Wszyscy jesteśmy kreatywni: wymogi wstępne i elementy procesu twórczego

DOI: 10.47050/65591876.22–31

Agnieszka Szóstek

Czy uważasz się za osobę kreatywną? Czy kreatywność to cecha wrodzona, czy też umiejętność, którą można regularnie rozwijać? Czy to prawda, że każdy jest kreatywny? W tym rozdziale przedstawiono definicję kreatywności i podstawowe elementy procesu twórczego. Opisano także pokrótce trzy różne podejścia twórcze do rozwiązywania problemów, aby pokazać, że nie ma jednego uniwersalnego sposobu na bycie kreatywnym. Na koniec omówiono znaczenie refleksyjnej praktyki, treningu kreatywnego i oceny kreatywności na podstawie oceny postępów, a nie wyników, jako sposobu na zachowanie kreatywności przez całe życie.

—— Słowa kluczowe:

definicja kreatywności
proces kreatywny
podejście kreatywne
nastawienie na rozwój
praktyka refleksyjna
trening kreatywny
ocena kreatywności

We are all creative: the prerequisites and ingredients of the creative process

DOI: 10.47050/65591876.22–31

Agnieszka Szóstek

Do you consider yourself creative? Is creativity an in-born quality or a practice that can be developed over time? Is it true that everyone is creative? This chapter looks into the definition of creativity and the core ingredients of the creative process. It further shortly describes three different creative approaches to solving problems to show that there is no one universal way of being creative. Finally, it discusses the importance of reflective practice, creative training and creativity assessment based on evaluating the progress and not the outcome as a way to stay creative throughout life.

—— **Keywords:**

definition of creativity
creative process
creative approach
growth mindset
reflective practice
creative training
assessment of creativity

Czym jest kreatywność?

Czy kreatywność jest wrodzonym talentem, czy raczej jest to kwestia praktyki, jak np. jazda na rowerze? Czy kreatywność wiąże się z kilkoma zawodami lub czy ktoś może być kreatywny, bez względu na to, co robi w ramach swoich obowiązków służbowych? Czy ktoś może zapomnieć, jak to jest być kreatywnym? Czy są niekreatywne dzieci? Czy to takie dzieci, które nie ćwiczą swojej wyobraźni i nie są motywowane do tworzenia własnych wynalazków (nawet jeśli jest to tylko zamek z piasku)? Co przydarzyło się dorosłym, którzy w pewnym momencie stwierdzają, że nie są już kreatywni? Zacznijmy od definicji kreatywności, aby móc zgłębić to zagadnienie.

Co ciekawe, wydaje się, że nie ma powszechnej zgody co do definicji kreatywności. Na szczęście ostatnio osiągnięto pewne porozumienie (Daly, Mosyjowski, Seifert 2014). Większość badaczy w dziedzinie kreatywności zdaje się skupiać na dwóch podstawowych aspektach, które decydują o tym, czy proces kreatywny miał miejsce, czy też nie: wynik przedsięwzięcia twórczego musi wносить coś nowego lub odmiennego, a proponowany rezultat musi odpowiadać problemowi, który miał być rozwiązany w pierwszej kolejności (Barron 1955; Guilford 1967; Stein 1953). Z definicji tych można wywnioskować, że kreatywność jest grą multiplikatywną, a jej rezultat to wszystko albo nic: albo masz efekt twórczy, albo nie (Simonton 1996). Jednak definicje te koncentrują się tylko na wyniku lub rezultacie procesu twórczego. Natomiast zdaniem wielu innych naukowców kreatywność nie jest cechą dychotomiczną – występuje w różnym nasileniu u różnych ludzi (patrz m.in. Csíkszentmihályi 1996).

Trzeci element kreatywności, czyli jakość, został ostatnio włączony do tego równania (Sternberg, Kaufman, Pretz 2013). Rezultatem procesu twórczego powinno być nie tylko znalezienie nowego rozwiązania danego problemu. Te nowe rozwiązania powinny również być wartościowe.

Wszystkie te elementy kreatywności odnoszą się do rezultatu procesu twórczego. Ale co z samym procesem? Przykładowo David Perkins (2001) mówi o nieplanowanym i nieustrukturyzowanym charakterze procesu twórczego, którego punktem zwrotnym są momenty „aha”. W proces ten musi być wpisany element zaskoczenia, odkrycia czegoś nieznanego (Simonton 2010). Ale obejmuje on jeszcze coś. Ken Robinson i Lou Aronika (2009) wskazują, że proces twórczy jest dynamicz-

ny: wymaga działania, a nie tylko myślenia. Stanowi podróż krętymi ścieżkami, w trakcie której można błędzić i trafić w ślepe zaułki i której cel pozostaje niepewny. Nie sprowadza się do wpadnięcia na pierwszy pomysł, który od razu jest najlepszy (jak wielu wydaje się myśleć), ale raczej polega na analizie tego pomysłu i rozwinięciu go w coś, co zaskoczy nawet samego twórcę.

Ostatni element kreatywności odnosi się do współpracy. Ze względu na aspekty historyczne wielu ludzi wyobraża sobie twórcę jako samotnego geniusza, który wpada na w pełni ukształtowany pomysł. To wrażenie nie może być bardziej odległe od dzisiejszej rzeczywistości. Poza kilkoma wyjątkami, proces twórczy stanowi obecnie wspólne przedsięwzięcie. Czerpie on z różnych umiejętności i wiedzy, z różnych perspektyw i światopoglądów. Najbardziej kreatywne rezultaty dzisiejszych czasów rodzą się na styku różnych dziedzin i dyscyplin, a często także kultur (Bennis, Biederman 2007). Mit jednostki twórczej należy umieścić tam, gdzie jego miejsce: obok innych historii z przeszłości.

Proces twórczy

Jak wspomniano, kreatywność jest w zasadzie procesem. I proces ten (choć dość elastyczny z natury) wymaga podjęcia kilku niezbędnych kroków. Przede wszystkim nieodzowny jest etap tworzenia nowych pomysłów, przewidywania różnych możliwości i rozważania alternatywnych opcji (Buxton 2010). Aby jednak dojść do tego etapu, należy określić kontekst dla innowacji, niezależnie od tego, czy chodzi o dostrzeżenie rzeczywistego problemu, określenie wyzwania artystycznego, czy też postawienie pytania naukowego. Innymi słowy, proces twórczy wymaga dobrze zdefiniowanego celu (Sternberg 2006). Wymaga też eksperymentowania: badania pomysłów w środowisku naturalnym i sprawdzania ich z innymi, aby przekonać się, które z nich się przyjmą, a które powinny zostać zarzucone. Wszystkie te kroki nie muszą być realizowane w uprzednio określonej kolejności. One wzajemnie na siebie oddziałują, tworząc „delikatną równowagę między opracowywaniem pomysłów a ich odrzucaniem i udoskonalaniem” (Robinson, Aronika 2009).

Jeden z pierwszych modeli procesu twórczego zaproponowany przez Wallasa w 1926 r. opierał się na koncepcjach fizyka Hermanna von Helmholtza. W modelu tym zaproponowano pięć etapów twórczego rozwiązywania problemów:

- przygotowanie lub definiowanie problemu,
- inkubacja lub czas, w jakim mózg rozważa dany problem,
- przeczuwanie lub uświadomienie sobie, że nastąpi przełom,
- oświecenie lub moment głębokiego zrozumienia,
- weryfikacja, rozwijanie i testowanie pomysłu.

Definiowanie problemu (inaczej określane formułowaniem problemu) jest czasami podważane lub pomijane, mimo niezliczonych przypadków, w których okazuje się kluczowe dla jakości rezultatów procesu twórczego (Reiter-Palmon, Robinson 2009). Na tym etapie dochodzimy do tego, na czym dokładnie polega problem, który próbujemy rozwiązać, i jakie ograniczenia są z nim związane. Wiele osób zakłada, że ten etap jest automatyczny: wiemy, w czym tkwi problem. Jednak udowodniono, że osoby odnoszące sukcesy kreatywne aktywnie angażują się na tym etapie i poświęcają mu znaczną ilość czasu (Csíkszentmihályi, Getzels 1971). Należy tu stwierdzić, że badania wykazują, iż umiejętność formułowania problemu prowadzi do większej oryginalności i wyższej jakości kolejnego rozwiązania (Runco 1994; Reiter-Palmon, Robinson 2009).

Opracowywanie pomysłów często postrzega się jako podstawę kreatywności. Można je inaczej nazwać myśleniem dywergencyjnym lub umiejętnością przedstawiania różnych pomysłów w celu rozwiązania danego problemu (Guilford 1967). Koncepcja ta stanowi podwaliny pomiaru kreatywności już od ponad wieku. Ale ma ona ciemną stronę: wielość pomysłów nie oznacza, że wszystkie z nich są dobre. Tak więc drugim kluczowym pojęciem ideacji jest myślenie konwergencyjne, czyli innymi słowy, umiejętność odróżnienia dobrych pomysłów od złych, polegająca na zgłębianiu potencjału różnych pomysłów i wyborze tych, na których należy się skupić. Umiejętność ta jest często pomijana i podważana, ale bez niej osoba kreatywna ryzykuje skupieniem się na niewłaściwych koncepcjach i podążaniem za tematami zastępczymi.

Ostatnim, najważniejszym etapem procesu twórczego jest etap walidacji. To moment, w którym twórca pokazuje światu wybrane pomysły i ocenia ich jakość oraz przydatność. Ale i tutaj czai się podstęp: jak oceniać pomysły, które są naprawdę nowe? Gdy ludzie spoglądają na coś prawdziwie innowacyjnego, a zarazem nieznanego, często wybierają stare rozwiązania. W ten sposób rzeczywiście kreatywny pomysł może zostać niesłusznie pogrzebany nie dlatego, że był zły, ale dlatego, że potencjalni użytkownicy nie byli jeszcze gotowi na jego przyjęcie

(Greenberg, Buxton 2008). Dlatego też kolejną niezbędną umiejętnością, by odnieść sukces jako osoba kreatywna, jest wybranie narzędzia i momentu, w którym pomysł można poddać walidacji. Nie oznacza to, że każda koncepcja powinna być testowana dopiero po jej wdrożeniu. Wręcz przeciwnie – im wcześniej idee są przedstawiane potencjalnym odbiorcom, tym lepiej. Należy jednak podkreślić, że sposoby przedstawiania idei światu zewnętrznemu wymagają uważnego rozważenia, aby ich potencjał nie został przedwcześnie odrzucony. Jest to szczególnie ważne w przypadku pomysłów mających na celu podważenie obecnego *status quo*. Przykładowo mądrym pomysłem może być ujawnienie innowacyjnych koncepcji tylko grupie pierwszych odbiorców (*early adopters*), którzy z racji samej potrzeby poszukiwania nowości są bardziej skłonni dostrzec potencjał zupełnie nowej idei (Rogers 1962; Laukkanen, Pasanen 2008).

Typy kreatywnych podejść

Robert Sternberg (2006) zaproponował różne typy kreatywnych podejść. Niektóre procesy twórcze opierają się na przyjmowaniu aktualnych paradygmatów, a inne mają za zadanie je kwestionować. Efekty twórcze mające na celu wykorzystanie uprzedzeń są następujące:

- **replikacja** – próba pokazania, że dane rozwiązanie lub sposób myślenia jest właściwy. Replikacja ma na celu wzmocnienie, a nie kwestionowanie, obecnego *status quo*.
- **redefinicja** – próba przeorientowania danego pomysłu lub rozwiązania, spojrzenia na niego „innymi oczami” i z nowej perspektywy.
- **inkrementowanie do przodu** – próba posunięcia idei do przodu w kierunku, w którym już zmierza.
- **zaawansowane inkrementowanie do przodu** – próba przesunięcia idei w kierunku, w którym już zmierza, ale też poza punkt, do którego inni (np. konkurencja) są gotowi ją zaakceptować.

Przyjrzyjmy się teraz typom kreatywności, które odrzucają obecne paradygmaty i starają się je zastąpić:

- **przekierowanie** – tryb kreatywności mający na celu zmianę kierunku myślenia o danym wyniku, zejście ze szlaku, jakim obecnie podąża pomysł.
- **rekonstrukcja** – koncepcja przeniesienia idei tam, gdzie znajdowała się kiedyś. W pewnym sensie może być postrzegana jako

rekonstrukcja przeszłości, dzięki czemu może posuwać się do przodu w innym kierunku niż ten, w którym podążała do tej pory.

→ **reinicjacja** – proces twórczy mający na celu przeniesienie idei do innego, jeszcze nieosiągniętego punktu wyjścia, a następnie wyjście z tego punktu.

Istnieje też trzeci rodzaj kreatywności, który ma na celu syntezę obecnych paradygmatów. To **integracja**, czyli próba połączenia dwóch lub więcej różnych sposobów myślenia o danej idei w jedną koncepcję. Chodzi o połączenie różnych podejść i sposobów myślenia.

O ile każde z tych kreatywnych podejść jest inne i odrębne, wielu twórców miesza je i łączy w swoich procesach twórczych. Można zacząć od replikacji, która prowadzi do integracji, a w końcu do rekonstrukcji. Jak już wcześniej wspomniano, sedno kreatywności tkwi w tym, aby próbować w nowy sposób myśleć i robić pewne rzeczy. Dlatego też kreatywność polega na poszukiwaniu nowych, wcześniej nieznanymi sposobów na sprostanie nowemu wyzwaniu. Każdy człowiek na świecie jest do tego naturalnie predysponowany, jednak aby odnieść sukces, konieczne są pewne cechy charakteru twórczego.

Kreatywny umysł

Każdy odnoszący sukcesy twórca potrafi na wiele sposobów wyjść poza granice konwencjonalnego myślenia (Sternberg 1985). Wykazuje się przy tym syntetyczną umiejętnością postrzegania problemu na nowe sposoby, analityczną umiejętnością rozpoznawania pomysłów, które są warte realizacji, i kontekstualną umiejętnością przekonywania innych do swoich pomysłów. Jest to zestaw umiejętności niezbędnych dla osób kreatywnych. Jeśli dany człowiek posiada tylko umiejętności analityczne, potrafi skutecznie myśleć krytycznie, ale nie umie myśleć kreatywnie. Posiadanie jedynie umiejętności syntetycznych może prowadzić do skupienia się na pomysłach, które nie są wykonalne. Wykazanie samych umiejętności kontekstualnych może sprawić, że pomysł zostanie zaakceptowany nie dlatego, że jest dobry, ale dlatego, że został dobrze przedstawiony.

Inną ważną cechą osoby kreatywnej jest posiadanie wystarczającej wiedzy o problemie, by zrozumieć przestrzeń twórczą. Z drugiej strony, nadmiar wiedzy może prowadzić do zawężonej perspektywy i sprawiać, że poruszamy się w kółko, a nie do przodu. W ten sposób wiedza może

zarówno być pomocna w procesie twórczym, jak i go utrudniać (Frensch, Sternberg 1989).

Umiejętności można wykorzystywać na wiele różnych sposobów i stosować różne style myślenia. Styl myślenia to decyzja o tym, jak wykorzystać posiadane umiejętności. Szczególnie ważnym stylem w odniesieniu do kreatywności jest tzw. legislator, czyli skłonność do myślenia na nowe sposoby i decyzja o myśleniu w nowy sposób (Sternberg 1999). Styl ten różni się od umiejętności twórczego myślenia – pomaga kreatywnemu myślicielowi rozważać idee na poziomie globalnym i lokalnym, rozpoznawać, które pytania są ważne, a które takie nie są, mieć wytrwałość w pokonywaniu przeszkód i podejmować uzasadnione ryzyko (Lubart, Sternberg 1995). Wszystkie te aspekty definiują osoby kreatywne, które odnoszą sukces. Pozostaje zatem pytanie: czy są to cechy wrodzone, czy też mogą być rozwijane na przestrzeni lat? Czy jest to geniusz, czy umiejętność?

Carolyn Dweck poświęciła ponad dekadę na badania wymogów wstępnych do wykorzystania potencjału (również twórczego) z perspektywy dwóch podejść: trwałości i nastawienia na rozwój (Dweck 2012). Ludzie koncentrujący się na trwałości uważają, że ich talenty i zdolności są niezienne. Mogą tyle, ile mogą, i to wszystko. Osoba kreatywna o takim nastawieniu może tak bardzo koncentrować się na swoim talencie, że nigdy nie uda jej się wykorzystać swojego potencjału.

Z drugiej strony ludzie nastawieni na rozwój myślą o talentach i zdolnościach jako czymś, co mogą rozwijać, jak o potencjale, który zostanie w pełni wykorzystany dzięki wysiłkowi, praktyce i nauczaniu. Uważają, że nie każdy ma taki sam potencjał i że nie każdy może być jak Leonardo da Vinci, ale rozumieją, że nawet on nie osiągnąłby sukcesu, gdyby nie lata wytężonej pracy. Przy nastawieniu na rozwój talent jest czymś, co się wykorzystuje i rozwija, a nie czymś, co pokazuje się światu i dzięki czemu osiąga się sukces (Dweck 2009). Innymi słowy, kiedy wierzymy, że możemy stać się mądrzejsi, możemy zrozumieć, że wysiłek czyni człowieka silniejszym. Dlatego jesteśmy skłonni poświęcić dodatkowy czas i starać się bardziej, dzięki czemu osiągamy więcej.

Najnowsze postępy w neurobiologii wydają się potwierdzać poprawność teorii Dweck, ponieważ wykazują, że ludzki mózg jest bardziej plastyczny, niż wcześniej zakładano (Green, Bavelier 2008). Dzięki treningowi tworzą się nowe połączenia między neuronami, wzmacniają istniejące i powstaje izolacja, która przyspiesza przekazywanie

impulsów. Te odkrycia w zakresie neurobiologii pokazały, że możemy rozwijać nasze neurony dzięki podejmowanym działaniom, takim jak stosowanie dobrych strategii, zadawanie pytań, ćwiczenie i tworzenie dobrych nawyków.

Refleksyjny praktyk

Czym zatem istnieje przestrzeń rozwoju kreatywności? Często, gdy robimy coś (bez względu na to, czy jest to proces twórczy, czy coś innego), wykonujemy czynności w następującej kolejności: rozpoznanie, decyzja i dostosowanie. Jest to wiedza wykorzystywana w codziennych działaniach, zwana również wiedzą ukrytą (Polanyi 2009). Jednak często brakuje jednego etapu: refleksji. Z natury refleksja polega na umiejętności zadania sobie następujących pytań jednocześnie: „co to jest?” i „jak o tym myślałem?” (Schön 1987). Jest to umiejętność krytycznego myślenia na temat własnej praktyki twórczej i umiejętność zmieniania i udoskonalania jej. Pomaga to przeorganizować różne strategie twórcze oraz dostrzec wady i zalety poszczególnych podejść. Ale co najważniejsze, daje to początek eksperymentom na miejscu. Pozwala to osobie twórczej wymyślić i wypróbować nowe działania, aby zobaczyć, jak wpływają one na proces twórczy i jego wynik. Refleksyjna praktyka pomaga świadomie rozwijać twórcze myślenie i stale się rozwijać oraz stale przekształcać swoją twórczą praktykę.

Jednak sama refleksja (choć bardzo skuteczna sama w sobie) wymaga innego elementu: treningu kreatywności. Szkolenia z zakresu kreatywności przede wszystkim pomagają rozwijać kreatywność i dodają odwagi w kreatywnych poszukiwaniach (Meinel i in. 2018). Właściwie, im dana osoba czuje się mniej kreatywna, tym większy może być wpływ takiego treningu. Należy zdać sobie sprawę z tego, że kursy kreatywności mogą stanowić skuteczne podejście do rozwijania umiejętności twórczych. Warto jednak wziąć pod uwagę to, że w celu wprowadzenia trwałej zmiany w zakresie umiejętności twórczych szkolenie powinno trwać około pięciu dni, aby mogło przynieść trwałe efekty (Mathisen, Bronnack 2009). Ponadto takiemu treningowi powinna towarzyszyć refleksyjna praktyka, w ramach której jesteśmy w stanie ocenić swoje kreatywne zachowanie.

Nie można też zapomnieć o ostatnim aspekcie udanej praktyki twórczej, czyli o jej ocenie. Badania pokazują, że ocena postępów, a nie wynik, jest podstawą stymulowania kreatywności (Hochanadel,

Finamore 2015). Taka koncepcja oceny odzwierciedla stymulowanie rozwoju umysłu, gdzie nadrzędne znaczenie ma samo zrozumienie, że kreatywność jest umiejętnością, którą należy rozwijać, a nie wrodzonym darem (O'Rourke i in. 2014). Innymi słowy: pomaga ludziom rozwijać kreatywną praktykę, aby stali się twórcami, jakimi chcieliby być.