanie unikalne, powiązane z problemem (rośliny nie będą już suche), a więc kreatywne, choć oczywiście nieracjonalne.

KREATYWNOŚĆ A CECHY CHARAKTERU

Kreatywność ma pewne powiązanie z naszymi innymi cechami charakteru, a przede wszystkim jedną - otwartością. Dla kreatywności najważniejsza jest nasza otwartość na nowe doświadczenia. Nasza fantazja, posiadanie zmysłu estetycznego, otwartość na próbowanie nowych rzeczy - mogą to być nowe potrawy, może to być poznawanie nowych miejsc, nowych ludzi, próbowanie nowego hobby. Kreatywności sprzyja wielość naszych zainteresowań, ciekawość świata, lubienie wyzwań, a także otwartość na sztukę i otwartość na emocje. Wszystko to wiąże się z kreatywnością w jeden sposób. Nasza kreatywność nie bierze się z niczego. Twórcze pomysły polegają na tym, że łączymy w umyśle na pozór nie powiązane ze sobą rzeczy i koncepcje. Jednak żeby móc je powiązać, musimy je najpierw w naszym umyśle mieć - to znaczy im więcej mamy doświadczenia, im więcej rzeczy zobaczyliśmy, przeczytaliśmy, poznaliśmy, tym ta nasza baza, z której czerpiemy, będąc kreatywnym, jest większa. Tym więcej powiązań nasz umysł może stworzyć. Kreatywność oparta jest na analogiach. Analogie to mechanizm poznawczy, w którym dostrzegamy podobieństwa między jedną rzeczą lub zjawiskiem, którą chcemy nazwać lub stworzyć, a inną rzeczą i wykorzystanie cechy tej drugiej rzeczy do rozwiązania problemu. Doskonałym przykładem jest tutaj nazwanie



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



przejścia dla pieszych zebrają ze względu na czarno-białe pasy, które występują też na tych zwierzętach.

Kreatywność jest też związana z naszą motywacją. Przyjmuje się, że motywacja może mieć charakter wewnętrzny oraz zewnętrzny. Motywacja wewnętrzna to sytuacja, kiedy do wykonania jakiegoś zadania zachęca nas czynnik pochodzący z naszego wnętrza. To może być zainteresowanie danym tematem. To może być przyjemność, jaką osiągniemy dzięki zrobieniu czegoś, ale to może być też poczucie, że robiąc coś niekoniecznie przyjemnego, w końcu będziemy mieć to z głowy i motywuje nas tutaj ta ulga. Z kolei motywacja zewnętrzna to sytuacja, kiedy do zrobienia czegoś zachęca nas czynnik zewnętrzny. To może być czynnik o charakterze negatywnym, na przykład rodzic, który każe nam posprzątać pokój, nauczyciel, który każe nam odrobić zadanie domowe, czy przepisy prawa, które nakazują nam zachować się w określony sposób. Ale motywacja zewnętrzna może też mieć charakter pozytywny. Przykładem będzie tu konkurs z atrakcyjną nagrodą, która zachęci nas do wzięcia udziału w tym konkursie i włożenia dużego wysiłku. Byciu kreatywnym bardziej sprzyja motywacja o charakterze wewnętrznym. Zwłaszcza ta oparta na naszej ciekawości czy naszym zainteresowaniu tematem.

Ciekawą kwestią jest też powiązanie kreatywności z inteligencją. Wbrew potocznemu postrzeganiu należy zauważyć, że nie ma dowiedzonego silnego związku między inteligencją a poziomem kreatywności. Wiele badań na ten temat dochodzi do zróżnicowanych wniosków. Funkcjonuje tutaj tak zwana teoria progowa. Mówi ona o tym, że kreatywność charakteryzuje się dodatnią korelacją z inteligencją, ale do pewnego momentu. Tym punktem odcięcia jest iloraz inteligencji rzędu 120 punktów. Powyżej tego progu ta zależność niekoniecznie będzie już występować. Osoby bardzo inteligentne nie zawsze będą bardzo kreatywne. Wysoka inteligencja niekiedy sprzyja skupieniu na ograniczonym zakresie tematów i to ograniczenie nie będzie sprzyjać kreatywności. Warto jednak pamiętać, że umiarkowany poziom inteligencji pomaga naszej kreatywności, chociaż nie w sposób bezpośredni. Jest to związek raczej pośredni. Osoby inteligentne częściej zdają sobie sprawę, że nowe doświadczenia mogą być wartościowe i w związku z tym są bardziej otwarci. Właśnie poprzez tą otwartość mogą też być bardziej kreatywni.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



CO WSTRZYMUJE KREATYWNOSĆ?

Pierwszą przeszkodą na naszej ścieżce do bycia kreatywnym jest po prostu socjalizacja, czyli wychowanie. Można powiedzieć, że małe dzieci są bardzo kreatywne, są oczywiście ciekawe świata. Jednak ta ich kreatywność czy ciekawość świata wiąże się często z zagrożeniem. Limitowanie kreatywności w tych najmłodszych latach dla bezpieczeństwa dziecka jest naturalne, nawet jeśli nieco zmniejsza naszą kreatywność w późniejszych latach.

Kolejną przeszkodą jest pewna niezgodność pomiędzy celami formalnej edukacji a trenowaniem naszej kreatywności. Kreatywność może przecież przeszkadzać w celu, jakim jest zdanie egzaminów. Podczas egzaminów uczniowie muszą podać poprawną odpowiedź, a nie odpowiedź najbardziej oryginalną czy kreatywną. Z drugiej strony jednak, mimo że w wielu przypadkach szkoła nie zachęca do kreatywności, to daje możliwości do tworzenia. Po zakończeniu edukacji szkolnej rzadziej sięgamy po książki, bardzo rzadko tworzymy własne teksty, bardzo rzadko rysujemy coś czy malujemy.

Kreatywność w sposób naturalny wiąże się z ryzykiem. Z jednej strony może to być ryzyko wyśmiania, ryzyko bycia odepchniętym z grupy, kiedy odważymy się wystąpić z innym pomysłem czy zdaniem odrębnym od grupy. Ryzyko związane z kreatywnością wiąże się też z możliwością poniesienia porażki. Pomysły czy rozwiązania, które są nowe, są też oczywiście niesprawdzone, nie mamy pewności, czy nasze kreatywne rozwiązanie faktycznie da dobry rezultat. Dużo łatwiej i bezpieczniej wykorzystać stare, sprawdzone rozwiązania. Podejmując działalność kreatywną musimy liczyć się z tym, że rezultaty nie będą takie, jak zamierzaliśmy. Podobnie kiedy niecierpliwie dążymy do natychmiastowego wyniku. Pośpiech nie sprzyja kreatywności. Jeżeli się spieszymy, to znów skierujemy się raczej w stronę sprawdzonych, wypróbowanych, starych rozwiązań. Nowe kreatywne pomysły będą potrzebowały czasu, aby je wypróbować, dopracować i dopiero później osiągnąć rezultaty. Na początku nowe pomysły nie będą idealne, więc jeżeli nie przeznaczymy czasu na ich dopracowanie, to zazwyczaj te nasze kreatywne pomysły będą przedmiotem przedwczesnej ostrej krytyki.

Przeszkodą w byciu twórczym jest też tak zwany syndrom eksperta, czyli kult ekspertów, którzy posiadają bardzo dużą, głęboką wiedzę na wąski, specjalistyczny temat.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



Tacy eksperci mają czasami tzw. tunelową wizję swojego obszaru ekspertyzy. Wiedzą dokładnie, jak pewne rzeczy powinny być zrobione, a jak nie. Wiedzą też, że "inaczej nie da się tego zrobić", "inne rozwiązania są niemożliwe".

KULTURA A KREATYWNOSĆ

Kultura ma duży wpływ na poziom kreatywności w społeczeństwie. Wynika to z faktu, że różne kultury nieco inaczej podchodzą do procesu socjalizacji, mają inne nastawienie do inności, do nowości, inaczej - bardziej głęboko lub nie odbierają porażki. Inaczej też podchodzą do podejmowania ryzyka. Kultura, w której porażka jest powodem do głębokiego wstydu, raczej nie będzie sprzyjała kreatywnym zachowaniom. Podobnie kultura, w której odmienność jest traktowana bardzo naturalnie, będzie sprzyjała tworzeniu nowych, unikalnych rozwiązań. Te różnice kulturowe odnoszą się do całych społeczeństw i bardzo trudno jest zmienić nasze nastawienie kulturowe, chociaż oczywiście każdy z nas posiada indywidualne cechy, które również wpływają na nasz osobisty poziom kreatywności.

Podobne znaczenie ma kultura organizacyjna, będąca cechą charakterystyczną różnego rodzaju instytucji - zarówno miejsc pracy, jak i na przykład szkoły. Aby kreatywność była prawdziwie wspierana w danej organizacji, zmiany muszą być silnie wspierane przez władze. Niezbędne są widoczne działania, a nie tylko hasła i slogany odnoszące się do premiowania kreatywności. Potrzebne jest zaufanie między szczeblami organizacji. Pewność, że ewentualna porażka wynikająca z poszukiwania kreatywnych rozwiązań nie zostanie potraktowana jako coś, co należy ukarać.

CZY TESTY TWÓRCZOŚĆ SĄ WIARYGODNE?

Istnieje mnogość testów, które mają za zadanie mierzyć naszą twórczość. Wyróżnia się między innymi testy myślenia twórczego, które polegają na wymienianiu skojarzeń, symboli czy na przykład dokańczaniu rozpoczętych rysunków. Są też testy osobowości twórczej, będące po prostu kwestionariuszami osobowości. Kolejnym rodzajem testów twórczości są testy wytworów. W tego typu testach oceniana jest nie osoba, ale produkty, dzieła, które



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



wytworzyła. Można też badać środowisko, w którym się znajdujemy. Badamy szkołę, firmy, inną organizację pod kątem stymulowania lub hamowania naszej twórczości.

Czy takie testy w wiarygodny sposób pokazują poziom naszej kreatywności? To zależy. Warto pamiętać, że nie badają one *stricte* twórczości, tylko jej składniki czy nasze możliwości do bycia twórczym. Występujące w takich testach zadania czasami bywają trywialne lub nierealistyczne i nie mają odniesienia do faktycznej twórczości. W literaturze wskazuje się też, że tego typu testy nie nadają się do badania prawdziwie wybitnych twórców, zwłaszcza ze względu na fakt, że takie osoby raczej niechętnie będą reagować na wspomniane wcześniej trywialne, nierealistyczne zadania. Wyniki takich testów bardzo zależą od tego w jakiej sytuacji czy otoczeniu się w danym momencie znajdujemy, jak wygląda poziom naszej motywacji, jak została skonstruowana instrukcja zadania. Testy twórczości zazwyczaj badają stan, a nie sam proces twórczy. Koncentrują się dopiero na wytworze tego procesu, a ocena wyników jest oparta na subiektywnych przecież opiniach badaczy. Warto też pamiętać, że presja czasu wpływa na naszą kreatywność, więc wypełnianie testu ze stoperem w ręku niekoniecznie pokażą naszą prawdziwą kreatywność.

JAK NA CO DZIEŃ WSPIERAĆ NASZĄ KREATYWNOŚĆ?

Poziom naszej kreatywności w danej chwili w dużej mierze zależy od naszego poziomu energii, tej fizycznej i mentalnej. Ona z kolei zależy od naszego otoczenia i naszego stanu fizycznego. Pamiętajmy, że mózg pod presją czasu będzie zawsze kierował się w stronę utartych ścieżek - sprawdzonych, znanych nam rozwiązań. Aby wymyśleć coś nowego potrzebujemy zrelaksować się i podejść do problemu na spokojnie.

Zachowanie dobrej higieny umysłowej wymaga też podzielenia zadania na mniejsze części. Powinniśmy pracować w porcjach około 45 minutowych. Przerwy pomiędzy tymi porcjami pracy pozwalają nam utrzymać kreatywność i zapobiegać monotonii. Dobry wpływ ma też aktywność fizyczna, nawet niezbyt męczący ruch, rozciągnięcie się czy kilka przysiadów.

Na pewno kojarzycie stereotyp pisarza, który aby napisać swoją nową powieść wyjeżdża do domku nad jeziorem i tam zainspirowany tworzy swoje dzieło. Ten stereotyp pokazuje, że wpływ na kreatywność ma też zmiana naszego tradycyjnego środowiska.



Projekt pt. *Młodzieżowy Uniwersytet Ekonomiczny* realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, nr umowy: POWR.03.01.00-00-T220/18. Kwota dofinansowania ze środków europejskich: 2 505 178,95 zł. Całkowita wartość projektu to 2 972 447,73 zł.



Oczywiście w codziennym życiu nie mamy zawsze możliwości wyjechania do domku nad jeziorem, kiedy tylko nam się to zamarzy. Ale w celu pobudzenia naszej kreatywności czasami wystarczą nawet bardzo niewielkie zmiany. Zmiana krzesła, na którym siedzimy, zmiana pokoju, w którym pracujemy, przeniesienie się z pracą z naszego biurka na stół do kuchni lub odwrotnie. Warto też włączyć do pracy elementy sztuki wizualnej i muzyki.

Pamiętajmy też, że kluczowym elementem w kreatywności może być zabawa. Obniża ona stres, który jest wrogiem kreatywności. Humorystyczne podejście do problemu sprawia, że widzimy go inaczej, co może nas zainspirować do poszukiwania unikalnych rozwiązań.

LITERATURA

1. James C. Kaufman, "Kreatywność", Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, 2011.
2. Krzysztof J. Szmidt, "ABC Kreatywności. Kontynuacje", Warszawa: Difin, 2019.
3. Brian Clegg, Paul Birch, "Crash Course in Creativity", London UK/Sterling VA USA: Kogan Page Ltd., Stylus Publishing Inc., 2002.

