

## TEMA 6. PSIHLOGIA CREATIVITĂȚII

### Planul

1. Natura psihologică a creativității
2. Structura creativității
3. Nivelele creativității
4. Persoana creativă
5. Fazele procesului creativ
6. Tehnicile de stimulare a creativității
7. Creativitatea și inteligența

### Literatura recomandată:

- Amabile, T. (1999) *Creativitatea ca mod de viață*. București.
- Bouillercce, B. (2002) *Cum să ne dezvoltăm creativitatea*. Iași.
- Bono (de), E. (1999) *Gândirea laterală*. București.
- Claxton, G., Lucas, B. (2006) *Fiți creativi! Pași esențiali în muncă și în viață*. București.
- Clegg, B. (2001) *Creativitatea*. București.
- Dincă, M. (2008) *Teste de creativitate*. București.
- Munteanu, A. (1995) *Incursiuni în creatologie*. Timișoara
- Roco, M. (2000) *Creativitatea și inteligența emoțională*. Iași.

---

---

### 1. Natura psihologică a creativității

Creativitatea este, după expresia lui Popescu-Neveanu, un fenomen psihic hipercomplex. Din această cauză creativitatea este înțeleasă și definită de diferiți psihologi în mod diferit. Anca Munteanu în cartea ei „Incursiune în creatologie” listează în jur la 50 definiții.

Ca să ne dăm seama mai bine despre faptul că psihologii nu au ajuns la un consens privind esența și natura psihologică a creativității să examinăm doar 3 definiții extrase din texte de specialitate. Iată-le:

1. „Creativitatea este procesul prin care se focalizează, într-o sinergie de factori (biologici, psihologici, sociali), întreaga personalitate a individului și care are drept rezultat o idee sau un produs nou, original, cu sau fără utilitate și valoare socială” (Munteanu, A. „Incursiune în creatologie”, p. 44).

2. „Creativitatea este capacitatea esențială și integrală a persoanei, rezultată din activitatea conjugată a tuturor funcțiilor sale psihice (intelectuale, afective, volitive), conștiente și inconștiente, native și dobândite de ordin biologic, psihofiziologic și social, implicată în producerea ideilor noi, originale și valoroase (Morari, I. „Psihologia creației”, p. 16).

3. „Creativitatea este capacitatea de a produce idei noi și originale, descoperiri, invenții, acceptate de comunitatea de experți ca fiind adevărate valori științifice, estetice, sociale, artistice sau tehnice (Vernon, „Dimensions of creativity”).

Nu este greu să observăm că creativitatea în prima definiție este calificată ca proces, în timp ce în a doua și a treia ea este capacitate. Un autor susține că produsul creativității poate avea valoare socială sau poate a nu o avea, în timp ce ceilalți afirmă că produsul creativ este socialmente valoros. Și a.m.d. Apare întrebare: În ce constă totuși esența psihologică a creativității? Este ea proces sau capacitate? Sau altceva?

În continuare vom stabili caracteristicile esențiale ale creativității, după care vom formula definiția noastră a conceptului de creativitate.

Semnele caracteristice esențiale:

- Creativitatea este o formațiune psihologică, o structură psihologică a personalității și, prin urmare, ea cuprinde și procese, și capacități, și alte fenomene psihice relevante creativității;
- Atunci când această formațiune este pusă în funcțiune ea realizează un produs creativ;
- Produs creativ înseamnă o idee, o invenție, un aparat sau dispozitiv tehnic, o teorie sau concepție științifică, o metodă, un principiu și a. descoperite prin creativitate;
- Acel produs poate fi considerat creativ care satisface următoarele criterii: a) este nou, 2) este original, 3) răspunde unei necesități sociale (în cazul adulților); 4) este recunoscut de experți ca valoare autentică, ca adevărată descoperire (tot doar în cazul adulților).

Notă. Produsele creativității copiilor (creativității expresive) nu au semnele 3 și 4.

Și acum definiția noastră:

**Creativitatea este formațiunea psihologică care, fiind declanșată, realizează produse noi, originale, de obicei socialmente utile și recunoscute de experți ca fiind valori culturale autentice.**

Termenul de creativitate a fost inventat și introdus în circuitul științific de către Allport. Cuvântul latin care a servit drept bază pentru a forma acest termen însemna *a naște*. Și într-adevăr, a *crea* înseamnă a face un lucru care nu a mai fost până la momentul dat, a născoci idei ce n-au existat.

En: *creativity*, fr: *créativité*, rus: *креативность*.

Conceptele adiacente: persoana creativă (subiectul, agentul procesului creativ), procesul creativ (procesul declanșat de creator utilizând creativitatea ca organ psihic), problemă creativă (problemă foarte complicată, problemă de obicei insuficient definită: subiectul nu numai că nu cunoaște soluția, ci și modul în care ea se rezolvă).

## 2. Structura creativității după T. Amabile.

Sunt mai multe concepții despre structura creativității și elementele ce o constituie.

În continuare vom prezenta concepția Terezei Amabile despre structura creativității (Amabile, T. „Creativitatea ca mod de viață”). Iată structura creativității și componentele ei, după Amabile:

Abilități speciale
Gândirea divergentă
Motivația intrinsecă

Abilitățile speciale sunt acele abilități care asigură executarea la un nivel superior de calitate (excelent) a unei activități ce ține de un anumit domeniu. Abilitățile ce țin de muzică sunt abilități muzicale cum ar fi auzul muzical, memoria muzicală, voce etc. Abilitățile matematice: gândire abstractă, capacitatea de a opera cu formule, numere etc. Abilitățile speciale asigură succesul într-un anumit domeniu.

Gândirea divergentă este un concept introdus de Guilford și este corelativ celui de gândire convergentă. Aceste concepte formează o pereche de concepte asociate prin contrast cum ar fi analiza și sinteza, teoretic – practic etc.

Gândirea divergentă se caracterizează prin următoarele caracteristici esențiale:

- Gândirea divergentă este *flexibilă*. Flexibilitate înseamnă ușurința de a-și schimba strategiile, metodele, tehnicile în funcție de schimbarea situației, a datelor problemei etc. Opus: rigiditate.

- Ea este *originală*: produce ceva irepetabil și unic în felul său, ceva care nu seamănă cu altceva. Opus: stereotipică.

- Ea este *fluidă*: produce cu ușurință noi idei, asociații, curge liber și repede. Opus: vâscoasă, încrămenită.

Motivația intrinsecă. În general, motivația înseamnă totalitatea motivelor ce declanșează o activitate, o stimulează și-i conferă sens. Motivele pot fi extrinseci și intrinseci. Rus: Внешние мотивы / внутренние.

Motivele extrinseci sunt motivele ale căror surse sunt în afara personalității, sunt motive venite din mediul exterior, Ex.: banii ca motiv (a pleca la Moscova sau Italia pentru a face bani), glorie, prestigiu, note la învățătură, diplomă etc. Ele alcătuiesc motivația extrinsecă.

Motivele intrinseci sunt motivele venite din interior, sursa lor e însăși personalitatea. Ex.: interesul cognitiv, curiozitatea (vreau să știu), motivul autoactualizării (să mă dezvolt ..). A crea de dragul creației. Un pictor vestit: eu dacă nu pictez nu pot trăi... Totalitatea motivelor intrinseci ale creației formează motivația intrinsecă a creativității.

## 3. Nivelele creativității după Taylor.

J. Taylor a elaborat o teorie care indică 5 nivele ale creativității.

Primul și cel mai simplu și mai elementar este nivelul *creativității expresive*. Este propriu tuturor copiilor și se manifestă în desen, cântec, născociri de istorii, povești... Copiii creează deoarece vor să se exprime. Să-și exprime grijile, obsesiile, fricile, bucuriile etc. De aceea și se numește expresivă.

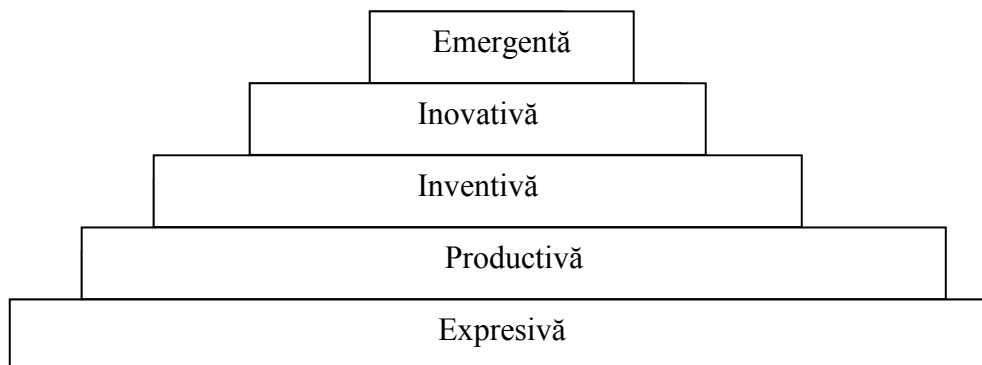
Nivelul 2: *creativitatea productivă* este cea mai simplă creativitate la adult. Ea constă în executarea unor lucrări abil, iscusit, deși originalitate e puțină. Lucru nu numai bine făcut, ci și măiestrit făcut. O casă frumos construită, o reparație a casei făcută deosebit, o haină cusută deosebit...

Nivelul 3: *creativitatea inventivă*. Ea constă în capacitatea de a realiza conexiuni noi între elementele deja cunoscute. Esența acestei creativități este exprimată prin verbul „a inventa”. Exemple: Metro din tren, autobuz cu două secții cuplate, telefon mobil din telefon fix și radio....

Nivelul 4: *creativitatea inovativă*. Ea produce lucrări noi și originale. În psihologia tradițională îi corespunde noțiunea de talent. Poezie, cântec și alte opere marcate de har. Cu acest dar este înzestrat un număr restrâns de persoane.

Nivelul 5: *creativitatea emergentă*. Produce ceva care revoluționează domeniul. Exemplu: teoria relativității a lui Einstein, „Luceafărul” Eminescu, simfonia IX de Beethoven. În psihologia tradițională îi corespunde noțiunea de geniu. Persoane la acest nivel sunt și mai puține.

Din perspectiva nivelurilor și a numărului de persoane care se află la fiecare nivel creativitatea poate fi reprezentată printr-o piramidă asemănătoare cu cea a lui Maslow.



Aproape toată lumea are sau a avut creativitate expresivă (când au fost copii), productivă mai puțină lume, iar inovativă și, mai ales, emergentă unități. Astfel trebuie citită și înțeleasă piramida.

#### 4. Persoana creativă.

Există persoane creative (oamenii de creație) și persoane mai puțin creative, sau de loc creative.

Persoanele creative se disting de cele ordinare prin următoarele calități :

1. Persoanele creative sunt persoane performante (de succes);
2. Simt nevoia de ordine cognitivă (de aceea mereu structurează, simplifică, aranjează logic informațiile, haosul le irită ...);
3. Sunt mereu îmboldite de curiozitate;
4. Sunt imperative, dominante, agresive uneori, sunt pline de sine;
5. Sunt independente și autonome;
6. Sunt mai puțin inhibate, mai puțin formale, mai puțin convenționale; sunt nonconformiste;
7. Le place munca (workoholic, rus: трудоголики), sunt perseverente;
8. Sunt critice în mod constructiv;
9. Sunt larg informate;
10. Nu simt nevoia să se ancoreze în relațiile sociale;
11. Pot manifesta interese proprii sexului opus (unui bărbat îi place să gătească bucate etc);
12. Au încredere în sine și în puterile lor;
13. Sunt tolerante față de complexitatea și ambiguitatea problemelor (problemele prost definite);
14. Sunt puternic implicate în dezvoltarea și realizarea de sine, sunt autoactualizatoare.

#### 5. Procesul creativ. Fazele procesului creativ după G. Wallas.

G. Wallas a propus o teorie conform căreia procesul creativ se desfășoară în 4 faze. Ele sunt:

1. Prepararea
2. Incubarea
3. Iluminarea
4. Verificarea

Prepararea: subiectul descoperă problema creativă. Face o analiză primară a ei. Emite ipoteze. Le verifică. Eșec. Iar mai încearcă. Din nou eșecuri. Frustrări, dezamăgiri. Subiectul abandonează problema, dar problema nu-l lasă. Ea continue să persiste în sistemul cognitiv, dar în formă refulată.

Incubarea. Rezolvarea problemei continuă în inconștient. Conținutul acestei faze: gândirea primară (sintetică, imaginativă) alternează cu cea secundară (logică, verbală). Drept rezultat ipotezele „fără șanse” se șterg și, astfel se curăță spațiul, iar cele bune, dar care au fost neglijate la preparare se scot în evidență.

**Iluminarea:** apariția bruscă și în toată splendoarea ei a soluției, soluția asupra căreia s-a zbatut mult, în sfârșit s-a arătat. Stare de alertă, inspirație.

Sinonime: insight, evrika, aha-reacția.

**Verificarea:** rezultatul obținut se verifică dacă constituie o soluție bună sau falsă. Prin metode logico-matematice sau experiment.

#### 6. Stimularea creativității cu ajutorul tehnicilor speciale *brainstorming*, *sinectica*, *metoda Delphi*, *Philips 6 – 6*, *discuția panel*.

Omul nu întotdeauna este creativ, deși posedă creativitate. Ea e prezentă în structura personalității lui, dar ea e în stare latentă, e dezactivată.

Pentru ca omul **să fie creativ** este nevoie ca el să beneficieze de două condiții psihologice:

- să se simtă în *securitate*
- să se simtă *liber*

Asigurarea acestor condiții se face prin metoda ***brainstorming***. Autorul: Alex Osborn; SUA. Brainstorming = brain (creier) + storming (furtună). Ea, metoda, presupune următoarele reguli de comportare în grup:

1. **Nu critica:** Amână observațiile și aprecierile pentru mai apoi.

2. Inventează idei **cât mai originale**, cât mai năstrușnice, cât mai absurde: Cu cât ideea este mai absurdă cu atât mai bine.

3. Născoceste și formulează idei, propuneri, ipoteze **câte mai multe** posibil: Cu cât mai mult cu atât mai bine.

4. **Preia ideea** colegului și o dezvoltă mai departe.

Semnificația psihologică a regulii 1: instalează securitatea, înlătură temerea de a fi luat peste picior, atacat ca persoană etc.

Semnificația regulii 2: încurajează originalitatea, înlătură teama de a fi ridicol...

Semnificația regulii 3: se golește creierul de informațiile cotidiene, de răspunsurile deja știute.

Semnificația regulii 4: montaj la utilizarea maximă a ceea ce dispui și de a perfecționa, dezvolta...

Se utilizează în grup (7 plus minus 2 persoane) sau individual.

O altă tehnică de stimulare a creativității este *sinectica*. Rezolvarea problemelor se face în baza a două principii: transformarea straniului (necunoscutului) în familiar (accesibil); apoi operație inversă - transformarea familiarului în straniu care se face dintr-o perspectivă neobișnuită. Termenul e de origine grecesc și însemna la origine îmbinare de elemente disparate. Strategia preferată: analogia ( a se vedea).

Autor: W. Gordon Universitatea Harvard, SUA.

A treia tehnică – *metoda Delphi*. Autor: Helmer, SUA. Metoda constă în expedierea de chestionare la unii experți neîntrușiți (prin poștă). După primirea răspunsurilor consultarea se repetă trimițându-se și răspunsurile nenominalizate ale celorlalți. Consultarea se repetă până la apariția unor răspunsuri-soluții cu frecvență relativ înaltă și stabilă. Răspunsurile cu frecvență mică sunt eliminate. Astfel se selectează un set de soluții din primele din top și cu ele se lucrează în vederea utilizării și aplicării lor în practică.

A patra metodă: *Philips 6-6*. Ea mai este numită *blitz-brainstorming*. Autor: J.D.Philips (SUA). Se desfășoară astfel: Grupul mare (clasa de elevi, grupul studentesc) se împarte în subgrupuri a câte 6 persoane în frunte cu câte un lider. Coordonatorul principal împarte fiecărei subgrupe câte o fișă cu una și aceeași problemă. La un semnal special subgrupele încep să rezolve problema. Timp acordat - 6 minute. După aceasta fiecare lider comunică rezultatele coordonatorului. Ideile se analizează și se pregătesc pentru utilizare. 6-6 înseamnă 6 persoane în subgrup și 6 minute de lucru. E foarte eficientă și economă metodă.

A cincina: *discuția panel*. „Panel” – cuvânt englez și înseamnă *listă fixă de nume*. Se selectează panelul, adică un grup din 5-7 persoane dintre cele mai competente în problema dată. Panelul, adică grupul are un moderator. Trec pe scenă sau în fața auditoriului. Moderatorul pune problema. Grupul discută, propune (ca la KBH). Auditoriul urmărește în tăcere cum grupul creează... Întrebările, atitudinile, aprecierile și completările le scriu pe fișe de culori speciale (verzi - pentru întrebări, albastre - pentru aprecieri, maro – pentru completări) și le transmit unui mesager special care periodic le pune în fața moderatorului. El, moderatorul, le introduce, la momentul oportun, în discuție. Când răspunsul se conturează, el este formulat în formă de concluzie și, dacă e cazul, mai poate fi lansat pentru discuția întregului grup. Este apreciată pentru competența răspunsurilor obținute.

### 7. Creativitatea și inteligența.

Până pe la mijlocul secolului trecut (XX) se credea că între creativitate și inteligență este o legătură strânsă și directă. Dacă cineva are creativitate înaltă înseamnă că el are și inteligență înaltă etc.

Psihologii Baroczi și Olah au efectuat un studiu pe elevi preadolescenți care consta în următoarele. Subiecților li s-au aplicat teste de inteligență și teste de creativitate. Rezultatele obținute au fost supuse analizei corelaționale. Coeficientul de corelație avea în mediu valoarea 0,30. Această valoare indică o relație relativ slabă între inteligență și creativitate (Amintesc că valorile coeficientului de corelație trebuie interpretate astfel: 1,00 – 0,80: f. puternică relație, 0,79 – 0,60: puternică, 0,59 - 0,40: medie, 0,39 – 0,20: slabă, 0,19 – 0: f. slabă).

Getzels, Jackson și Torrance au cercetat și ei relația dintre inteligență și creativitate la elevii din clasele superioare. Ideea care a degajat din acest studiu e că inteligența superioară nu implică neapărat creativitate superioară. Ei au stabilit că oamenii pot fi împărțiți în 4 tipuri după rata de inteligență și creativitate de care dispune fiecare. Aceste tipuri sunt:

Tip 1: Inteligență superioară și creativitate superioară.

Tip 2: Inteligență inferioară și creativitate superioară.

Tip 3: Inteligență superioară și inteligență inferioară.

Tip 4: Inteligență inferioară și creativitate inferioară.

Evident, tipul 1 întrunește persoanele cele mai înzestrate intelectual; ele formează elita intelectuală a unui popor, „crema societății”.

Acest studiu a mai prilejuit și alte concluzii la fel de interesante și utile. Iată-le:

- Gândirea divergentă produce același nivel de reușită școlară ca și gândirea convergentă.
- Profesorii manifestă simpatie pentru elevii convergenți și iritare pentru cei divergenți.
- Elevii divergenți sunt mai mult frustrați în plan academic decât colegii lor convergenți.
- Selecția elevilor pentru școlile de elită care-și propun drept scop să „crească talente” se face prin teste de inteligență, fapt care face ca 70% din copii cu adevărat dotați să fie eliminați...

Morala? Comentariul vostru.