

EDUCAȚIA CREATIVITĂȚII

Snejana Cojocari-Luchian

conf. univ. dr., Universitatea de Stat „B. P. Hasdeu” din Cahul
(email: scfulgusor81@gmail.com)

Rezumat. *Autoarea prezintă etimologia termenului creativitate, definește termenul de creativitate din perspectivă psihologică, și stabilește tipurile de creativitate: intrinsecă și extrinsecă, factorii individuali și sociali în apariția creativității, stadiile și nivelurile creativității, blocajele creativității.*

Cuvinte cheie: *educație, creativitate, stadii/nivele ale creativității.*

*

Abstract. *The author presents the etymology of the term creativity, defines the term creativity from a psychological perspective, establish the types of creativity: intrinsic and extrinsic, individual and social factors in the emergence of creativity, stages and levels of creativity, blockages of creativity.*

Key words: *education, creativity, stages / levels of creativity, factors.*

Termenul de creativitate a fost larg asimilat în limbile de circulație internațională abia în a II-a jumătate a secolului nostru, deși el mai fusese utilizat, sporadic și în trecut. În 1877 Littre a introdus adjectivul creativ în „Suplimentul” Dicționarului limbii franceze, cu sensul de a desemna o persoană care „are calitatea de a crea”. Până în 1937 însă, atunci când G. W. Gordon Allport adaugă la cuvântul englezesc „creative” desinența „ity” (= „creativity”), lărgind astfel semnificația cuvântului nou lansat, în loc de creativitate și creativ erau utilizați termeni ca: dotație, aptitudine, talent, genialitate, imaginație creatoare și chiar inteligență.

Termenul creativitate nu s-a debarasat de sinonime, unele mai reușite, dar altele cu totul unilaterale: inteligență fluidă (R. D. Cattell), gândire direcțională creatoare (Ernest Hilgard), gândire divergentă (Jean P. Guilford), rezolvare specifică de probleme (A. Nevell, J. C. Sha și H. A. Simon), rezolvare de probleme slab structurate (Herome Bruner), imaginație creatoare (Pheodule Ribot, Jean Piaget), imaginație constructivă (Alex Osborn) ori gândire aventuroasă (F. Bartlet).

Conceptul de creativitate nu este clar definit, deși de el se ocupă asiduu literați, esteticieni, critici de artă, psihologi, pedagogi, economiști, sociologi, filosofi sau chiar „specialiști în creativitate”. Acest termen a fost introdus în vocabularul psihologiei americane pentru a depăși limitele vechiului termen de talent¹.

¹ M. Bejat, *Talent, inteligență, creativitate*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1977, p. 35; Idem (coord.), *Creativitatea în știință, tehnică și învățământ*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1981, *passim*.

Între conceptele de creativitate și de talent, nota comună este cea de originalitate. Dovedește talent cel ce demonstrează o pregnantă originalitate. Deci, talentul, geniul este creativitate la un nivel superior. Însă aceasta nu este exclusivă, deoarece există și o creativitate de nivel mediu și una slabă, redusă.

Toți oamenii sunt în diverse grade creativi și numai unii din ei talentați. S-a apreciat talentul și geniul ca fiind hotărât de dotația ereditară. Însă și talentul, și geniul se dezvoltă datorită *mediului, educației, autoeducației, instruirii și autoinstruirii*. Conceptul nou de creativitate admite o mare contribuție a influențelor de mediu și educație în formația creativă a fiecăruia.

Majoritatea studiilor psihologice indică faptul că creativitatea reprezintă interacțiunea tuturor funcțiilor psihice ale personalității (intelectuale, afective, motivaționale, volitive, atitudinale), conștiente și inconștiente, native și dobândite, de ordin biologic, psihofiziologic și social, implicate în generarea noului și originalului, adică materializate în idei, soluții și metode ce îmbogățesc patrimoniul istoriei, artei, tehnicii, științei.

În ceea ce privește factorii creativității, mai întâi, trebuie să vorbim despre aptitudini pentru creație. Savanții afirmă că există anumite structuri cerebrale, pe care nu le cunoaștem, care favorizează imaginația, ele creând predispoziții de diferite grade pentru sinteza unor noi imagini, noi idei. S-a dovedit însă că numai aptitudinile nu sunt suficiente în procesul creativității. Există persoane foarte inteligente, dar prea puțin creative, întrucât nu sunt incitate spre aventurile fanteziei și sunt în genere, conformiste și conservatoare.

Analiza rezultatelor la aplicarea testelor de inteligență și de creativitate demonstrează că printre subiecții cu note ridicate la inteligență sunt unii având cote slabe la creativitate. În schimb, cei cu performanțe ridicate la testele de creativitate aveau la inteligență cote cel puțin mijlocii, de unde concluzia necesității sale pentru o creativitate superioară. Totodată reiese că în anumite tipuri de inteligență (gândirea critică) nu este implicat și spiritul creativ.

În schimb prezența vectorilor creativi este de natură să producă efecte creative remarcabile și la persoane care nu dispun de aptitudini extraordinare. Deci putem considera ca factori interni ai dezvoltării creativității – *motivația și voința*. Creșterea dorinței, a interesului pentru creație, precum și a forței de a învinge obstacolele are, evident, un rol notabil în susținerea activității creatoare.

Favorabile creativității sunt trebuințele de creștere, de perfecționare și de performanță, în opoziție cu trebuințele homeostazice, strict utilitare; motivația intrinsecă de implicare în acțiune, pentru plăcerea acțiunii, din înclinație sau interes cognitiv, în opoziție cu motivația extrinsecă, indirectă, cu influențele ei constructive și presante; aspirațiile superioare, care facilitează drumul spre performanță, față de aspirațiile de nivel scăzut, care nu permit o valorificare optimă a propriilor posibilități.

După cum afirmă psihologul român P. Popescu-Neveanu la creativitate contribuie și atitudinile caracteriale printre care mai creative le menționează pe următoarele:

1. Încredere în forțele proprii și înclinația puternică către realizarea de sine;
2. Interesele cognitive și devotamentul față de profesia aleasă;
3. Atitudinea anti-rutină care contribuie la analiza critică a experienței și să deschidă calea unor noi experimentări;
4. Cutezanța în adoptarea unor noi scopuri neobișnuite și îndepărtate și asumarea riscurilor legate de îndeplinirea acelor proiecte dificile și curajoase;
5. Perseverența în căutarea de soluții și în realizarea proiectului urzit, corelativ cu dispoziția către revizuirea continuă a proiectului și permanenta lui optimizare;
6. Simțul valorii și atitudinea valorizatoare, care duc la recunoașterea deschisă a valorii altora și la afirmarea onestă și demnă a propriei valori;
7. Grupul atitudinilor direct creative, constând din simțământul noului, dragostea și receptivitatea pentru tot ce este nou, original, cultivarea consecventă a originalului².

În cererea de admitere în universitățile americane există o rubrică intitulată „Ce vă imaginați dumneavoastră despre viitoarea profesie?” Având în vedere răspunsul la această întrebare, profesorul E. P. Torrance în cadrul unui studiu întins pe o perioadă de 22 ani a urmărit ce s-a întâmplat cu studenții admiși, ținând cont de criteriul „imaginea asupra profesiei”³. Cei care au avut schițată o imagine asupra profesiei au fost recunoscuți ca performanți.

În articolul „*Cât de important este să te îndrăgostești de o idee și să urmărești cu stăruință*”, publicat în revista „The Creative Child and Adult Quarterly” în 1983, Torrance prezintă într-un limbaj ușor metaforic condițiile necesare pentru ca o persoană să devină creativă și cât de important este pentru comunitate să înțeleagă și să permită o dezvoltare independentă a celor ce dispun de potențial creativ. Autorul precizează: „imaginea viitorului poate acționa ca o forță magnetică ce ne ordonează acțiunile, ne dă energia și curajul de a inițiativa, ne oferă soluții și ne conduce către succes”⁴.

Deducem în acest caz concluzia pedagogică potrivit căreia este necesar să dezvoltăm la elevi capacitatea de a se proiecta în viitor, adică de a visa și face planuri, capacitatea de a fi curios și de a se mira. Aceste calități importante ale ființei umane funcționează ca seturi de trebuințe care orientează și într-un fel

² Paul Popescu-Neveanu, N. Zlate, Tinca Creșu, *Psihologie, Manual pentru clasa a X-a școlii normale și licee*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1998.

³ E. P. Torrance, *Cât de important este să te îndrăgostești de o idee și să o urmărești cu stăruință*, în *Psihologia*, nr. 4, 1996.

⁴ *Ibidem*.

selectează acțiunile individuale. Ele constituie cel mai bun predicator al performanțelor creative, un predicator mai bun decât performanțele deja obținute.

Am menționat mai sus ideea conform căreia creativitatea reprezintă o calitate a omului, determinată de o serie de factori individuali, precum și sociali. Însă majoritatea psihologilor consideră mai semnificativi următorii factori: sensibilitatea față de probleme, flexibilitatea gândirii, gândirea abstractă, originalitatea, fluiditatea, capacitatea de a restructura, organiza, elabora.

Flexibilitatea constă în capacitatea de restructurare rapidă și adecvată a cunoștințelor, a procedurilor și metodelor de lucru, a conduitei în situații noi modificate și adaptarea ușoară și operativă în noile activități ori la schimbările neașteptate ale cerințelor și datelor problemelor.

Fluiditate (fluența sau asociativitatea) – factorul cantitativ al creativității. Este reprezentată de volumul sau de bogăția de idei, ipoteze, asociații între obiecte, fenomene, expresii noi originale și valoroase pe care o persoană este capabilă să le emită într-o anumită perioadă de timp. Fluența vorbirii, de exemplu, se exprimă prin bogăția vocabularului și multitudinea construcțiilor semantice cu semnificații variate, pe care le poate construi o persoană.

Din punct de vedere psihologic, fluiditatea presupune activitatea rapidă și surprinzătoare a mecanismelor de reactualizare a unor informații și idei stocate în memorie, concomitent cu restructurarea, combinarea, transformarea și integrarea lor organică într-un produs nou al activității intelectuale. De exemplu, le propunem studenților să scrie cât mai mulți termeni psihologici ce încep cu litera „r” (timp de lucru: 2 minute). Sau să enumere cât mai multe imposibilități în procesul instructiv-educativ (timp de lucru: 2 minute).

Originalitatea – capacitatea de a da răspunsuri noi, deosebite de cele deja cunoscute, uzuale, frecvent întâlnite. Cu cât mai multe neobișnuite, mai individuale și mai inedite sunt ideile, desenele, lucrurile elaborate de subiect în condiții spontane, demonstrând intuiții surprinzătoare și siguranță de sine, cu atât mai înalt se cotează gradul de originalitate. Procesul creării noului nu poate fi conceput fără aportul imaginației constructive și a fanteziei creatoare, care, de altfel dețin un rol hotărâtor. De exemplu, la lecțiile de pedagogie le putem propune studenților să creeze noi variante de jocuri didactice, care ar stimula gândirea, ar dezvolta spiritul de observație al copiilor, noi situații de surpriză etc.

Puterea de elaborare a noului este factorul ce condiționează parcurgerea tuturor stadiilor sau etapelor necesare pentru a ajunge la soluții și produse creatoare. Acest factor exprimă forța creatoare a persoanei, puterea sa inventivă (capacitate de a elabora și opera cu elemente). De exemplu, în desen, el se poate manifesta astfel: receptorul telefonului mai are gură, ochi și mână dusă la tâmplă în semn de mare oboseală însoțită de o transpirație abundentă. Procesul de

elaborare a noului implică tenacitate, pasiune și o muncă deosebită⁵.

Stadiile și nivelurile creativității. În procesul de creație se pot distinge patru faze: pregătirea, incubația, iluminarea și elaborarea (împreună cu verificarea). Cu diferențele de rigoare, aceste se întâlnesc atât în creația artistică, cât și în cea științifică, pedagogică, tehnică etc. Diferiți psihologi sau creatori în diverse domenii au încercat să surprindă actul creator în procesualitatea lui, să-l conștientizeze și să-l prindă în anumite modele operaționale și funcționale. S-a ajuns astfel la conturarea unor conduite cu funcții specifice numite stadii, faze ori etape ale procesului de creație: pregătirea (colectarea informației care poate fi necesară), incubația (o pauză temporară sau relaxarea efortului), inspirația sau iluminarea (momentul înțelegerii soluției) și evaluarea cu elaborarea produsului creat.

Prima și ultima fază (pregătirea și verificarea) sunt organizate în mod rațional și se desfășoară conștient, fiind proprii creației științifice și tehnice. Celelalte două (incubația și iluminarea) sunt nelipsite în orice proces creator, indiferent de domeniu. Acestea sunt momentele cruciale, nucleele procesului creator, fapt care-l determină pe unii autori să se refere exclusiv la ele, reducând nejustificat întregul la parte și restrângând sfera noțiunii de proces creativ.

Pregătirea (prepararea) este o fază complexă și analitic, în această etapă, se pot diferenția mai multe sub-etape.

Sesizarea problemei înseamnă formularea obiectivului prin conștientizarea deficiențelor ce trebuie remediate, a imperfecțiunilor ce se pot înlătura, a lacunelor în cunoaștere, a nepotrivirilor între fapte și teorie. Sesizarea problemei este prin ea însăși un act de originalitate. În mod similar, aptitudinea specială denumită „sensibilitate de probleme” sau „sensibilitate față de implicație”, ascunsă în spatele aparențelor, este o notă definitorie a personalității creative. Când actuala bicicletă exista fără pedale, deplasându-se numai dacă îți luai elan cu picioarele pe pământ, nimeni altul decât copilul de 14 ani Ernest Michaux, nu și-a pus problema pedalei. Merele au căzut întotdeauna, dar numai Nenton s-a întrebat „de ce?”. „Simpla formulare a unei probleme, spunea A. Einstein, este adeseori mult mai importantă decât rezolvarea ei”.

O problemă creativă corect formulată trebuie să fie: divergentă, unică și unitară, dar să evite a fi: convergentă, o problemă de alegere sau o soluție la o altă problemă. Problemele divergente, în sensul dat de J. P. Guilford, sunt acelea care pot avea mai multe răspunsuri, care se pot rezolva în fel și chip, pentru care putem îmbrățișa o metodă sau alta, cu alte cuvinte, din punctul de plecare (respectiv problema) atenția și rezultatele obținute se pot dispersa într-un evantai cât mai

⁵ A. Roșca, *Creativitatea generală și specifică*, București, Editura Academiei Române, 1981; A. Stoica, *Creativitatea elevilor*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1983; A. Cosmovici, L. Iacob (coord.), *Psihologie școlară*, Iași, Polirom, 1998; I. Iliescu, *Probleme globale. Creativitatea*, București, Editura Tehnică, 1992.

deschis, mai divergent: „Care sunt domeniile de utilizare a microprocesului?” se vor fi întrebând informaticienii. În automatizarea producției industriale, în comandarea aparatelor electrice de uz casnic „declamarea și oprirea în momente prevăzute înainte, a aparatelor de bucătărie, a electricității, a radioului, a televiziunii etc”. „Cum putem stimula activitatea cognitivă la lecții a copiilor?”, îi putem întreba pe elevi.

Caracterul divergent este aproape definitoriu pentru tema dată spre soluționări originale.

O formulare corectă a problemei creative asigură un avans chiar din start și nu fără temei unele manuale acordă o atenție deosebită recunoașterii problemei reale și tehnicilor de exprimare și reexprimare în diferite feluri a aceleași chestiuni.

Cu formularea problemei, faza de pregătire nu s-a terminat. Deseori ea acoperă demersurile investigative și rezolutive de care este în stare persoana: informarea minuțioasă asupra istoricului problemei, asupra tentativelor altora de a o soluționa, apoi emiterea ipotezelor și verificarea lor mintală sau practică.

Pentru parcurgerea cu succes a acestei faze, persoana trebuie să posede: capacități de evaluare (pentru deosebirea esențialului de neesențial: deschidere față de experiență (atitudinea flexibilă față de bogăția și complexitatea universului înconjurător, starea de optimă receptivitate la stimulii externi)); plasticitate memorială; atenție distributivă (ținerea sub control a unui câmp larg de date); manipularea unui bogat material informațional; abilitatea de a se „juca cu ideile”; capacitate de concentrare; toleranță la ambiguitate (capacitatea persoanei creative de a utiliza mintal o serie de concepte incomplet definite și conturate); originalitatea gândirii; fluiditate (bogăția, ușurința și rapiditatea asociațiilor între imagini sau idei, debutul verbal, cursivitatea, bogăția ideatică);

Capacitatea de concentrare, de a nu se risipi în direcții colaterale lipsite de importanță, de a menține în focarul atenției obiectivul final, titlul temei, în virtutea căruia trebuie organizat materialul și orientate eforturile; rezistență la închidere capacitate de a rezista tentației, de a socoti problema rezolvării acceptând una din primele soluții venite în minte, în perspectiva unei idei mai originale, superioare; „capacitatea de a lăsa la o parte strălucirea imediată în favoarea unui viitor mai bogat, nebulos dar posibil; presupune preocuparea permanentă de ameliorări succesive ale rezultatului (temei); motivație, dorință de a găsi o soluție, perseverență; deprinderi de muncă disciplinată; cunoștințe privind metodele moderne de creativitate; rezistență fizică și psihică.

Pregătirea își depășește statutul de fază parțială, substituindu-se întregului proces rezolutiv care, dacă are șanse de a se solda cu o idee salutară, poate face inutilă incubația și iluminarea ca faze distincte. În caz de nerealizare, creatorul lasă problema deoparte, nu se mai ocupă de ea și se relaxează ori trece temporar la alte preocupări, de preferință mai ușoare. Între timp se instalează incubația. Privită din afară, incubația pare o perioadă pasivă de odihnă, o pauză sau o întrerupere voită

a efortului; socotită astfel, ea nici n-ar mai putea figura drept etapă a procesului de creație, deși este⁶.

Psihologul român Al. Roșca afirmă că anumite procese asociative, începute cu prilejul încercărilor de rezolvare a problemei, continuă într-o anumită măsură și când ne orientăm atenția și gândirea în altă direcție; este ceea, ce se numește uneori fenomenul de perseverare. Sunt suficiente date, care arată că problema urmărită nu este complet absentă din conștiință, nici în faza de incubație. Ea poate favoriza reorientarea gândirii pe un făgaș mai promițător. Faza de incubație este mai curând o stare, o pauză sau o perioadă în care cercetătorul lasă de o parte preocupările sale într-o anumită direcție, este mai curând o condiție decât o perioadă activă⁷. Evident, actul psihic al creației nu se rezumă la aceste operații prelungite involuntar în activitatea cerebrală, deși în unele cazuri găsirea soluției poate fi rodul acestor asociații inconștiente.

Pentru facilitarea ideilor, din adâncurile subconștientului, să treacă pragul conștiinței trebuie să îndepărtăm orice barieră de natură emoțională sau intelectuală. Ideea îndepărtării acestor piedici constituie una din caracteristicile principale ale celor două metode de stimulare a fluxului ideatic: brainstormingul și sinectica.

Inspirația este momentul străfulgerării ideii, pe care adeseori îl însoțim cu exclamația „Aha!” („Am găsit, asta era!”). Răspunsul pe care-l căutăm ne apare ca o iluminare bruscă a conștiinței, ca o intuiție instantanee și aproape miraculoasă, fapt ce a contribuit la învăluirea ei într-o aură misterioasă, divină.

Inspirația este în fond rezultatul unei intense stări de conștiință, al mobilizării efortului cognitiv la cea mai înaltă tensiune. Inspirația poate fi provocată de o întâmplare, fenomenul fiind cunoscut sub numele de serendipitate (descoperirea sau intuirea a ceva nou, a unei implicații, a unui fenomen întâmplător, când efortul nostru cognitiv era canalizat spre alt obiectiv. Serendipitatea necesită flexibilitatea gândirii, spirit de observație, deschidere la experiență; altminteri putem trece pe lângă șansă fără să o observăm). Urmărind cu totul altceva sau neurmărind nimic în momentul respectiv, întâmplarea ne pune în față marea descoperire⁸.

În fine, elaborarea, completată cu verificarea, solicită multă perseverență și ingeniozitate pentru a duce creația la bun sfârșit în cele mai mici detalii ale sale și apoi multă încredere în sine și în opera creată, pentru a o impune opiniei publice.

Elaborarea este absolut necesară pentru a da viață ideii, iar creației o finalitate. În forma existentă în mintea unei persoane, idea nu are valoare socială: ea trebuie materializată într-o formă corespunzătoare și confruntată cu realitatea

⁶ V. Buta, *Logică și creativitatea*, București, Editura Militară, 1992; I. Iliescu, *Probleme globale. Creativitatea*, București, Editura Tehnică, 1992, p. 67.

⁷ A. Roșca, *Creativitatea generală și specifică*, București, Editura Academiei Române, 1981, p. 45.

⁸ M. Bejat, *Talent, inteligență, creativitate*, București, Editura Didactică și Pedagogică, 1977, p. 56.

materială sau umană. Reacția refractară față de inedit este în firea omului și a opiniei publice și multe creații valoroase sau „înecat la mal” datorită lipsei de energie, curaj sau șansă a autorilor, sau a lipsei de încredere suficientă în autentică valoare a produsului lor.

Produsul creației este criteriul cel mai cunoscut și palpabil de apreciere a creativității. El se exprimă, fie în ceva material (un proiect, o invenție, un desen, obiect de artă), fie în ceva spiritual (o formulă, un principiu, o teorie din procedeu). Dacă produsul îndeplinește anumite condiții pentru a fi socotit „creativ” atunci se merge pe cale inversă, de la produs la proces și de la acesta la autor, etichetându-se toate ca fiind „creative”.

Originalitatea valorii nou create poate fi apreciată în două moduri: subiectiv, când anumite persoane evaluează produsul respectiv sub aspectele enumerate mai sus (surpriză, „eleganța” soluției) și oarecum obiectiv, de fapt statistic, atunci, când se caută unicitatea unui răspuns în cadrul unei multitudini de răspunsuri sau slaba frecvență la nivelul unei populații statistice.

În psihologie și pedagogie nu există unități etalon de măsură ca în științele exacte, unde cm este cm în orice condiții, ori cifra 8 înseamnă indiscutabil doar 8. Ca să putem preciza, de exemplu, că elevul X este normal, excepțional ori subnormal, trebuie să o măsurăm prin teste cuantificabile pe o populație suficient de mare și apoi să vedem unde se plasează el pe curba distribuției normale a lui Gauss. Cu cât persoana X, care ne interesează, se situează, prin performanțele deosebite, la dreapta mediei aritmetice valorile mari, cu cât ea poate fi socotită mai bună.

În psihologie totul se evaluează prin raportarea la media aritmetică a eșantionului experimentat, pentru a declara vârfurile sau subnormalii. Cu originalitatea ca raritate statistică se petrece același lucru.

Utilitatea sau eficiența produsului este un criteriu introdus mai mult pentru a distinge rezultatul imaginației aplicate la realitatea de producțiile aberante și rupte de realitate din timpul viselor sau al stărilor de alterare a conștiinței (datorate febrei, drogurilor), dar mai ales de producțiile bolnavilor mintali. Un produs util răspunde unei necesități practice, este adecvat realității, este cum i se mai spune, relevant. În funcție de lărgimea sferei sociale sau a grupului de persoane față de care produsul creației este original în mod real, obiectiv, există trei niveluri de creativitate:

- a) individuală (sau psihologică);
- b) colectivă (de grup);
- c) socială (la nivelul întregii societăți).

Psihologul român Al. Roșca indică faptul că trebuie făcută o distincție între creativitatea generală, de largă aplicabilitate și modalități specifice de creativitate

din practică, tehnică, artă, știință, organizare a sportului etc.⁹.

De cea mai largă audiență se bucură evaluarea propusă de Irving Taylor în lucrarea sa „The Nature of the Creative Process” (1959), care distinge următoarele niveluri sau trepte de creativitate:

- creativitate de expresie, ținând de mimico-gesticulație și vorbire, și care este valorizată, mai ales în arta teatrală și în oratorie;

- creativitatea procesuală, ținând de notele originale în dezvoltarea proceselor psihice, în felul cum percepe subiectul lumea, în modul său de gândire și simțire, și prin care se caracterizează o personalitate ca fiind mai mult sau mai puțin distinctă;

- creativitate de produs, care este obiectivă și dăinuie, depășind existența subiectivului;

- creativitate inovativă, ce constă dintr-o recombinație ingenioasă de elemente cunoscute, astfel încât se compune o nouă structură a unui obiect sau proces tehnologic;

- creativitatea inventivă, care presupune compatibilizarea părților între ele, generarea de noi metode și îndeplinirea artificială a unor noi funcțiuni;

- creativitate emergentă, care constă în descoperirea sau punerea în funcțiune a unui nou principiu care prin sine însuși, duce la revoluționarea unui întreg domeniu al cunoașterii, tehnicii, artei și existenței sociale (principiul evoluționist al lui Darwin, relativitatea lui Einstein, sistemul periodic al elementelor chimice a lui D. I. Mendeleev etc.)

Creativitatea emergentă este nivelul suprem al creativității, în terminologia clasică deschizătorii de drumuri, fiind clasificați ca genii.

După cum afirmă Bertran Rasel putem învăța a crea la fel cum învățăm toate celelalte. Oamenii se străduiesc demult să pătrundă în tainele creativității, să găsească cheia pentru lumea enigmatică a soluțiilor și descoperirilor reușite. Poporul privea întotdeauna creativitatea nu ca un privilegiu al unor „creatori” aleși, ci ca o mare dibăcie – creează doar fiecare meșter priceput, însușit, fiecare om care muncește conștient din toată inima.

Poporul nostru are disponibilități și capacități deosebite de inteligență și creativitate. În acest context omul de știință român George Emil Palade a spus: „poporul român este un mare producător de inteligență”.

Genialitatea creativității românești se poate compara cu cea a marilor somități științifice mondiale, fie numai dacă i-am menționa pe oamenii de geniu români ca: Mihai Eminescu în poezie, George Enescu în muzică etc.

Idealul social uman pentru această societate nu poate fi decât personalitatea creativă, iar măsura maximă a reformei învățământului în țara

⁹ A. Roșca, *Creativitatea generală și specifică*, București, Editura Academiei Române, 1981.

noastră – școala creativă.

Depistarea și dinamizarea creativității tinerei generații studioase constituie o necesitate imperioasă a educației la etapa contemporană, pentru progresul și prosperitatea poporului nostru. Pentru educația creativității pledează motive de ordin social și de ordin psihologic. Referitor la primele Moris Stein face următoarea constatare generică: „o societate care stimulează creativitatea, asigură cetățenilor săi patru libertăți de bază: libertatea de studiu și pregătire, libertate de explorare și investigare, libertate de exprimare și libertatea de a fi ei înșiși”.

Referindu-ne la motive de ordin psihologic, unui elev care se mai întreabă încă „de ce să fiu creativ ?” îi putem aduce argumente: „să te desăvârșești ca personalitate, ca om, să fii complet dezvoltat din toate punctele de vedere, să fii capabil de reintegrare profesională, atunci când împrejurările ți-o vor cere, să te bucuri de prețuirea, respectul și admirația celor din jur pentru că te-ai dovedit capabil să inventezi ceva și să ieși din anonimat, să dispui de un antidot la unele forțe ale înstrăinării umane, să-ți încălzești inima la flacăra succesului meritat, să-ți făurești o sursă de satisfacții morale, spirituale”¹⁰.

Întreaga literatură psihologică este animată de idea universalității potențialităților creatoare. În cercetările sale C. W. Taylor afirmă: „în primul rând, psihologii sunt convinși că toți oamenii sunt într-o măsură creativi în mod potențial, respectiv persoane de toate vârstele, toate culturile și toate domeniile activității umane. În al doilea rând, indivizii se deosebesc în privința potențialului creativ pentru diferitele activități și a modului de exprimare a creațiilor lor”.

Aceiași idee o susține și savantul S. Steinberg care spune: „recunoaștem creativitatea ca o potențialitate umană normal distribuită. Când vorbim de o conduită creativă ne referim la toată lumea, nu la un om unic”.

În urma studiilor făcute de J. C. Gowan și G. D. Demos concluzionează: „copiii sunt creativi în mod natural și doar așteaptă atmosfera propice pentru a-și manifesta creativitatea”, iar Morris Stein, pe aceeași linie afirmă: „fiecare dintre noi are potențial pentru creativitate”. Creativitatea este educabilă. În sprijinul acestei idei vin mai multe argumente:

- rezultatele metodelor de stimulare a creativității larg utilizate în multe țări;
- datele experimentelor psihopedagogice special organizate;
- studiul analitic al factorilor componenți ai creativității.

Cum se poate stimula creativitatea?

Psihologul român Andrei Cosmovici afirmă că pentru aceasta e necesară învingerea anumitor blocaje ale creativității cum ar fi:

- blocajele sociale (conformismul este unul din ele: dorința oamenilor ca toți cetățenii să se poarte și să se gândească în mod obișnuit, la fel ca ei. Cei cu idei

¹⁰ M. Ștein, *Stimulating Creativity*, vol. 2, Group Procedures, New York, Academic Press, 1975, p. 85.

sau comportări neobișnuite sunt priviți cu suspiciune și chiar cu dezaprobare ceea, ce constituie o descurajare pentru asemenea persoane);

- blocajele metodologice sunt acelea ce rezultă din procedeele de gândire.

Așa e cazul rigidității algoritmilor anteriori. Suntem obișnuiți să aplicăm într-o situație un anumit algoritm și deși nu pare a se potrivi, stăruim în a-l aplica, în loc să încercăm altceva.

De asemenea, se observă cazuri de „fixitate funcțională”: folosim obiectele și uneltele potrivit funcției lor obișnuite și nu ne vine în minte să le utilizăm altfel.

Tot în această categorie de blocaje găsim și critica prematură, evidențiată de Al. Osborn. Atunci când ne gândim la soluționarea unei probleme complexe, spune el, sunt momente când ne vin în minte tot felul de idei. Dacă, îndată ce apare o sugestie, ne apucăm să discutăm critic valoarea ei, acest act blochează venirea altor idei în conștiință. Și cum de obicei prima sugestie nu e cea bună, ne aflăm în impas. Când imaginația trece printr-un moment de efervescență, să lăsăm ideile să curgă – doar să le notăm. Numai după acest izvor de inspirație seacă, să trecem la examenul analitic al fiecăreia. Osborn a intitulat acest procedeu „brainstorming” ceea, ce în traducere literară ar fi „furtună, asaltul creierului” – în limba română e caracterizat ca „asaltul de idei sau evaluarea amânată”;

- blocajele emotive se știe că factorii afectivi au o influență importantă: teama de a nu greși, de a nu se face de râs, poate împiedica pe cineva să exprime și să dezvolte un punct de vedere neobișnuit¹¹.

De asemenea, graba de a accepta prima idee este o altă eroare fiindcă rareori soluția apare chiar de la început. Unii se descurajează rapid, deoarece munca de creație, de inovație este dificilă și solicită eforturi de lungă durată. Și tentativa exagerată de a-i întrece pe alții implică evitarea ideilor prea deosebite și dăunează procesului de creație.

Pentru a educa și dezvolta spiritul creativ al elevilor, studenților e necesar să-i ajutăm să învingă aceste blocaje și de asemenea să favorizăm asocierea cât mai liberă a ideilor lor. Ce putem considera creativ pentru elevi?

Psihologii consideră creative descoperirile individuale noi ale elevului pentru subiectul concret și obținut de acesta ca urmare a propriilor investigații, în rezultatul conexiunii ce nu s-a mai întâlnit anterior și originale a lucrurilor și noțiunilor deja cunoscute.

Prin urmare, se consideră creativ pentru individul dat:

- utilizarea cunoștințelor anterioare într-un răspuns nou, neobișnuit;
- rezolvarea printr-o metodă nouă, necunoscută a unui exercițiu sau a unei situații de problemă;

¹¹ A. Cosmovici, *Psihologia generală*, Iași, Polirom, 1996; A. Cosmovici, L. Iacob (coord.), *Psihologie școlară*, Iași, Polirom, 1998.

- interpretarea nouă a unui subiect cunoscut;
- prezentarea originală a unui personaj cunoscut, a evenimentelor cunoscute;
- utilizarea inedită a detaliilor ori materialelor;
- formularea întrebărilor neobișnuite etc.

Pentru cultivarea creativității deosebit de importantă este atitudinea profesorului, relația lui cu elevii. Nu e favorabilă poziția autoritară, oarecum despotică, care creează blocaje afective.

Copiii nu îndrăznesc să pună întrebări, se tem de eșec, de ironii. E nevoie de un climat democratic, distins, prietenos, care permite manifestarea în voie a curiozității, spontaneității. Să fie ceva firesc ca o idee originală să atragă un punct în plus la notare, chiar dacă prin ea nu s-a putut soluționa chestiunea în discuție.

Așadar, potențialul creativ al elevilor se va dezvolta dacă profesorii, învățătorii vor organiza procesul pedagogic cu caracter creativ. După cum se vede, manifestându-se ca o formă specifică de activitate, creativitatea sintetizează trei mari grupe de factori:

- a) factori dinamogeni: trebuințe, motive, interese;
- b) factori operațional-cognitivi: procese intelectuale;
- c) factori orientativi-reglatorii: scopuri, atitudini.

Elementele menționate reprezintă și cadrul de referință pentru problema abordată, întrucât ele determină (sau pot determina) coloratura pedagogică intenționată, ce poate fi sintetizată astfel:

- a) potențialul creativ al elevilor poate fi antrenat, educat, stimulat, dezvoltat etc.;
- b) factorii de antrenare, stimulare, dezvoltare a creativității trebuie să angajeze atât domeniul operațional-cognitiv, cât și cel dinamogen și orientativ-reglatoriu.

În ultimele decenii au validate, proiectate, elaborate și verificate experimental numeroase tehnici de stimulare a potențialului creativ, unele vizând factorii din toate cele trei grupe, altele numai factorii operațional-cognitivi. Se cunosc metode logice-matematice, psihosociale, psihoterapeutice de grup; metode de valorificare a calităților, ambianței fizice și interpersonale (muticoterapia, umeroterapia); metode de relaxare; metode imaginative; metodele practicii didactice (descoperirea, problematizarea, abordarea interdisciplinară).

În prezent sunt utilizate cu mult succes „testele de gândire imaginativă creativă (Bucletul A și Bucletul B, forma verbală și nonverbală) elaborate de psihologul american E. Paul Torrance. Aceste teste sunt valabile pentru oricine, începând cu vârsta preșcolară. Pentru stimularea creativității se mai folosesc și metodele 6 – 3 – 5, Phillips 6 – 6, discuția panel ș.a.

Deci, în vederea dezvoltării educației creativității există metode nespecifice, fără o relație cu anume obiect de învățământ și metode specifice în raport cu o anumită materie, în funcție de conținutul ei.