**Teorii ale creativității**

**Cursul este o traducere sumarizate a articolului**

Simonton, D.K. (2012). Teaching creativity: Current findings, trends, and controversies in the Psychology of Creativity. *Teaching of Psychology*, *39*(3), 217-222. DOI: 10.1177/0098628312450444

**Și a capitolului**

Kozbelt, A., Beghetto, R.A., & Runco, M.A. (2010). Theories of Creativity. In J.C. Kaufman & R.J. Sternberg (Eds.), *Cambridge Handbook of Creativity* (pp. 20-47). New York: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/cbo9780511763205.004>

**1. Teorii cognitive ale creativității**

Psihologii cognitiviști sunt interesați în primul rând de cercetarea proceselor psihice implicate în gândirea creativă. De exemplu, o descoperire interesantă este că creativitatea este puternic asociată cu dezinhibiția cognitivă: persoanele foarte creative tind să observe stimuli despre care știu că sunt irelevanți, ceea ce le permite în schimb să gândească „out of the box” (Simonton, 2012). Acest lucru le permite să beneficieze de pe urma unor evenimente accidentale, care altfel ar fi fost ignorate. O parte negativă a acestei calități (numită și inhibiție latentă redusă) este că poate fi specifică psihozelor.

Odată cu dezvoltarea neuroștiințelor cognitive, s-a încercat aplicarea unor tehnici moderne de investigație în domeniul rezolvării creative a problemelor. Rezultatele nu constituie însă, deocamdată, un set suficient de închegat, sugerând că probabil procesele creative sunt mai complexe decât mecanismele cognitive implicate, care pot fi cercetate prin diverse tehnici de imagistică medicală. De exemplu, rezolvarea creativă a problemelor necesită uneori o bună imagerie vizuală, iar alteori aportul limbajului poate fi mai important.

**2. Teorii ale creativității din perspectiva psihologiei diferențiale**

Psihologia diferențială se ocupă de studiul diferențelor dintre persoane, precum și de al proceselor și al altor caracteristici care stau la baza acestor diferențe. De regulă, printre temele preferate de studiu în domeniul psihologiei diferențiale găsim personalitatea, motivația, inteligența, autoeficacitatea, stima de sine etc. Simonton (2012) afirma că psihologia diferențială își propune identificarea a două surse ale diferențelor interumane: (a) cognitive (incluzând aici inteligența și alte abilități mentale) (b) variabilele dispoziționale (motivația, valorile etc.).

Este din ce în ce mai evident, chiar și în rândul psihologilor cognitiviști, că variabilele care produc diferențe interindividuale sunt importante în înțelegerea creativității. De exemplu, inhibiția latentă redusă poate să fie un indiciu al creativității sau al psihopatologiei, în funcție de prezența unor factori moderatori, precum inteligența generală. O persoană cu inteligență ridicată are probabil suficiente abilități metacognitive pentru a fi avantajată de fluxul imens de informație la care este expusă, pe când una cu inteligență scăzută este mai degrabă depășită. Aceste diferențe de inteligență pot explica apariția unui insight creativ sau al unei fantezii bolnave (Simonton, 2012).

Variabilele dispoziționale sunt de asemenea importante. Studiile arată că persoanele creative au un anumit profil de personalitate, de exemplu sunt mai deschise spre experiențe noi. Mai mult decât atât, se pare că sunt diferențe între profilurile de personalitate ale persoanelor creative care activează în domenii diferite.

**3. Creativitatea din perspectiva psihologiei dezvoltării**

Psihologii din acest domeniu caută să înțeleagă modificările prin care trece creativitatea de-a lungul evoluției vieții umane. În acest sens, un prim obiectiv pe care și-l propun este identificarea factorilor de mediu care contribuie la dezvoltarea potențialului creativ. Deși primele studii acordau credit mediului familial și experiențelor educaționale, cercetările recente iau în calcul și influențe mai largi. De exemplu, este studiată expunerea la mai multe culturi: călătoriile îndelungate sau mutatul în străinătate contribuie la deschidere și flexibilitate cognitivă. Descoperirea se leagă de alta, la fel de interesantă: bilingvismul funcțional este asociat cu creativitatea; o persoană care poate să codeze cu ușurință o idee în două limbi distincte este și mai flexibilă din punct de vedere cognitiv.

O altă implicație importantă a acestui prim obiectiv este că cercetările desfășurate în această direcție sugerează adesea cum ar trebui construit sau proiectat mediul, astfel încât potențialul creativ al copiilor să fie stimulat. De exemplu, studiile au investigat mediul familial din copilăria unor persoane care au dovedit ulterior un nivel ridicat al creativității, găsindu-se că părinții acestora și-au expus copiii unor medii diverse și erau la rândul lor creativi (Kozbelt, Beghetto și Runco, 2010). Aceste familii erau de asemenea caracterizate de un grad moderat de independență: părinții copiilor știau ce făceau aceștia, dar nu erau foarte restrictivi.

Tot subsumate primului obiectiv au fost studiile care investigau structura familială (ordinea nașterii, numărul fraților, diferența de vârstă dintre aceștia etc.). Rezultatele au arătat că mijlociii erau adesea rebeli, probabil pentru că asupra primilor născuți s-a concentrat mai mult atenția părinților. Ca urmare, ei au căutat alternative pentru a câștiga interesul din partea părinților, adesea răzvrătindu-se împotriva valorilor familiale, în contextul familiei sau al domeniului de activitate.

Deși accentul nu cade în psihologia dezvoltării pe evaluarea produsului creativ, se încearcă explicarea tranziției de la „mini-c” (sau „little-c”, formă subiectivă a creativității, indiciu al sănătății mentale, presupunând rezolvarea creativă a sarcinilor de zi cu zi) la „PRO-C”(sau „BIG-C”, formă matură a creativității științifice sau artistice).

Al doilea obiectiv al psihologiei dezvoltării în relație cu creativitatea se leagă de studiul manifestărilor creative la maturitate și la senectute, bazându-se în mare parte pe produsele creative din domeniul științelor sau artelor. Pe lângă investigarea modului în care produsele creativității sunt modifică de-a lungul carierei științifice sau artistice, cercetările s-au axat și pe apariția longitudinală a acestora: la ce vârstă apar primele și ultimele manifestări certe ale creativității, în știință și artă? La ce vârstă este atins apogeul creativității? Rezultatele acestor studii au cu siguranță relevanță practică deosebită, mai ales ținând cont de restricțiile privind vârsta legală de pensionare în diferite țări (Simonton, 2012). Cercetările recente arată că declinul creativității la vârsta a III-a nu este atât de abrupt pe cât se credea, cel puțin în domeniul științelor.

**4. Psihologia socială a creativității**

Din această perspectivă, psihologii încearcă să înțeleagă creativitatea în contextul ei social. Cercetările clasice din psihologia socială s-au concentrat asupra la trei nivele: (a) nivelul interpersonal, referindu-se de exemplu la efectul evaluărilor sociale și al recompenselor; (b) nivelul grupului, referindu-se de exemplu la tehnicile de îmbunătățire a creativității de grup; (c) nivelul sociocultural, referindu-se de exemplu la „zietgeist” (spiritul sau atmosfera unei anumite perioade într-o anumită cultură) (Simonton, 2012). Dintre acestea, creativitatea la nivelul grupului s-a bucurat de cea mai mare atenție, cercetările arătând că în general creativitatea este mai ridicată când diversitatea grupului este mare (incluzând variabile specifice psihologiei sociale: gen, etnie, categorii de vârstă, atitudini și altele).

Dintre cercetările moderne, apariția creativității printre temele cogniției sociale este surprinzătoare. Are la bază studiile privind relația dintre afectivitatea pozitivă și creativitate, arătând de exemplu că stările dispoziționale și impulsurile au relații mult mai complexe cu creativitatea decât se credea (Simonton, 2012). Nu este mereu adevărat că „rezultatele bune” au la bază „cauze bune” (afectivitatea pozitivă sau motivația intrinsecă); de fapt, stările depresive pot să stimuleze de fapt creativitatea artistică.

**5. Teorii psihometrice**

Acestea nu sunt construite pentru a descrie mediul de dezvoltare al individului, nici tiparul său de gândire sau procesele motivaționale. În schimb, ele se concentrează asupra metodelor de evaluare a creativității, mai specific a produselor acesteia, oferind practic date pentru toate celelalte teorii. De aceea, ele nu sunt legate de un anumit model al creativității (Kozbelt, Beghetto și Runco, 2010).

Teoriile psihometrice își propun să verifice fidelitatea și validitatea evaluărilor. Fidelitatea se referă la gradul de consistență internă a evaluării, iar validitatea reprezintă acuratețea acesteia. O categorie aparte a validității, de interes pentru psihologia creativității, este validitatea relativă la criteriu, care operează cu două concepte: validitatea predictivă și validitatea discriminativă. Validitatea predictivă oferă informații despre cât dintr-o evaluare a creativității indică existența unui criteriu al comportamentului creativ real. Validitatea discriminativă indică măsura în care o evaluare a creativității este distinctă de alți indicatori ai unor variabile diferite de creativitate (inteligență, gândire convergentă etc.).

Unul dintre rezultatele cercetărilor care s-au axat pe studiul validității discriminative a testelor de creativitate a dus la dezvoltarea așa-numitei teorii a pragului, care sugerează că, până la un anumit nivel de dezvoltare a creativității, aceasta este strâns legată de inteligență, iar peste nivelul respectiv variabilele sunt în mare măsură independente.

Tot studiile psihometrice au arătat că performanțele creative din domenii diferite sunt distincte (de exemplu, evaluările creativității matematice sunt diferite de ale creativității verbale), ceea ce a dus în timp la ideea tot mai susținută în prezent a creativității legată de domeniu.

**6. Teorii tipologice**

Acest set de teorii constituie o abordare aparte a creativității, încercând să înțeleagă variațiile care țin de personalitatea persoanelor creative, de metodele lor de lucru, de cariera lor etc., pentru a găsi diferențe sistematice. De exemplu, teoria lui Galeson (2001, 2006, apud Kozbelt, Beghetto și Runco, 2010) identifica două tipuri de persoane creative: „căutătorii” (*seekers*) și „găsitorii” (*finders*).

Cele două categorii diferă în privința modului în care abordează sarcinile creative, dar și în ceea ce privește cariera și originile reputației lor. Pentru căutători, procesul creativ este o luptă frustrantă. Ei încep adesea fără să aibă o idee clară despre scopul lor, lucrează prin încercare și eroare, iau cu greu deciziile și au dificultăți în a conștientiza că munca s-a încheiat. Stilul lor se poate îmbunătăți cu timpul. Pentru că munca lor se bazează pe expertiză și abilități perceptuale care presupun timp pentru achiziție, ei rareori oferă produse creative devreme în carieră.

În contrast, găsitorii se pregătesc cu atenție și știu exact care le sunt scopurile. Ca urmare, ei lucrează de obicei foarte eficient și pot să ia ușor decizia de finalizare a unui proiect. Cariera lor este marcată adesea de schimbări abrupte ale stilului, bazate pe rezultatele obținute, ceea ce formează și baza reputației lor. Pot să aibă contribuții notabile devreme în carieră, neexcluzând însă posibilitatea ca inovațiile să apară mai târziu.

Deși aceste modele au probleme în a fi verificate prin cercetare, având și o capacitate de predicție destul de redusă, ele reprezintă o direcție de cercetare promițătoare și ambițioasă în psihologia creativității.

**7. Teorii economice**

Sunt printre cele mai recente abordări ale creativității, luând în considerare macroprocesele economice și emițând ipoteze testabile despre eforturile de creație. Ele prezic, de exemplu, că grupurile mai largi vor inhiba brainstormingul, deoarece costurile de a fi diferit, deci original, sunt mai mari când audiența este largă. Ele prezic de asemenea că indivizii cu nivele ridicate de expertiză vor fi mai rigizi cu privire la soluții alternative, comparativ cu cei care au investit mai puțin în cariera lor sau într-o metodă de lucru.

Conform unora dintre teoriile economice, piața poate să ofere beneficii pentru anumite comportamente sau să impună costuri pentru ele. Precum în teoriile behavioriste, beneficiile vor acționa ca întăriri ale comportamentului, iar costurile le vor inhiba. Această perspectivă este numită psihoeconomică, deoarece beneficiile și costurile pot fi definite în termeni psihologici. De exemplu, a fi original poate fi într-o oarecare măsură un stigmat, care poate să inhibe creativitatea (Kozbelt, Beghetto și Runco, 2010).

O altă perspectivă interesantă accentuează investiția în comportamentele creative. Pe scurt, creativitatea poate să rezulte uneori când un individ cumpără când este ieftin (investește într-o idee nepopulară) și vinde când este scump (când ideea câștigă adepți).

**8. Teorii ale creativității în termeni de etape și componente**

Una dintre cele mai cunoscute teorii care descriu creativitatea în termeni de etape este cea a lui Wallas (1926). Etapele creativității presupun o primă fază de pregătire, în care individul adună informații și definește problema. În faza de incubație, problema este lăsată deoparte; cel puțin aparent, ea nu mai intră în preocupările conștiente. Dacă faza aceasta decurge cu succes, apare faza următoare, cea de insight sau iluminare, în care soluția apare mai mult sau mai puțin brusc. Ultima fază în modelul lui Wallas este verificarea, când individul testează ideea sau aplică soluția. Linearitatea acestui model a fost îndelung combătută, fiind mai probabilă existența unui proces recursiv, în care individul revine la stadii anterioare, pe măsură ce întâlnește dificultăți în stadiile finale.

În al doilea rând, au existat propuneri de modificare a acestor etape. De exemplu, faza de pregătire a mai fost numită de identificare sau construcție a problemei; alte teorii au delimitat în cadrul acestei faze două etape, una de identificare a problemei și una de definire a acesteia.

Teorii mai recente au definit creativitatea nu în termeni de etape, ci de mecanisme componente. De exemplu, un model componențial propus de Runco și Chad (1995, apud Kozbelt, Beghetto și Runco, 2010) recunoaște influența cunoștințelor anterioare (atât declarative, cât și procedurale), precum și a motivației intrinseci și extrinseci. Probabil că modelul lui Amabile (1999) este cel mai cunoscut, făcând referire la abilități relevante pentru domeniu (cunoștințe, aptitudini tehnice), abilități creative (stilul creativ, utilizarea strategiilor euristice) și motivația pentru sarcină (atitudini, nivel de aspirație etc.). Prima componentă depinde puternic de ereditate, iar a doua de training și experiență. A treia se leagă de absența constrângerilor extrinseci și de capacitatea individului de a minimiza efectele negative ale acestora.

**9. Teorii evoluționiste**

Modelul lui Simonton, fundamentat pe teoria darwinistă, este unul dintre cele mai cunoscute modele care intră în această categorie. Conform acestuia, ideile sunt combinate la întâmplare, sub pragul conștient, iar cele mai interesante combinații sunt dezvoltate conștient și finalizate în produse creative, care vor fi judecate de alte persoane.

Modelul ia ca punct de plecare al creativității diferențele individuale în ceea ce privește potențialul creativ. În timp, creatorul cheltuiește acest potențial prin acte de creație, recuperând în schimb prin învățare. Modelul reușește să explice destul de bine evoluția creativității și a manifestărilor acesteia de-a lungul carierei cercetătorilor, în funcție de domeniul de activitate.