

Министерство образования и науки Российской Федерации
Сибирский федеральный университет

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебное пособие

Рекомендовано ФГОУ ВПО «Государственный университет управления» в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью», 11.10.2012

Красноярск
СФУ
2012

УДК 659(07)
ББК 76.006.5я73
К238

Рецензент:

доктор филологических наук, профессор,
заведующий кафедрой межкультурной коммуникации и перевода
Волгоградского педагогического университета О. А. Леонтович

К 238 Теория и практика креативной деятельности : учеб.
пособие / О. А. Карлова, Е. А. Ноздренко, И. А. Пантелеева,
И. А. Карлов. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2012. – 372 с.
ISBN 978-5-7638-2644-9

Предназначено для изучения будущими специалистами в области профессиональной деятельности возможных форматов, развивающих способность человека создавать новые значимые формы и идеи, соответствующие социокультурно-компетентному обществу с высоким уровнем эффективности. Концепция изложения теоретического и практического материала связана с необходимостью формирования у выпускников направления «Реклама и связи с общественностью» навыков по созданию и презентации креативного продукта и призвана сформировать у обучающегося представление о креативных подходах в любом виде деятельности, а также привить навыки самостоятельной деятельности в сфере генерации идей и смыслов творчества.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью».

УДК 659(07)
ББК 76.006.5я73

ISBN 978-5-7638-2644-9

© Сибирский федеральный
университет, 2012

Оглавление

Введение.....	5
1. Креатив как научная проблема современного общества	7
1.1. Креатив как новая реалья современности	7
1.2. Язык смыслообразования: слово, метафора, наглядный об- раз. Объект-модель формирования социальных смыслов: архе- типы, мифологемы, этносоциальные мифологии	20
1.3. Субъект-модель формирования смыслов: личностное осво- ение, изобретение и творение смыслов	37
1.4. Художественное творчество, научно-технические и соци- альные инновации: общее и особенное	56
1.5. Субъекты креативного процесса. Сети неформальной ком- муникации в современной городской среде и социальные сети «интересного»	78
2. Формирование креативного мышления	116
2.1. Основные подходы к формированию креативного мыш- ления.....	116
2.2. Креативные способности современного человека	134
2.3. Креативность как «вопрошающий» и «диалогический» стиль мышления	153
2.4. Аналитические методы «выпаривания» идей: фокус-группа как инструмент поиска и отбора	162
2.5. «Синтетические» методы активизации поиска идей и соз- дания новых значимых форматов: мозговая атака и синектиче- ский штурм.....	181
2.6. Моделирование как креативная способность.....	196
3. Гуманитарные реалии XXI века и организация креативной среды	219
3.1. Человек эпохи постмодерна в глобальном мире: ценности и мотивации. Креативные профессии: элементы творческого об- раза жизни	219
3.2. Креатив как системный фактор экономики XXI века и но- вые параметры современного рынка труда.....	236
3.3. Инвестиции в креативность: опыт корпоративной полити- ки в управлении креативностью	252

3.4. Креатив как новый подход к пониманию культуры и культурные стратегии современного общества	281
3.5. Теория креативных городов и муниципальные функции организации креативной среды	296
3.6. Креативная личность: управление собственной креативностью	314
Заключение	369
Ответы на тестовые задания в контрольно-измерительных материалах.....	370

Введение

Что такое «креатив», отличается ли это понятие от привычного нам термина «творчество», можно ли говорить о креативной деятельности как о доступной практически каждому человеку, резонно ли считать современную экономику креативной, почему в одном городе живут креативные люди, а в другом нет, и от чего это зависит? Ответы на эти и многие другие вопросы студенты найдут в предлагаемом курсе «Теория и практика креативной деятельности». Ряд разделов работы посвящен методологическим проблемам, в том числе уточнению понятий «креатив» и «креативность» в контексте западных научных школ и отечественной научно-философской традиции, разведению понятий «креатив», «инновации» и «творчество», определению специфических характеристик художественного и научно-технического творчества. В этих разделах предусмотрено глубокое рассмотрение основных аналитических методов, используемых в креативной деятельности, а также собственно креативных методов конструирования и творения новых форм и идей.

Креатив в XXI веке становится интернациональной территорией прогресса, где бы эта территория ни находилась – в определенной ли сфере деятельности или профессии, в конкретной ли корпорации, в том или ином городе, на известной всему миру улице или даже в маленьком богемном кафе. Это во многом определило научно-практические разделы курса. В научном сообществе сложились определенные представления о том, какие условия способствуют стимулированию способностей человека к производству новых значимых форм. Речь идет прежде всего о психолого-педагогических подходах к формированию креативного мышления и методах обучения креативу. С этими вопросами не все просто в российской педагогике, так как диагностика, проведенная целым рядом отечественных ученых, показывает резкое падение уровня креативности школьников младших классов по сравнению с дошкольниками. Да и сама диагностика творческих способностей – тема чрезвычайно дискуссионная. Кроме того, параметры окружающей человека среды являются важнейшим фактором развития его креативных способностей, поэтому практически все западные научные школы обращаются к понятиям «креативная среда», «креативное место», «креативный город».

Определяющим фактором в ситуации общего возрастания роли личности в современном социально-экономическом пространстве является проблематика управления собственной креативностью. Способности создавать новые значимые культурные формы востребованы прежде всего в творческих профессиях. Особенности проявления креативности в среде художников и архитекторов, специалистов информационных технологий и инженеров-инноваторов рассматриваются в курсе в качестве познавательных образцов новационной деятельности. И в целом курс построен с учетом максимального привлечения обучающегося к креативным практикам (как в контексте интерактивного компонента каждого из занятий, так и в соответствии с объемной программой самостоятельной работы студентов), что позволит студентам не только пополнить свои знания о предмете курса, но и освоить конкретные образцы креативности и приобрести необходимые навыки креативной работы. В учебном пособии студентам предложены задания для самостоятельной работы по каждой теме (по прочитанным лекциям).

Пособие предназначено для изучения будущими специалистами в области профессиональной деятельности возможных форматов, развивающих способность человека создавать новые значимые формы и идеи, соответствующие социокультурно-компетентному обществу с высоким уровнем эффективности.

1. Креатив как научная проблема современного общества

1.1. Креатив как новая реалья современности

Трудно сегодня, интегрируясь в мировое гуманитарное знание, игнорировать, пожалуй, самый ходовой международный термин в области теорий человеческой деятельности – «креатив». Креатив обычно переводится на русский язык привычным для нас словом «творчество»: *create* – творить, создавать, вызывать (какое-либо чувство), производить (словарь В. Мюллера). Однако в последнее время все больше переводных монографий и работ российских авторов оставляют термин в оригинале. Так что же перед нами – модный западный синоним или новая реалья эпохи?

Многие из подходов к проблематике креативности уже получили на Западе статус научных школ. Достаточно назвать научно-исследовательское направление, возглавляемое Ричардом Флоридой в Университете Джоржа Мейсона в Вашингтоне (США), выдвинувшее теорию особой роли креативного класса в современной мировой экономике, или не менее известный проект «Креативный город» Чарльза Лэндри и его агентства (Великобритания), проводящих консультационные работы в сфере развития городов и максимизации культурных ресурсов в тридцати с лишним странах мира.

Вместе с тем в большинстве фундаментальных работ западные исследователи ограничиваются описательным принципом в определении понятия «креативность». Так, в своем предисловии к русскому изданию книги «Креативный город» Ч. Лэндри [9] уточняет: «Суть концепции креативного города заключается в том, что каждое поселение – в какой бы оно ни находилось стране и на каком континенте, – может вести свои дела с большей долей воображения, более творческим и новаторским способом». Описательное определение креативности, таким образом, не уточняет, включаются ли активное воображение, творческий потенциал и способность к инновациям в понятие как отдельные характеристики, или мы имеем дело с неким синонимическим рядом.

Жак Сегела также убежден: *createur* – тот, кто творит, кто не стоит на месте, готов пуститься в профессиональную авантюру. Более того, известный мэтр рекламного креатива видит в последнем значительную долю творческой мистики и полагает, что нет ничего менее креативного, чем пытаться объяснить сущность креатива.

Однако синонимический подход, по-видимому, достаточный для рамочного описания психологических методик и общих подходов к гуманитарному знанию, современных урбанических процессов и рекламных концептов, явно не устраивает целый ряд российских философов и психологов, занятых проблемами творчества, творческих способностей и русской духовно-творческой традиции.

Российская традиция рефлексии творчества – одна из самых разработанных в мировом гуманитарном знании. В ней можно считать так или иначе устоявшимся понимание творчества и как деятельности личности, и как созданных ею ценностей, которые из фактов ее персональной судьбы становятся фактами культуры. Такое понимание мы находим, в частности, у М. Г. Ярошевского. Для данной традиции важны и мера культурного вклада, и самооценность акта творчества, и его ценностно-духовная составляющая.

Со времен Пушкина осмысление духовно-мистической составляющей творчества в отечественной философской публицистике все отчетливее выявляло его русско-православную специфику. Оформление философии «русского космизма» и работы русских символистов начала XX века заложили рефлексивную основу понятия «русская духовность», на позициях которой и сегодня стоит немало отечественных исследователей. А. П. Лиферов и О. Е. Воронова полагают, что такие устойчивые черты нашего менталитета, как стремление к социальной справедливости, способность к бескорыстному подвижничеству и жертвенности во имя большой осознанной цели, приоритет духовных ценностей над материальными, коллективистская установка сознания, не разрушены. Нельзя не согласиться с их мнением о том, что есть в национальном самосознании «русская духовность».

Наиболее последовательно традиция «освященного» духовностью творчества в русской художественной и религиозно-философской мысли представлена в последних работах О. Генисаретского. Автор полагает, что она связана прежде всего с признанием святости в качестве самооценности культуры. Важно, что указанная традиция является не только данью истории русской философской

мысли. Творческие качества многие ученые справедливо считают составной частью менталитета россиян как их познавательного и поведенческого алгоритма. Современная прикладная психология констатирует, что по одному из показателей креативности – по оригинальности – российские дети даже превосходят американских [4]. Это означает, что пространственный и семантический интеллект у испытуемых был достаточно развит, чего не скажешь об интеллекте математическом: из всех типов и видов мышления выделена слабость логического вида мышления.

Если исходить из этого основания, то вполне закономерной представляется российская традиция считать творческое мышление сплавом внезапной догадки, инсайта, интуиции, итогом которых считается новая идея или изобретение. «Русский менталитет включает в себя волю, непосредственное созерцание, интуицию, бессознательное и другие иррациональные элементы умственной деятельности человека. В русской ментальности они, возможно, преобладают больше, чем, например, в менталитете немцев и французов. «Умом Россию не понять» – не случайный вывод поэта, а осознание того, что в миропонимании россиян на первый план часто выступают немислительные аспекты: инстинкты, интуиция, эмоции...» [11]. Учитывая, что в структуру интеллектуальной деятельности входят логическое мышление, интеллект, творчество и критическое мышление, то важным для осознания сущности различий в понятиях «креатив» и «творчество» является тот факт, что русская традиция рассматривает творчество, во-первых, как «природный акт» эмоционального характера, где эмоция выступает «потрясением души, порождающим мысль», во-вторых, как духовно-культурный вклад, в-третьих, как ценностный личностный и общественный феномен.

Из этой логики понятен и своего рода «крестовый поход» против понятия «креатив», предпринятый некоторыми российскими философами и публицистами. С. Шаргунов видит в креативе стремительно развивающуюся инфекцию пошлости, гуттаперчевую, прекрасно приспособливающуюся и оттого еще более опасную. В качестве признака креативности он определяет мелочность, бесстыжее выцепление отдельных деталей и др. Пафос этого утверждения связан с пониманием творчества как всего истинно настоящего. Критерием «истинно настоящего», в свою очередь, выступает способность испытывать боль, прежде всего боль от того, что смысл ускользает.

Получение прибыли, конкретной пользы, утилитаризм в российской философско-публицистической и художественной традиции не только не связаны с творчеством, но и противостоят его принципиальной нефункциональности, его духовной ценности как своего рода искушение. Разумеется, сам по себе утилитаризм двойствен по своей природе. С одной стороны, принцип пользы является важнейшим стимулом социального прогресса и одним из значимых элементов гуманизма. С другой – гипертрофия утилитаризма чревата деградацией общества, экономической стагнацией, дегуманизацией культуры. «Очевидно, что способность определить приемлемую меру утилитаризма в культуре, способность сформировать оптимальный вариант соотношения его компонентов является одним из важнейших условий выживания и развития общества. Не выдвигая в качестве эталона совершенства западную культуру, необходимо констатировать, что интеллектуальная традиция выявления меры утилитарности культуры сложилась здесь еще во времена античности и не прерывалась на протяжении более чем двух десятков веков. В России рефлексия утилитарной нравственности развивалась по пути абсолютизации крайностей. От уничтожающей критики утилитаризма российская общественная наука переходила к апологетике его максималистских и односторонних форм» [19].

Рубеж XX века ознаменовался целым рядом этико-философских учений, суть которых – «очередная прививка» нашей культуре против «мещанской бескрылости» (иными словами – уже даже против умеренного утилитаризма). Однако грозило российской культуре, как оказалось, другое – абсолютно не развитые индивидуализм и либеральность.

Менее двадцати лет назад мы вступили в эпоху, когда «быть может, впервые в истории России дух производительного капитализма рассматривается как позитивная ценность» [17]. Стоит ли удивляться актуальным этическим конфликтам в общественном сознании и той агрессивной охранительной тенденции, которая проявляется сегодня в отечественной философско-публицистической мысли? В полемическом задоре традиционалисты не очень-то различают гипертрофию утилитаризма и его разумные формы, не говоря уже о различении утилитаризма и прагматизма. Вместе с тем важно подчеркнуть, что именно прагматизм выдвигает в качестве главного морального ориентира развитие и реконструкцию опыта, распростра-

няя креативную стратегию на все этажи культуры, включая духовные ценности.

Рассмотрев основной аспект неприятия на российской культурной почве понятийного комплекса креатива и креативности, следует подчеркнуть и вторую причину неприятия, с ним связанную, – специфическую «всеядность», которую обнаруживает использование термина «креатив», никак не сочетающуюся с ценностным пафосом традиционного восприятия духовности. Анализируя «литературное» содержание интернет-сайта «Падонки.org» в контексте современных контркультурных явлений, Д. Евстигнеев замечает, что креатив в наполнении сайта – от автомобилей и политики до порно и «помойки» – отличается жизнелюбием и любопытством. «При желании «креатив» можно квалифицировать как литературу, но в основе творчества падонка все же не эстетский порыв, а мощная встряска, конвульсивное, чаще всего физиологическое переживание, повлекшее за собой словесный отчет» [5].

Детализация мира как способ креативного мышления и прикладной характер креативной деятельности – третий важный аспект неприятия данного понятия русской традицией, который, однако, – как и два первых – ничуть не смущает западных исследователей. Резкая отповедь части российской интеллектуальной элиты в адрес теорий креатива отражает в большей мере настроения, идущие от рефлексии культурной традиции. Что касается этико-культурных реалий сегодняшнего времени, то именно эти реалии нашей жизни в большей мере, чем все западные концепции, провоцируют и отмеченные нами «охранительные» тенденции, и соответствующий им публицистический пафос. Речь идет прежде всего о явлениях в молодежной среде. Исследуя идеалы рационалистического и этического типа, свойственные современному студенчеству, А. В. Соколов констатирует, что за последние 200 лет не было такого периода, чтобы молодая русская интеллигенция разочаровалась в литературных идеалах. Более 40 % молодых людей не желают повторить жизненный путь родителей – налицо явный разрыв поколений, превышающий нормальное непонимание «отцов и детей». Все высказывания респондентов можно описать двумя идеальными образами – интеллигент (50 %) и интеллектуал (46 %). Характерен и определенный студентами ранжированный перечень важнейших личностных качеств, главные из которых: стремление к совершенству, умение отстаивать свои убеждения, владение специальностью, высокая общая

культура, творческий потенциал, критичность и самостоятельность мышления.

Новое поколение молодежи отражает в себе основные тенденции современной эпохи, которую философы характеризуют как завершающую стадию постмодернизма – «фазу старения и умирания культуры как переход от живой «культуры» к мертвой «цивилизации» [3]. Будучи культурной логикой «позднего модернизма», постмодерн привнес в социодинамику культуры анархическую вседозволенность, конструктивизм игры со старыми культурными ценностями, гиперреальность как иллюзию, более достоверную, чем реальность, «расчеловечивание» современной культуры, пугающее взрывом антигуманизма. В человеке, помимо доброго и разумного, есть зло, хаос и разрушительное начало. В понимании этого, бесспорно, есть рациональное зерно. Как полагает Г. Л. Тульчинский, этот период плодотворен для понимания человека; полезно и свержение его с пьедестала антропоцентризма и окончание антропоцентристской гуманитарной науки.

Постмодернизм снова поставил вопрос о сохранении человеческого – теперь уже в информационном и гипертехническом мире, когда человек с помощью техники выходит за границы своего биологического вида. Если это и не смерть человека, то постоянное появление «иного», «другого». Это то, что Ж. Делез, вслед за Ницше, определял как сущность становления человека, утверждая превосходство различия над тождеством, движения над покоем, случая над законом. Бесспорной заслугой постмодернизма стали осознание необходимости саморазвития и самоисцеления, ценность «другого», отличного. Характеризуя возникшую в информационном обществе и постмодернистской культуре постнеклассическую рациональность, ученые подчеркивают ее культурологическую основу, а в качестве интеллектуального стиля называют прежде всего культурную аналитику. Отличительной чертой постнеклассической рациональности выступает прагматизм как допустимость выбора философии и методологии в зависимости от задач исследования и личных предпочтений исследователя, а еще такие ее качества, как открытость новому опыту, междисциплинарность, толерантность, сверхрефлексивность.

В соответствии с девальвацией антропоцентристского принципа обнаруживается и тенденция к программной систематизации инновационных процессов и знаниевых форм, что приводит к своео-

бразной «деперсонализации», правда, пока еще только в научной области. Речь идет о процессе создания новых знаний и их широкого общественного признания. Коллективное признание гуманитарных знаний неизбежно в силу социальной природы последних, но осуществляется сегодня в разнообразных формах, обнаруживающих тенденцию к множественности. «Методичный и продуктивный ученый; вдохновенный исследователь-одиночка, бросающий вызов общепринятым канонам; последователь школы, основанный на авторитете мэтра и хранящий научные традиции, – это не просто многочисленные персонажи или сценические характеры. Их пестрота отражает множественность стилей знания» [16]. Подробное соотнесение стилей творчества и общезначимых принципов, к которым люди апеллируют при критике злоупотреблений властью и поиске согласия в публичном пространстве, позволило Л. Тевено обосновать новую теорию производства знаний в современном обществе: от пестрой галереи персонажей-творцов он перешел к анализу креативных конфигураций.

Креативность, по Р. Флориде [18], не равна интеллекту: это способность к синтезу, игра по созданию новых пригодных комбинаций, игра, которой предшествует анализ данных, концепций, фактов, игра, разбивающая существующие стереотипы, а потому носящая заведомо «подрывной» социокультурный характер. Креативная деятельность чаще всего нацелена на решение конкретных прагматических задач: креаторов почти всегда просто привлекают к их решению. Поэтому в креативе как деятельности важнейшую роль играют аналитические техники и действия наряду с самим актом конструкторского синтеза или творения. Различение феноменов конструирования и творения может быть еще одним аргументом в понятийной идентификации креатива и творчества. Там, где инновация предстает в виде новых связей и реконструкций, речь может идти о конструировании (изобретении) как новом сочетании уже известных и освященных культурной традицией элементов. Высшей же степенью по показателю новизны выступает собственно творчество.

Развитие мира, в котором мы сегодня живем, осуществляется постоянным обновлением информационных средств и креативного информационного продукта. Механизмы создания и распространения информации сегодня становятся приоритетным инструментом социального управления. В таком мире «полностью обучиться» просто невозможно: с необходимостью обучение и освоение опыта

других приобретает характер постоянного процесса – процесса выживания. Опыт становится постепенно образом жизни: личность вынуждена быть активной, перейти от роли зрителя к роли участника тех или иных социокультурных форм, большинство которых связано с феноменами «интересного» и «экстремального». Одной из таких форм выступает и современный отдых, который также обнаруживает стремление стать чередой различных опытов.

Естественно, что в ситуации таких, прежде всего культурных, изменений эпохи постмодернистского хаоса появляются люди, соответствующие уровню информационного развития общества, креативные, способные к выработке альтернативных программ. Из статуса маргиналов, сознательных борцов с устаревшими догмами, они постепенно переходят в иной статус. Этот статус Р. Флорида называет «креативным классом», подчеркивая при этом, что сами творческие люди, его формирующие, не готовы пока – в силу именно своего индивидуализма как одной из характеристик креативности – идентифицировать себя как класс. При этом креативность мыслится как обычные, общие для всех способности, которые можно развить опытом и компетентностью.

Ч. Лэндри [9] специально подчеркивает прикладной характер интеллектуальных процессов в креативной деятельности, в частности, воображения: «Чем больше я занимался проблемами креативности, тем сложнее выглядела концепция. По сути, речь шла о некоей многогранной изобретательности, способности оценивать ситуацию и находить решение трудных, необычных задач или выходы из неожиданных ситуаций. Креативность представляла как процесс выявления скрытых возможностей и творческого использования их потенциала, как прикладное воображение, опирающееся на интеллект, изобретательность и учение». Ж. Сегела определяет понятие «креатив» как соединение свободы и рационализма.

Справедливости ради уточним, что немало современных российских исследователей не обсуждают с критической точки зрения данный терминологический «перекресток». Отмечая российскую традицию понимания творчества как спонтанного, свободного от прагматики процесса, А. Двоскин считает, что креатив отличается от творчества именно изначально поставленной целью, сформулированными задачами и детально разработанной технологией достижения эффективного результата. Пожалуй, эта точка зрения даже претендует на своего рода научное течение в отечественной философско-психологической науке. «Творчество теперь уже не яв-

ляется специальностью людей искусства, быть творцом жизненно необходимо менеджеру, программисту, маркетологу, тренеру, торговому представителю. Все чаще работодатели указывают такое требование к кандидату, как творческий подход, креативность. Креативность стала залогом успешной деятельности в нашем стремительно меняющемся мире» [10].

Совершенно очевидно, что и творчество, и креатив как деятельность относятся к инновационной сфере. Определяя их общий контекст в своей статье «Творчество и креативность как элементы инновационного процесса», П. Попов видит различия в том, что творчество порождает нечто качественно новое, неповторимое и уникальное с общественно-исторической точки зрения, в то время как креативность выступает технологической компонентой творчества. Она связана с процессами порождения, творения, открытия, декодирования и оформления новых компонентов реальности.

Интерактивный компонент: студентам предлагается в выданной заранее распечатке с изображением плакатов определить, что именно рекламируется и какие креативные идеи они могут вычленить в своем описании данного креативного продукта рекламы (плакат). На выполнение задания дается пять минут, заполненные распечатки собирает лектор.

Если творчество всегда предполагает творца как субъекта творческой деятельности, то креатив может быть осуществлен любым новатором – личностью, сообществом, организацией. Анализ типологии инновационных процессов, вырастающих из конфликтов между целями и реальностью и необходимостью преобразования последней, показывает: творческий акт, хотя и информационно связанный с внешней средой, на уровне деятельности может протекать в рамках взаимодействия творца с обществом или находиться только в индивидуальной сфере творца; креативность же, как правило, реализуется в социально-культурной сфере сообщества. Точно так же творческий продукт в его уникальности может потребляться обществом, однако его потребителем может выступать и сам творец. Креативная инновация, как правило, «вживается» в массив культуры через отбор, модификацию и интеграцию. Достигая стадии интеграции, инновация перестает быть таковой – она превращается в традиционное для данной культуры явление.

В целом разделяя изложенные основания различения творчества и креатива, остановимся на некоторых их дефицитах. На наш взгляд,

«технологического критерия», так же как и критерия целеполагания, явно недостаточно, чтобы произвести качественную идентификацию указанных понятий. Не случайно большинство ученых ссылаются на их общий инновационный контекст. Поэтому полагаем более перспективным считать креативность как способность к инновациям понятием более широким, чем такая мера творческих способностей, как талант. Последний выступает тогда частным и наиболее ярким случаем креативности.

Известно, что способность к инновациям резко сокращается у младших школьников по сравнению с детьми дошкольного возраста, еще более снижается она к зрелому возрасту. Большинство людей обычно думают, что творчество – это врожденная способность. К тому времени, когда выпускники заканчивают школу, большинство из них запрограммировано на следование правилам: в мировой практике превалируют конформистские программы, в России их доминирование абсолютно. Поэтому возникает проблема: каким образом должны быть организованы обучающие процессы и сама среда, чтобы увеличить уровень креативности, имеющей множество ступеней и базирующейся на опыте. Именно эти аспекты разрабатывают Р. Флорида, Ч. Лэндри и другие зарубежные исследователи.

И не случайно. Развитие креативных способностей нации в целом – а не только отдельных ярких представителей ее культуры – становится в современную эпоху жизненно важным для ее выживания и развития. С позиций понимания того, что креатив – это не только творчество, но еще и очень развитая аналитическая деятельность (и даже, в первую очередь, именно анализ заданной проблемы и задачи) и многое другое, прислушаемся к мнению М. Махмутова, который, анализируя проблемы российской педагогики, справедливо подчеркивает одну из самых фатальных: «Критическое мышление является неотъемлемым компонентом творческого и латерального и не существует вне связи с ним. Серьезной причиной отставания интеллектуального развития россиян от американцев является то, что в системе образования специальными педагогическими средствами не развивается критическое мышление. Оно развивается стихийно, под влиянием социума и по логике учебного процесса. Однако для активного мыслительного процесса этого недостаточно. Его отсутствие в теории и практике педагогики – отрицательное явление. Можно победить на международной олимпиаде по математике, если из миллионов детей отобрать 5–10 одаренных от природы, прошед-

ших через руки талантливого учителя. Но сегодня судьбу страны решает массовое умение решать проблемы, высокий уровень образованности должен иметь весь народ» [11].

Доминантные процессы, происходящие в современном социуме, затрагивают сегодня все его структурные векторы. Резко увеличивается социальное пространство, доступное для активной коммуникации и действий человека. Динамика общественных процессов сегодня такова, что временной вектор по интенсивности влияния на индивида может быть оценен как зона риска, требующая от каждого из нас постоянной оптимизации когнитивной, коммуникативной и деятельностной сфер. В России только еще формируется новая целостность национальных и территориальных социально-культурных систем, ее ценностные нормативы. Это также усложняет механизм социализации личности. «Феномен современности заключен в существовании разрыва между уровнем требований к личностной компетенции индивида, предъявляемых малыми социумами, и уровнем требований, предъявляемых новой глобальной социальной системой. Проблема состоит в том, что в настоящее время уровень социокультурной компетентности большинства индивидов, будучи достаточным для малых социумов традиционной эпохи, одновременно крайне низок для функционирования в системе формирующегося глобального сообщества. Следствием такого положения является синтез высокой управляемости и низкой эффективности (и не только личностной) представителей этих социальных групп» [14].

Вместе с тем возникающие высокоэффективные компетентные сообщества, численность которых в последнее время резко возрастает – сказывается «естественный заказ» на креативную деятельность, – как правило, не подвержены социальному управлению. В мире уже начался процесс трансформации социального управления, поскольку выявлена неадекватность традиционных властных структур, способных управлять исключительно социокультурно некомпетентным обществом с низким уровнем эффективности, нашему времени с его разрушением гомеостатических нормативных социокультурных систем.

Задания для самостоятельной работы студентов

Виды самостоятельной работы: 1) проработка конспекта лекции; 2) работа с интернет-энциклопедиями, информационный портрет базовых понятий.

1) Проработка конспекта лекции

Студент должен проработать конспект лекции, осмыслить ее содержание и освоить основные выводы. Самостоятельно оценить эффективность данного вида работы студенту помогут ответы на следующие вопросы:

1. Дайте определение понятий «креатив», «творчество», «инновации».
2. В чем суть российской традиции рефлексии творчества?
3. Перечислите показатели креативности человеческой деятельности.
4. Назовите показатели креативности, по которым российские школьники лидируют в мире и по которым отстают.
5. Какие черты эпохи постмодерна находят свое отражение в современной креативной деятельности?
6. Каково отношение к утилитаризму в российской культурной традиции?
7. Перечислите способы креативного мышления в начале XXI века.
8. В чем особенности идеалов рационального и этического типа у современной молодежи?
9. В чем суть теории Лорана Тевено, касающейся производства знаний в современную эпоху?
10. Чем различаются понятия «креативность» и «интеллект»?
11. Какова роль аналитических техник в креативной деятельности?
12. В чем суть концепции опыта как образа жизни?
13. Каковы особенности «креативного класса» (по Р. Флориде) как антикласса?
14. Каково соотношение свободы творчества и рационализма целей и задач в креативной деятельности?
15. В чем различие креатива и творчества с точки зрения субъекта деятельности, типологии инновационного процесса, а также потребления продукта обществом?
16. В чем состоит роль критического мышления в креативной деятельности?

2) *Работа с интернет-энциклопедиями: информационный портрет базовых понятий*

В соответствии с рекомендациями преподавателя, читающего лекции, студент должен проработать с помощью интернет-ресурса следующие базовые понятия:

- креатив;
- креативность;
- креативная деятельность;
- креативный класс;
- творчество;
- творец;
- инновация;
- инновационное предприятие;
- инновационная экономика;
- инсайт;
- интуиция;
- анализ;
- рационализм;
- иррационализм;
- интеллект;
- постмодерн.

Для исследования объема и содержания предложенных для самостоятельного освоения понятий используется Википедия – свободная интернет-энциклопедия (<http://ru.wikipedia.org/>).

Библиографический список

1. Балановская, Л. А. Креалогия: теория творческой деятельности / Л. А. Балановская. – Балашов, 2005.
2. Генисаретский, О. И. Духовно-творческая традиция в русской культуре / О. И. Генисаретский // Культура и будущее России. Череповецкие чтения. – М., 1992.
3. Головина, Л. И. Постмодернизм и проблема человека / Л. И. Головина // Философия образования. – 2006. – № 2.
4. Дружинин, В. П. Развитие и диагностика интеллектуальных способностей / В. П. Дружинин // Прикладная психология. – 1999. – №3.
5. Евстигнеев, Д. Подоночной души порывы. «Контркультурные» отличаются активностью и жизнелюбием / Д. Евстигнеев // NG. Ex libris. – 2004. – № 032. – Р. 6.
6. Иоас, Х. Креативность действия / автор. пер. с нем. – СПб. : Алтейя, 2005.
7. Карлова, О. А. Миф разумный : монография / О. А. Карлова – Красноярск, 2001. – 208 с.
8. Кук, П. Креатив приносит деньги : пер. с англ. / П. Кук. – Минск, 2007. – 384 с.

9. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри. – М., 2006.
10. Матвеев, А. Креативность: мысли вслух / А. Матвеев // ТОП. – № 2. – 2004.
11. Махмутов, М. И. Интеллектуальный потенциал россиян: причины ослабления / М. И. Махмутов // Pedagogika. – 2001. – № 010. – pp. 91–100. – С. 95.
12. Нельке, М. Техники креативности / М. Нельке ; пер. с нем. М. Э. Реш. – М. : Омега-Л, 2006.
13. Пискотина, Р. Креативное мышление в бизнесе / Р. Пискотина // Альпина Бизнес Букс. – М., 2006.
14. Попов, П. В. Творчество и креативность как элементы инновационного процесса [Электронный ресурс] / П. В. Попов // Теория креакратии. – Режим доступа : www.kreakratia.ru
15. Роу, А. Дж. Креативное мышление (Как добиться успеха в новом веке) / А. Дж. Роу. – М., 2007.
16. Тевено, Л. Креативные конфигурации в гуманитарных науках и конфигурации социальной общности / Л. Тевено // Novoe literaturnoe obozrenie. – 2006 – 02. – № 001. – С. 285–313.
17. Федотова, В. Г. Когда нет протестантской этики / В. Г. Федотова // Вопросы философии. – 2001. – № 10.
18. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М., 2007.
19. Яркова, Е. Н. Утилитаризм как тип нравственности: опыт концептуальной реконструкции / Е. Н. Яркова // Voprosy filosofii. – 2005. – № 008. – С. 53–65.
20. Википедия – свободная интернет-энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/>

1.2. Язык смыслообразования: слово, метафора, наглядный образ. Объект-модель формирования социальных смыслов: архетипы, мифологемы, этносоциальные мифологии

Миф – ложь, имеющая сверхзначимый характер для человека. Эта сверхзначимость описывается словом «смысл». Это смыслонесущая реальность человека, и оттого неизмеримо более сильна, чем реальность как таковая. Смысл чаще всего понимается как значение,

20

хотя, начиная с Г. Фреге, существует тенденция к разведению этих понятий. В нашем понимании они характеризуют разную направленность: значение направлено «вовне», социально, связано с опредмечиванием. Смысл направлен «внутри», он индивидуален и проявляется в процессе распредмечивания. На сегодняшний день уже очевидна социальная природа значения.

Мы трактуем смысл широко, как интегральную систему обоих векторов, поэтому он фигурирует и в объект-модели, и в субъект-модели мифа, обнаруживая при этом близость трактовки или к значению, или к собственно смыслу. Смысл является прежде всего в диалоге (как процессе, направленном на распредмечивание) и выступает результатом взаимодействия вопроса и ответа. Исследуя диалогизм мышления, понятие «своего» и «чужого» сознания, М. М. Бахтин утверждал важность «ответного» содержания смысла, ведь то, что ни на что не отвечает, представляется бессмысленным.

Этот взгляд на смысл с точки зрения процессуальности диалога позволяет вычленить такой критерий объективности смысла, как его надопытность. Смысл является не столько адекватным отображением мира, сколько адекватным выражением коллективного опыта той или иной культуры. Смысловые ориентиры в культуре передаются через социум, через взаимодействие с другими людьми. Сам поиск смысла есть в своем роде величайший миф, и его рациональная явленность несколько не умаляет его мифологического значения.

Что касается смыслового центра культуры, ее личностной кульминации – то это поиск смысла человеческой жизни, в ходе которого индивид пытается умозрительно постичь целостность всех проявлений человеческой души, своей или другого индивида. В этой ипостаси смысл становится не просто единичным значением, но и системообразующим началом, которое обеспечивает единую внутреннюю связь всех значений данной системы.

Понятый таким образом смысл есть, безусловно, виртуальное значение, сверхчувственная сущность, которой присуща потенциальная возможность реализации. Но это та виртуальность, без которой реальное существование человека как субъекта культуры, а не просто природного существа, невозможно. Важнейшее условие здесь – «вплетенность» в структуру личностных переживаний. Последние, характеризующие субъективную сторону мифа, его индивидуальную укорененность, выступают критерием своего рода истинности данного мифа для данного субъекта. Миф актуален для

индивидуума тогда, когда он находит в мифе ответ хотя бы на один свой смысложизненный вопрос.

В мифомире реализуется желание достижения абсолютной стабильности бытия, вечности. Миф выступает как основа победы над смертью, «религиозная основа жизни» (Т. Манн) и в то же время как культурный стандарт мышления. Точнее, как единство стандартов, эталонов, норм, правил и ценностных установок, транслируемых из поколения в поколение, зафиксированных в языке социума и осуществляющих функцию адаптации в социоприродной среде обитания.

Понятый таким образом рационализм мифа определяет мифологическое происхождение любого предмета, его особое смысловое право на жизнь. Миф в том виде, в каком он существует в обществе дикарей, то есть в своей живой примитивной форме, является не просто пересказываемой историей, а переживаемой реальностью. Это не вымысел, как, к примеру, то, что мы читаем сегодня в романах, это – живая реальность, которая, как верят туземцы, возникла и существовала в первобытные времена и с тех пор продолжает оказывать свое воздействие на мир и человеческие судьбы.

Вопрос о смысле человеческой жизни и смысле всего сущего – предельная смыслонесущая рамка человеческого существования и мышления о нем. Э. Г. Юдин, анализируя феномен предельных понятий, определяет среди важнейших объяснительных гипотез гипотезу Бога и гипотезу Природы как предельные смыслонесущие конструкции любой культуры. Таким образом, смысл существования мира и смысл бытия человека в нем суть универсальное содержание культурных мифов.

В соответствии с юнговской интерпретацией, некоторые исследователи считают мифы архетипами социального познания. Их столько же, сколько типов жизненных ситуаций. Архетип здесь выступает кодом правильного понимания мифа. Забывание архетипа за частными типами ведет к потере единой мифологической памяти. Важно, что в мифе осуществляется связь личного опыта с коллективным опытом. Объективность информации определяется не только ее «коллективными формами хранения». Даже внутри личного сознания человека мифологическая информация хранится по объективным законам – то есть она объективирована и архетипизирована. В общем во всех смыслах миф – это эффективное и древнее средство против одиночества индивидуума.

Идеал есть также предельная рамка смысла как для социума, так и для отдельного человека. В нем выражается масштаб образа жизни индивидуума и общества, основополагающие экзистенциальные смыслы, оправдывающие их существование, иерархия ценности вещей, определение мотивации поступков. Разрушение мифа культуры означает потерю предельного смысла существования для его носителя и потому является подлинной человеческой трагедией. Для России рубежа третьего тысячелетия это оказалось трагедией социума в целом. Проблема смыслоутраты, утраты идеалов общества сказалась на всех уровнях структуры социума, выразилась в потере даже самых первичных моральных ориентиров.

Вопрос о смысле существования – как человека, так и социума – онтологичен, в нем – корни главных социальных и личностных драм эпохи. Самоубийство имеет, как правило, один диагноз – жизнь потеряла смысл. Единственный рецепт – миф, вновь дарующий ей этот смысл как оправдание существования. «Возделывание» идеалов означает сохранение и воспроизводство традиций, архетипов, норм и смыслов, всего того, что составляет содержание культуры в синтезе его духовной и материальной составляющих. Культурная деятельность – это воспроизводство человека социального, той «второй природы», которая противостоит его естественному природному бытию.

Человек, рождаясь и воспитываясь в определенной культурной традиции, наследует ее знаки, смыслы, идеалы. Культурные смыслы выступают в контексте мифа в связанной символически-образной форме, подобно тому, как А. С. Пушкин определял рождение стихов, «которые почему-то выходят из головы сразу одетые в четырехстопные ямбы...». Миф как метаобраз реальности включает в себя систему объективных эталонов, закрепленную в культурной традиции и отражающую семантику данной культуры. В этом своем качестве миф обобщает картину мироустройства, фиксирует связи и зависимости с точки зрения смыслов данной культуры.

В каждом предмете и явлении мира заключена бесконечность культурных возможностей и многообразие свойств – разумеется, в пределах человеческой культуры как таковой. Эту самую бесконечную возможность подчеркивает и фетишизирует мифологическое мышление опять же как таковое (хотя каждый конкретный миф содержит – и даже сакрализует – свою версию культурных возможностей, а следовательно, и креативной деятельности – деятельности

по производству новых социально значимых форм). Это отмечает и А. Ф. Лосев, формулируя закон «всеобщего оборотничества» мифа. Яркая выраженность в мифе этого качества не иллюзорное состояние «дологического» древнего сознания, а модель культурной действительности в снятом виде и проект ее будущего, создаваемого человеческой деятельностью.

Подчеркивая всевозможность мира, миф помогает человеку справиться с его страхом перед ней. Идеалы, традиции, нормы, способы мышления и действия суть ориентиры, освященные человеческим опытом («раньше-то не глупее люди были»), которые предоставляют индивидууму необходимую опору в его существовании. Мифология – своеобразный способ социально-психологической компенсации. Этот ее аспект особенно актуализируется в эпохи кризисов, войн, когда мифология осуществляет свою компенсаторную функцию на всех уровнях общественного сознания – от этносоциальных идей до коллективной интуиции, – смягчая удары реформ, дискриминации, любых иных враждебных человеку процессов.

Смысл предмета раскрывается в границах определенной культуры. Вопрос о значении предмета и явления встает особенно остро, когда современное мышление сталкивается с неизвестными ему реалиями древних культур. Как правило, удается составить относительно репрезентативные гипотезы об их применении в производственной деятельности человека той эпохи, но проникнуть в «культурную тайну» этих предметов, в их мифологическое предназначение невозможно. Вещи с утерянными культурными кодами в определенном смысле навсегда выпали из контекста данной культуры. Дефиниция культурного кода очень часто оказывается главной задачей современной креативной деятельности.

Очень часто, создавая новое качество, мы имеем дело именно с формированием нового кода восприятия реальности, то есть с созданием мифа. Суть мифа не в установлении общей истины, а именно в культурной демаркации, манифестации культурного своеобразия. Культура всегда предполагает факт другой культуры, другого понимания. Она просто не может быть одна, она множественна, наличие границ между культурами имеет принципиальный характер, различающий их семантику. Точно так же, как любая реальная культура – вместилище множества индивидуальных восприятий, человеческая культура – вместилище множества культур.

Благодаря своему специфическому рационализму мифология включает в мифологическое знание своей культуры самую различную информацию о других культурах. По отношению к этой информации, так или иначе характеризующей «иной миф», рассматриваемая нами мифология может быть безразлична, она может также выдвигать и вполне рациональные аргументы. Фактически мифология – как древняя, так и новая, – будучи вместилищем самых различных смыслов, и есть основное поле современного креатива.

Важно то, что любая мифология стоит на страже собственных смыслов. Можно сказать, что она не терпит именно диалога смыслов. В этом ее категорическая субъективность по отношению к другим мифологиям и монолизму. Внутри культуры человек не просто усваивает смысловые культурные ориентиры, но и, как было уже отмечено, находится в состоянии индивидуально-личностного диалога с ними. Этот диалог в контактной зоне субъект-объектных отношений рождает новое качество – объективный миф данной культуры (объект-модель мифа), укорененный в индивидуальном сознании (субъект-модель мифа).

Являясь специфической формой передачи информации, миф в коммуникации может быть рассмотрен, прежде всего, как текст-сообщение. Простейшая схема коммуникационного диалога показывает, как определенным образом отобранные и преобразованные элементы текста-сообщения с помощью объект-языка мифа кодируются и посредством того или иного информационного канала передают воспринимающему субъекту систему сигналов сообщения. Восприятие субъекта активно, он декодирует текст, используя субъект-язык, лично интерпретируя знаки текста. Это «прочитанное» мифологическое сообщение никогда не тождественно передаваемому. Тождественности препятствуют информационные «шумы» самого разного свойства, главным из которых является нетождественность объект-языка и субъект-языка.

В процессе коммуникации «текст вообще» становится «текстом для себя» через обретение смысла для индивидуума. Смысл является прежде всего в диалоге как процессе, направленном на распределение.

Рассмотренная формула принципиальной совместимости объект-языка мифа и субъект-языка индивида в пределах одного мифомира принципиально «не работает» в отношении парадигмы «объект-язык данного мифа – субъект-язык индивида-носителя другого мифа».

Язык (начиная с естественного национального языка) существует в разных ипостасях: не только как средство открытости, но и как средство закрытости от других. Он служит еще и средством отгораживания от внешнего мира, замыкания культуры в себе, и в этом смысле – способом ее самосохранения. Это избранный культурой способ быть непроницаемой для чужого взгляда. Впрочем, язык – не только препятствие к внешней коммуникации. Отличие человеческого языка от языка животных, носящего сигнальный характер, очевидно. Здесь таится еще одно (уже собственно языковое) качество, усугубляющее различие между «объект-языком» мифа и «субъект-языком» индивида в их вербальной ипостаси. Язык умножает смыслы – и тем самым препятствует коммуникации внутренней, главное достоинство которой – однозначность сигнала. Слово в языке выступает как способ игры с миром, эксплуатируя свою многоуровневость и многомерность, сообщая ее и соответствующему мифомиру.

Язык в национальной культуре является первичной знаковой системой, основным естественным мифологическим «экраном», через который сознание воспринимает мир. Люди разных языков находят общие мысли. Но мысль, усвоенная при помощи чужого языка, становится по-настоящему своей, когда она может быть выражена на собственном языке. При этом язык вовсе не остается безразличным к мысли. Он сам совершенствуется, чтобы стать вровень с мыслью, ему еще не знакомой, и совершенствуется или, во всяком случае (преимущественно на первых стадиях), приравнивает к местным условиям извне пришедшую мысль.

Известно, что в языке эйзе есть тридцать три слова для выражения различных способов ходьбы. Арабский насчитывает пять тысяч семьсот названий верблюда. Есть свидетельства одного из ранних переводов пьес Шекспира на китайский язык. Попытка осуществить вариант перевода чужого текста в свою систему понятий дала названия в духе национального мифа: «Как, совершая великую месть, Хань Лид убил дядю» («Гамлет»), «Би Чу Ли умирят злобную женщину» («Укрощение строптивой»), «Как безумно ревнивый Лиань Де убил свою жену» («Отелло»).

Кстати, иероглифическая основа языка Китая и Японии, определяющая художественную словесность, делает чрезвычайно проблематичным перевод этой поэзии на европейские языки. Скажем, даже на богатый возможностями русский язык текст японской танки или хокку часто переводят рифмованным стихом, хотя японская поэзия

не знает рифмы как поэтического знака. Принятый в последнее время в европейской поэзии перевод верлибром игнорирует четкий ритмический рисунок японского стиха, подчиняющегося древним нормам. Отсюда анахронизм – временное смещение, касающееся стадияльной зрелости японской литературы. Исследователи-японисты утверждают, что существенную сложность представляет и перевод ряда грамматических форм: в силу того, что в японском языке отсутствует категория рода, а японские стихотворцы предпочитали не употреблять личных местоимений, трудно даже предположить, о ком – мужчине или женщине – повествует приведенная ниже танка.

Любить...

Хоть нет тебя (меня, ее, его)

Днем нахожу (находишь, находят) утешенье.

Ночью грустно

Одному (одной) в постели.

«Собирание смыслов» в иероглифе как «первокирпичике» языка словно бы закодировало и собирательный смысл голоса поэта. Духовная жизнь человека в японской культуре с древности сводилась к нескольким высококанонизированным, общезначимым мотивам. Один из них – идентификация с национальной поэтической традицией. В ней стирается грань между личным и неличным. Поэт есть символ иного, его «я» элиминировано, оно может быть заменено любым другим из его социального окружения. Все идет от мифологической традиции: если жрец – вместилище божественных слов, то поэт – вместилище слов людей.

Традиция составила основу японской поэзии, настолько тяготеющей к использованию готовых образов и сравнений, устойчивых в употреблении слов и фигур, что само понятие плагиата в ней – абсурд. При этом стихи чрезвычайно насыщены национально-культурной и географической символикой. Известный пейзаж, конкретное название горы или реки в танке – не просто название, но общезначимый в культуре образ.

У сливовых цветов все тот же аромат –

Как будто их коснулся твой рукав,

Совсем как та весна...

У месяца б узнать:

Быть может, прежняя весна вернулась вновь?

Японец прочитывает между строк этой танки массу недоступной нам информации. Ему хорошо известно, что рукава женской

одежды с их глубокими внутренними карманами наполняли лепестками, аромат которых они впитывали. Поэтому цветы сливы вызывали в воображении возлюбленного воспоминание о рукаве любимой. Кроме того, зная о постоянной символике рукава, который в старину стелили перед разлукой в изголовье возлюбленному, сведущий читатель чутко различает и мотив разлуки.

В этом же пятистишии зашифрована культурная информация о том, что события происходят осенью: «месяц», «луна» – осенние «сезонные» слова. Разлука и осень – частая поэтическая ассоциация в японской поэзии. Кажется, что танка хранит лишь память о весне («совсем как та весна», «быть может, прежняя весна вернулась вновь?»). Но это не так – весна любви продолжается здесь и сейчас, даже в осеннюю пору – об этом опять же свидетельствуют «цветы сливы», не изменившие своего аромата вопреки циклическому времени. Это словосочетание, как и слова «соловей», «паутинка», «бабочка», «жаворонок», относится к стандарту весенних «сезонных» слов. Так на пересечении смыслов японского национального мифа, скрытых от мифа иного, выявляется поэтическая идея танки.

Около трех тысяч «сезонных слов» говорят японскому читателю о циклическом времени, которое чрезвычайно важно в восточной поэзии: она вся – калейдоскоп времен года и созвучных с их сменой состояний природы и человека. В обряде древней цивилизации, которую исследователи нередко называют «молчаливой цивилизацией», среди обилия жестов и манипуляций с предметами у слова роль также особая, иная, чем в практике современного человека. Слово в ритуальном аспекте имени сакрально. Это доказывает такой распространённый факт, как речевые табу. Именно они, связанные с особой верой в силу слова, породили феномен редкого лаконизма и аллегоризма восточной поэзии, которая вся – сдержанность чувств и мысли, намек, подтекст.

Слово как мифология предмета или явления включает в себя мифологический смысл наряду с формальной оболочкой слова, с одной стороны, и также антиномно бытования слова в контексте языка и в контексте речи – с другой. Слово в речи, к примеру, обретает смыслы, которых не имеет в словаре. На этом, кстати, основан механизм остроты, которая вызывает эстетическое наслаждение именно как неожиданный результат замены привычного значения слова. Слово, как всякий миф, имеет двуединую сущность – формальную сторону, то есть некоторое материальное выражение, и определенное значе-

ние в языке и смысл – в речи. В нем есть морфограмматическая и фонетическая структура, с одной стороны, и историко-культурное содержание – с другой. Знаковость слова, иначе говоря, замещение им реального объекта или состояния, вырастает именно из нетождественности содержания и выражения.

Интерактивный компонент: В раздаточном материале, имеющемся у студента, изложен некий афоризм юмористического характера – «острота». Обучающемуся предлагается сформулировать, откуда возникает эффект комического, описать механизм остроты как отношение (чего к чему?). Цель: модель остроты доступно показывает «оборотничество» смыслов слова, соотношение материальной оболочки и смысла, зависимость смысла слова от смыслового контекста. На выполнение задания дается до пяти минут, заполненные студентами распечатки собирает лектор.

Занимаясь исследованием содержания, отечественные ученые недавно вновь обратили внимание на материальную оболочку слова и стали выявлять тех смыслов, которые она в себе несет. Знакомство с новыми разработками пермской школы по суггестивной фонетике, то есть изучению звуковых комплексов с точки зрения силы внушения и качества восприятия, подтверждает объективность звуковых ассоциаций и результатов фонетического воздействия у представителей определенной языковой группы. Кстати, одним из основных материалов в начале исследования послужил санскрит – древнеиндийский язык молитв и поэзии.

Мифологически характерны, с точки зрения этимологии, даже термины, обозначающие строгие научные понятия. Этимология избранного в качестве термина слова специфически определяет смысловое поле понятия. Так, европейцы ведут родословную философского термина «материя» от латинского слова, означающего «лес», «дерево», а, например, в индийской философии этот термин происходит от слова «поле». Миф не воспроизводит предмет, а дает ему имя. Особым знаком библейского мифа является сакральный знак Адама, которому выпала демиургическая задача – назвать окружающие предметы и явления, дать им свои имена, тем самым присвоив их себе, став их хозяином, наделив мир чертами своей собственной субъективности. Присвоение имен как присвоение мира есть первая акция культуры.

Таким образом, уже в самом имени предмета, выраженном на национальном языке, заложен смысл, имя предмета корректно рас-

смагивать как мифоимя, то есть как миф о предмете. В нем действительно присутствует «тайное знание» о первопричине имени, которые филологи успешно находят, например, в табу. Так, свое второе имя «медведь» (тот, кто ест мед), хозяин русского леса и тотем охотничьих племен, получил, по мнению специалистов, взамен первого, табуированного.

Мифометафора выступает следующим уровнем организации смысла в мифе. Метафора (от греч. «переносу») определяется, в частности С. Никитиным, как троп, сущность которого – в замещении слова, употребленного в прямом значении, сходным с ним по смыслу словом, употребленным в переносном смысле. Многочисленные теории метафор возникли в том числе и на основании практики их использования именно в качестве мифометафор. Так, восходящая еще к «Поэтике» Аристотеля теория подстановки рассматривает метафору как следствие неких смысловых пропорций. Однако при анализе примеров, приводимых философом, понятно, что такие пропорции обнаруживаются именно в мифомире. Аристотелевская пропорциональная метафора предполагает, например, следующее отношение: чаша так относится к Дионису, как щит – к Аресу, поэтому чаша может быть названа «щитом Диониса», а щит – «чашей Ареса». Это примечательное открытие Аристотеля, в котором вскрыта взаимообратимость отношения переноса, критиковалось позже философами (например, М. Бирдсли) именно за рационализированное объяснение природы метафоры. Аристотелевская точка зрения включает в себя широкую трактовку метафоры как несвойственного имени, перенесенного с рода на вид, с вида на род или с вида на вид, или по аналогии.

К античным временам восходит и более узкая трактовка метафоры в теории сравнения (Квинтилиан «О воспитании оратора», Цицерон «Об ораторе»), рассматривавшей метафору как сокращенное сравнение, акцентирующее отношения сходства, которые лежат в основании метафоры. Она ограничивает метафору переносом по аналогии. Теория взаимодействия (Р. и М. Блейк «Модели и метафоры») акцентирует внимание на фокусе и рамке метафоры и контексте ее употребления. Исходя из этой теории можно сказать, что овладение метафорой связано с преобразованием контекста и, косвенно, всей системы общепринятых смысловых ассоциаций данного мифомира. Поэтому мифометафора оказывается важным средством познания и преобразования общества. С этой точки зрения метафора

рассматривали Дж. Лаккофф и М. Джонсон («Метафоры, которыми мы живем»).

Отличие метафоры от мифометафоры, на наш взгляд, состоит в том, что последняя выступает в контексте речи данного мифомира непременно в реализованном виде, как своего рода демегафоризованная метафора, в которой отразился важнейший принцип мифологического мышления – буквальность восприятия смыслов. Это словоупотребление как реалия мира должно учитываться в деятельности по производству новых форм и смыслов особенно еще и потому, что мифометафора управляет речью и мышлением людей в повседневных ситуациях. В своем демегафоризованном виде мифометафора издревле настолько вошла в сам национальный язык, что мы ее не замечаем. Но если ее убрать, люди бы перестали понимать друг друга: ножка стола, горлышко бутылки, ручка двери – согласно древней мифологической анатомии человек наделил частями своего тела все явления природы. Процесс создания метафор в языке непрерывен, достаточно минимального сходства, чтобы слить различные предметы в едином слове. Одно из племен североамериканских индейцев имеет в своем языке слово, обозначающее одновременно ветвь, плечо, луч солнца, волосы и гриву. Да и в нашем языке, например, глагол «идти» распространен на все предметы, которые способны и не способны в реальности двигаться (ноги, часы, гроза, год, встреча, теплоход и др.).

Метафору как свойство художественности, в одинаковой степени характеризующее поэтику мифа и литературную поэзию, детально рассмотрел в ряде своих работ Х. Ортега-и-Гассет. Искусство потому и приносит нам особое наслаждение, называемое эстетическим, что, как утверждает философ, кажется, что нам открывается внутренняя жизнь вещей, их осуществляющаяся реальность. Это есть «оживление смыслов» – один из креативных подходов в мире моды и рекламы. Метафора – и процесс, и результат формирования художественного образа, а потому может быть рассмотрена как технология креатива. Анализируя ее, Х. Ортега-и-Гассет приводит пример поэтической строки, где кипарис сравнивается с «призраком мертвого пламени», подчеркивая, что очевидное для всех ассоциативное сходство графических изображений пламени и кипариса является, по сути, поверхностным и даже более того – ошибочным. Такими же можно признать практически все истинно поэтические образы – таковы есенинский образ кудрей как «волнистой ржи при

луне», блоковая Россия с «узорным платом до бровей», память В. Маяковского, «собирающая у мозга в зале любимых неисчерпаемые очереди».

В метафоре, как пишет Х. Ортега-и-Гассет в работе «Эссе на эстетические темы в форме предисловия», человек угадывает совпадения между двумя вещами. При этом автор полагает, что происходит именно формирование нового предмета – «прекрасного кипариса» в противоположность кипарису реальному. На крошечном вербальном пространстве решается сложнейшая онтологическая проблема освобождения кипариса от зрительной реальности и придания ему нового качества, которое мы называем эстетическим.

В творческой практике креативного мышления процесс сближения начинается, согласно мышлению по аналогии, с поиска предмета, который был бы хоть чем-то похож на описываемый, пусть это что-то будет малосущественно. В случае с кипарисом было найдено графическое сходство. Опираясь на такую «логическую малость», заявлять о тождестве понятий в рациональной логике не принято. Но это не значит, что логики здесь нет в принципе. Она – в самом поиске тождества, пусть даже там, где наука пока считает такой поиск бесперспективным. Но для креативного поиска это самый характерный путь.

Мифометафора – не только экономичная языковая формула, но и выражение духа народа. Ананас (*pineapple*) в переводе с английского означает «яблоко сосны». Этот пример вербального образа-мифа забавен тем, что мог появиться у нации, где ананас отсутствует как реальность окружающей природы. В тайском языке, например, такой образ был бы принципиально не возможен: каждый таец видит, что ананас растет на поле, как у нас капуста или кабачок.

Мифоимья и мифометафора образуют системное единство со следующим уровнем организации смыслов в мифе – мифообразом. Некоторые исследователи считают метафору также образом, только вербальным. Так, Т. Митчел предлагает типологию образа, которая различает пять классов: графические, оптические, перцептивные, ментальные (сны, воспоминания, фантазии) и вербальные (в частности метафоры).

В качестве гносеологического понятия образ рассматривается в перспективе активно познающего субъекта и связывается с деятельностью его воображения. Так, по И. Канту, образ есть объект воображения без присутствия предмета. Он может быть продукцией

(творчество) или репродукцией (воспоминание) имевшегося ранее созерцания. Поскольку синтез воображения предполагает не единичное созерцание, а только единство в определении чувственности, то исследователи, в частности С. А. Азаренко, утверждают, что образ всегда нагляден в отличие от схемы как некоего общего способа, каким воображение доставляет понятию образ. Поскольку образ всегда есть образ чего-то, то он в философской феноменологической традиции переводится с уровня инертного содержания сознания на уровень сознания единого и синтетически соотнесенного с объектом. Поэтому образ трактуется как форма специфического отношения, имеющая в виду реальное бытие предмета.

В определении образа наибольший интерес вызывает исследование Р. Ю. Рахматуллиным гносеологических функций образов визуального мышления, включенных в научную картину мира, переосмысление ряда положений которого позволяет сделать ряд существенных замечаний и предположений и в отношении мифообраза. Наглядный образ, являющийся одним из важнейших строительных элементов любой картины мира, имеет определенную специфику. В такого рода наглядных образах чувственный момент одновременно обладает достоинством всеобщности (возможно, благодаря конкретной материальности объективного эталона) и способностью предугадывать содержание непосредственной действительности. Это, по мнению Р. Ю. Рахматуллина, такая чувственность, которая как бы является отрицанием «непосредственного созерцания», с которого субъект начинает познание, чувственность преобразованная, ставшая идеалом и алгоритмом деятельности. Образ визуального мышления рассматривается в этой теории как опосредующее звено между абстрактным вербальным мышлением и практикой, он возникает в результате непосредственного чувственного созерцания и абстрактно-логического мышления.

Если исходить из такого основания, то очевидно, что в наглядном родовом образе – мифообразе – органически сплавлены непосредственное субъективное видение предметов материального мира с представлениями об объективных эталонах, их отборе, обосновании самой полноты эталонного качества, ее генезиса и др. Родовой образ класса предметов не равен образу конкретного реального предмета этого класса, как мы уже показали в первом параграфе данной главы. Миф как смысловой культурный аспект объективного отбора эталонного представителя и самого родового образа

обосновывает аксиологическое значение совершенного предмета, что в той или иной мере детерминирует способ практического или умственного действия с ним. Миф, на наш взгляд, создает условия для того, чтобы сознание человека не только отражало предмет (в аспекте зеркальности), но и творило его мифообраз в соответствии с определенными культурными смыслами. Это творение не противоречит ключевому положению гносеологии, согласно которому объект познания дан в форме практики. Мифообраз связан со схемой деятельности, определяя ее и в известной мере будучи определяем ею как инвариантом эмпирических схем познания объекта.

Элементами мифообраза выступают наглядные объекты как элементы предмета или явления с точки зрения его объективно-интерсубъективной эталонности. Трудно переоценить в этом плане значение визуального мышления, которое выполняет функцию посредника между непосредственным созерцанием мира и родовым образом. Мифообраз обладает такими качествами наглядного образа, как единство чувственного и рационального, структурное соответствие объекту-оригиналу и разнообразие и свидетельствует о развитии мифологическом знании, то есть таком уровне мифологического знания, при котором соблюдается условие правильного понимания этого знания другим индивидом.

Отметим, что наглядность мифообраза вовсе не условна. Прежде всего потому, что чувственный компонент наглядного мифообраза не произволен, а детерминирован, во-первых, объектом, во-вторых, строением органов чувств человека. Но и вербальный компонент наглядности также не может быть сведен к условности, поскольку возникновение слов естественного языка происходит одновременно со становлением и развитием человеческой практики и форм человеческого сообщества. При создании наглядного образа, как полагает Р. Ю. Рахматуллин, справедлив не только закон сохранения, но и закон аккумуляции информации. Это означает в нашем случае, что результатом взаимного воздействия и отождествления различающихся или противоположных элементов мифообраза является увеличение его информационной емкости.

Однако мифообраз существенно отличается от образа визуального мышления на уровне научно-теоретического познания. В последнем увеличение информационной емкости довольно быстро (в сравнении с мифообразом) приводит к пределу возможного на прежней субстратной основе отражения, за чем следует диалектический

скачок – отрицание старого противоречия. Мифообраз представляет собой более устойчивую систему, где устойчивость задается предельным смыслом мифомира, а логические ограничения науки снимаются «логикой чудесного».

Задания для самостоятельной работы студентов

Виды самостоятельной работы: 1) проработка конспекта лекции; 2) анализ представленного слушателям материала.

1) Проработка конспекта лекции

Студент должен проработать конспект лекции, осмыслить ее содержание и освоить основные выводы. Самостоятельно оценить эффективность данного вида работы ему помогут ответы на следующие вопросы:

1. Дайте философское понятие смысла.
2. Как различается «смысл» и «значение» по Г. Фреге?
3. В чем суть диалогизма мышления по М. Бахтину и почему диалогическое пространство является важнейшим условием креативной деятельности?
4. Что такое «смысловой центр данной культуры» и почему ему свойственно качество сакральности?
5. Определите в двух словах предельную смыслонесущую рамку человеческого существования.
6. Что такое «архетип социального познания» по К. Юнгу и как он влияет на процесс создания новых форм?
7. Что такое «миф» как метаобраз реальности и код ее восприятия?
8. В чем суть «всеобщего оборотничества» мифа по А. Лосеву и как «оборотничество» смыслов может быть использовано в креативной деятельности?
9. В чем суть подхода к смысловому мифу как к объект-модели?
10. В чем суть подхода к смысловому мифу как к субъект-модели?
11. Какова роль национального языка в культуре и какова связь реалий языка с новыми явлениями реальности?
12. Каковы антиномии, заключенные в понятии «слово» и как с ними связано появление нового смыслового качества?
13. При каких обстоятельствах слово становится мифоименем?
14. Дайте определение метафоры.

15. В чем суть метафоры и мифометафоры как креативного метода образования нового предмета?
16. Дайте гносеологическое понятие образа.
17. В чем особенности мифообраза как наглядного родового образа предметов и явлений?
18. Каков механизм порождения новых мифообразов в связи с изменением приоритетов и ценностей данной культуры?

2) *Анализ представленного слушателям материала*

Для анализа метафоры как механизма создания нового качества или предмета представляется стихотворение С. Есенина:

Там, где капустные грядки
Красной зарей поливает восход,
Клененочек маленький матки
Зеленое вымя сосет.

В ходе анализа предлагается ответить на вопросы:

1. Что с чем сравнивается в стихотворении?
2. По какому признаку это сравнение производится, что выбрано критерием?
3. Какое сходство определено точно и убедительно, какое представляется субъективным?
4. Нарисуйте графически, какие предметы или явления сближаются.
5. Назовите, какие новые предметы или явления формируются в результате разворачивания образа и слияния в нем разных сущностей и качеств. Чем эти новые предметы отличаются от тех предметов, которые сближаются?
6. Каково эмоциональное воздействие этих новых образов? За счет чего оно возникает?

Библиографический список

1. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М. : Прогресс, 1990.
2. Балановская, Л. А. Креалогия: теория творческой деятельности / Л. А. Балановская. – Балашов, 2005.
3. Карлова, О. А. Миф разумный : монография / О. А. Карлова – Красноярск, 2001. – 208 с.
4. Карлова, О. А. Традиционная интерпретация стихотворения А. С. Пушкина «Арион» и новый опыт его художественного анализа / О. А. Карлова // Ученые записки факультета искусствоведения и

культурологии: сб. науч. тр. – Красноярск : Краснояр. ун-т, 2000. – С. 47–58.

5. Кук, П. Креатив приносит деньги : пер. с англ. / П. Кук. – Минск, 2007. – 384 с.

6. Леушканова, С. В. Теоретические основы изучения природы креативности (естественно-научный аспект) / С. В. Леушканова. – Южно-Сахалинск, 2005.

7. Нельке, М. Техники креативности / М. Нельке ; пер. с нем. М. Э. Реш. – М. : Омега-Л, 2006.

8. Притчин, Л. Н. Миф и реклама / Л. Н. Притчин, Б. С. Теремко // *Obshchestvennyye nauki i sovremennost.* – 2002. – № 003. – С. 149–163.

9. Реут, Д. В. Дискурс креативизма и когнитивный параллакс / Д. В. Реут // Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций (CASC' 2001): тр. 1-й междунар. конф., 11–12 окт. 2001. – Т. 3. – М. : Институт проблем управления РАН. – С. 91–123.

10. Реут, Д. В. Креативные структуры / Д. В. Реут // Рефлексивные процессы и управление: третий междунар. симпозиум. – М. : Институт психологии РАН, 2001. – С. 161–163.

11. Реут, Д. В. Сладкое проклятие креативности. Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций (CASC'2001) / Д. В. Реут // Труды 1-й междунар. конф. – М., 2001.

12. Реут, Д. В. Сладкое проклятие креативности. Место креативности в жизни общества / Д. В. Реут. – Режим доступа : http://odn2.ru/bibliot/reut_slad_proklyat_kreat.html

13. Роу, А. Дж. Креативное мышление (Как добиться успеха в новом веке) / А. Дж. Роу. – М., 2007.

14. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М., 2007.

1.3. Субъект-модель формирования смыслов: личностное освоение, изобретение и творение смыслов

Когда мы говорим об объект-модели мифа, мы имеем в виду актуальное состояние смыслов той или иной мифологии. Эти смыслы «работают», а значит, мифотворчество продолжается. Миф, ставший сакральной реальностью для социума в целом, а также той или иной