

**Горелов Николай Афанасьевич**

д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики труда и трудовых ресурсов, заслуженный деятель науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов  
gorelov33@inbox.ru

**Кораблева Ольга Николаевна**

д-р экон. наук, профессор,  
Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов

## **ЗНАНИЕ И КРЕАТИВНОСТЬ – ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ НОВОГО СОЦИУМА**

Аннотация

Что такое креативность? На протяжении многих лет ученые разных областей знания, в том числе представители экономической науки, пытаются понять сущность этого явления, природу, характерные особенности и стимулы развития. Исследуя эти вопросы, авторы подразделяют креативное мышление на четыре вида, анализируют характеристики каждого из них и предлагают пути активизации креативности, направленной на создание всеобщего блага.

**Ключевые слова:** интеллект, креативность, психология, нейрофизиология, экономика, эффективность деятельности организации

**М**ир вступил в новый период своего развития, эпоху знаний и господства интеллекта. Третье тысячелетие станет временем интеллектуалов, творцов, креативно ориентированных высококлассных специалистов. В развитых странах формируется качественно новый социум, который базируется на интеллектуально-креативной парадигме, рассматривающей интеллект человека и ноосферу (ноосферный интеллект) в единстве и взаимосвязи духовного и материального, где разумная созидательная деятельность человека становится решающим фактором прогресса.

Интеллект человека, его творческий разум, направленный на созидание, постоянно излучает или генерирует мысли, которые представляют ступок сверхтонких полей и энергии. Одновременно человек, соответственно подготовленный, принимает мысли излучения единого информационного поля – ноосферного интеллекта. Являясь единым (целое, мыслимое как множество), информационная система «человек-ноосфера» образует и генерирует новое качество, которое не сводится к сумме качеств ее элементов. Лежащие в основе этого процесса общие закономерности эволюции

систем любой природы, могут быть использованы с помощью метануки – синергетики, направленной на упорядочение, саморегулирование систем.

Социальная самоорганизация возникает как результат целенаправленных индивидуальных действий ее составляющих. Совокупность мыслей, идей образует интеллект, под которым понимаются индивидуальные особенности, относимые к познавательной деятельности человека – мышлению, памяти, восприятию, вниманию и т.п.

Интеллект – это относительно устойчивая структура умственных способностей индивида, характеризующаяся уровнем познавательной активности, эффективности индивидуального подхода к ситуации, наблюдательности, памяти, восприятия, внимания, обобщения и сравнения, интеграции и генерации чувственного опыта на уровне представлений и понятий.

В научной литературе наиболее распространено понимание интеллекта как биопсихической адаптации к реальным обстоятельствам жизни.

Особым типом интеллекта является креативность (creative) – способность порождать необычные идеи или генерировать, создавать на базе известных новые, отклоняться от традиционных схем мышления, быстро решать проблемные ситуации.

### **Исследования креативности учеными различных отраслей знания**

Современные исследования креативности проводятся во многих отраслях знания – в философии, психологии, педагогике, социологии, экономике, а также биологии и иссле-

дованиях мозга, информатике и робототехнике, при создании наносистемной техники, искусственного интеллекта и др.

Предметом исследования при этом являются творческие возможности человека, природа творчества, механизм генезиса и развития знаний, изучение креативности как универсального процесса.

Основоположником исследований феномена креативности можно считать английского ученого XIX века Ф. Гальтона, который в начале 1860-х годов под влиянием трудов своего двоюродного брата Ч. Дарвина увлекся идеями наследственности таланта и в течение последующих 40 занимался исследованиями человеческих способностей, их развитием и диагностикой.

Креативность в трудах психологов рассматривается как способность личности к творчеству. Весьма характерным является определение В. Дружинина: «креативность – это общая способность к творчеству. Она характеризует личность в целом, проявляется в различных сферах активности, рассматривается как независимый фактор одаренности» (5).

Психологические исследования креативности охватывают разработку следующих вопросов:

третье тысячелетие станет  
эпохой интеллектуалов,  
творцов, креативно  
ориентированных  
высококлассных  
специалистов

...креативность (creative) –  
способность порождать  
необычные идеи  
или генерировать,  
создавать на базе известных  
новые, отклоняться  
от традиционных схем  
мышления, быстро решать  
проблемные ситуации

– детерминанты креативности, влияние наследственности и среды на формирование креативности;  
– взаимосвязь уровня креативности и интеллекта;  
– проявления и критерии креативности человека;  
– методы диагностики креативности (психометрия);  
– развитие креативности (развиваемость креативности в разном возрасте, методики);  
– взаимосвязь между креативностью и девиантностью<sup>1</sup>, проблематика продуктивной или полезной креативности. Относительно новым направлением в исследованиях креативности и креативного мышления является нейрофизиология (или психофизиология), пытающаяся объяснить творческое

<sup>1</sup> Девиантность (от лат. *deviatio* – отклонение) – характеристика поведения, не совпадающего с социальными нормами и ценностями, принятыми в обществе, и рассматриваемого большей частью членов общества как предосудительное и недопустимое. – Прим. ред.

озарение через функционирование мозга. В отличие от психологов, использующих в своих исследованиях психометрические тесты, наблюдения, биографический метод, нейрофизиологи опираются на инструментальную базу (магнитно-резонансную спектроскопию, позитронно-эмиссионную томографию, электроэнцефалографию и т.д.).

### **Креативность с позиции нейрофизиологии**

К основным вопросам креативности, исследуемым в рамках нейрофизиологии, можно отнести следующие:

1) *влияние генетики на успешность функционирования мозга*. При этом исследуется влияние именно генетики, а не наследственности (так как врожденные особенности не всегда являются наследуемыми). В рамках этого вопроса изучается, в частности, влияние структуры мозга (состав молекул, развитость отдельных участков, асимметрия мозга – доминирование у разных людей правого или левого полушария) на успешность решения творческих задач;

2) *активность мозга во время решения творческой задачи*. Исследования Института молекулярной биологии и биофизики Сибирского отделения РАНН показали, что, справившись с творческой задачей, мозг человека сигнализирует об этом потоком электрической активности с определенной частотой в зоне так называемых альфа-ритмов. На основе анализа амплитуды и диапазона альфа-ритмов ученые научились определять степень потенциальной творческой реализации человека, а также поло-возрастные особенности активности альфа-ритмов;

3) *сознательный или бессознательный характер творческого акта*. В этой

области, с одной стороны, существуют эксперименты, показывающие, что мозг посылает сигналы о найденном решении, (проявляющиеся, в частности, в характерной мимике) за некоторое время до того, как решение было осознано человеком, то есть креативность лежит полностью в области бессознательного. С другой стороны, ряд исследователей считает, что мозг человека посылает не отдельные импульсы, а разнообразные схемы импульсов, из которых сознание выбирает нужные, исходя из собственного критерия ценности. То есть, креативный процесс – это комбинация спонтанности (бессознательного) и осознанной селекции (выбора);

4) *влияние творческой активности на продолжительность жизни.* Исследованиями этого аспекта длительное время занималась академик Н.П. Бехтерева. Она считала, что креативная задача способна омолодить организм, так как нейронные популяции полифункциональны, и области мозга, активированные при творчестве, регулируют многие другие процессы в организме, вплоть до функций поддержания постоянства его внутренней среды.

### **Креативность и экономика**

С середины 1980-х годов термин «креативность» стал появляться и в исследованиях экономических систем разного уровня. Появились такие сочетания как «креативная организация», «креативная экономика». При этом креативность по-прежнему ассоциировалась с оригинальностью и нестандартностью, но появились и другие – прагматические черты.

Так, например, согласно определению Т. Амабайл, креативность – это производство новых и уместных идей

в каждой области человеческой деятельности. При этом под новыми понимаются идеи, отличающиеся от уже существующих, а характеристика «уместные» означает, что эти идеи не абсурдны и могут найти применение для решения конкретной проблемы.

Показательно, что для характеристики креативности в данном контексте используется критерий новизны, а не оригинальности идей (как в психологических исследованиях). Олдхем и Каммингс уточняют, что новизна продукта, идеи или процесса может быть установлена, если они представляют собой значимую новую комбинацию уже существующих свойств или материалов или же содержат совершенно новые свойства или материалы. При этом креативность характеризует достижения на уровне личности, а успешное внедрение креативных идей на уровне организации определяется как инновация.

То есть креативность является определяющим фактором для реализации инновационного процесса на стадии генерирования идей.

на основе анализа  
амплитуды и диапазона  
альфа-ритмов ученые  
научились определять  
степень потенциальной  
творческой реализации  
человека, а также поло-  
возрастные особенности  
активности альфа-ритмов

Еще одна концепция креативности принадлежит Р. Стернбергу и Д. Лаверту, предложившим так называемую «теорию инвестирования» (1985 г.). Креативность заключается в способности «покупать идеи по низкой цене и продавать их по высокой», «Покупать по низкой цене» означает заниматься непопулярными, малоизвестными идеями. Творческий человек вопреки сопротивлению среды, непониманию и неприятию настаивает на определенных идеях, развивает их и «продает их по высокой цене». Однако этот подход был значительно раскритикован, поскольку, в частности, было не ясно, откуда берутся эти «непопулярные идеи».

К особенностям экономического подхода к креативности относится также то, что это продуктивная, осмысленная креативность, направленная на решение конкретных задач, стоящих перед организацией, регионом или страной. Выраженная ориентированность на результат также является характерной чертой исследований креативности в экономике и др.

В то же время креативность по-прежнему связывается со свойствами отдельной личности. Креативность по отношению к искусственным системам определяется как сумма креативности личностей, входящих в эти системы. Появление возможных синергетических эффектов описывается уже с помощью других терминов.

...академик Н.П. Бехтерева

... считала, что креативная

задача способна

омолодить организм

Крупный вклад в развитие исследований в области креативности внес проф. О.Н. Мельников, создав журнал «Креативная экономика» и соответствующую научную школу.

К основным вопросам, разрабатываемым в рамках экономических исследований креативности на микроуровне относятся следующие:

- детерминанты креативности личности;
- условия, способствующие и препятствующие проявлению и развитию креативности сотрудников в организации (включающие исследования организационной культуры, структуры);
- методы развития креативности сотрудников;
- влияние требований к креативности и состояние здоровья сотрудников;
- сферы приложения креативности в деятельности организации;
- критерии продуктивности и эффективности креативной деятельности;
- структура и оценка интеллектуально-креативного капитала организации.

На макроуровне рассматриваются такие вопросы, как структура и механизмы формирования и изменения креативной экономики, методы управления в ее условиях.

### **Креативность работников компании**

Говоря о разнообразии встречающихся определений креативности, можно выделить несколько общих черт применительно к экономической деятельности:

- *во-первых*, творческую компоненту труда, имея в виду способность к созданию новых форм или новому сочетанию уже известных элементов;
- *во-вторых*, ориентацию на результат, то есть выгоды, которые может получить субъект от креативной идеи;

– в-третьих, принципиальный характер креативной идеи, ее ценность.

Креативность должна приводить к принципиальному сдвигу характера конкуренции или потребления на данном рынке. Благодаря креативному решению, компания делает качественный скачок в сознании потребителя и выходит в лидеры конкурентной борьбы. Иначе говоря, в экономическом смысле желаемый результат креативности – повышение эффективности деятельности организации, которое может проявляться как прямую (например, снижение собственных затрат благодаря перестройке процессов ведения бизнеса; увеличение доходов в результате создания и внедрения инноваций) так и косвенно (например, повышение скорости реакции организации на изменение внешней среды и др.).

Таким образом, под креативностью понимается способность работника к генерации существенных новых форм в любом виде, которые должны быть эффективны, легко распространяемы и широко используемы.

Творческая направленность личности нуждается в постоянном развитии, тренинге, в противном случае она теряет под воздействием среды.

Креативная деятельность развивает интеллектуализм<sup>2</sup>, направляя энергию, творческий потенциал человека на обновление и улучшение жизни социума.

Один из часто обсуждаемых вопросов, связанных с творчеством и креативностью – все ли люди креативны,

<sup>2</sup> Интеллектуализм (от лат. intellectualis – умственный) – философский и психологический метод, при котором в сознании и познавательных процессах исключительная и решающая роль приписывается интеллекту.

...креативность

характеризует достижения  
на уровне личности,  
а успешное внедрение  
креативных идей на уровне  
организации определяется  
как инновация

или это свойство дано от природы только некоторым? На наш взгляд, креативность – это характеристика, присущая всем людям, просто она может иметь различные проявления. Каждому человеку может быть присущ свой тип (стиль) креативного мышления.

Существует несколько классификаций типов креативного мышления. Наиболее известной и простой из них является классификация по преобладающему полушарию головного мозга. Считается, что левое полушарие отвечает за аналитическую работу, тогда как правое – за творчество и воображение. Соответственно у разных людей, в зависимости от преобладания одного полушария над другим, творческие способности развиты лучше или хуже.

### **Четыре типа креативного мышления**

Согласно другой классификации выделяют четыре типа креативного мышления: интуитивный, новаторский, образный и вдохновляющий.

1. **Интуитивный тип мышления:** его обладатели оперируют предыдущим опытом при принятии решений и сосредоточены на результатах. Характерен для топ-менеджеров,

креативность заключается  
в способности «покупать  
идеи по низкой цене и  
продавать их по высокой»

Р. Стернберг, Д. Лаверт

которых в России называют «катком», а в США – «жесткими парнями, не берущими пленных» или «нейтронным Джеком». Такие руководители обычно заботятся о своих работниках и компании в целом, а по отношению к конкурентам бывают жестки, но честны. Верят, что люди являются ключом к успеху в бизнесе, и делают все возможное для достижения успеха фирмы. Основное кредо – креативность и вера, что каждая личность имеет огромный творческий потенциал, который надо раскрыть и вовлечь (мотивировать) в созидательную деятельность.

2. *Новаторский тип мышления*: те, кто его имеет, обычно сконцентрированы на проблемах и фактах, на проведении точных экспериментов, на полном погружении в работу. Этот стиль типичен для ученых, инженеров, изобретателей.

3. *Образный тип мышления* присущ людям творческим, обладающим возвышенными чувствами, лидерам по натуре.

4. *Воодушевляющий тип мышления* свойственен людям, проводящим в жизнь социальные изменения и всецело посвящающих себя делу.

Большинство талантливых людей способны использовать более чем один креативный тип мышления. Например, Микеланджело обладал новаторским типом мышления (как инженер

и ученый), а также образным (как артист) и интуитивным (как скульптор, создавший великие статуи). В дополнение к четырем основным типам, которые составляют профиль креативного потенциала, мы можем иметь различные уровни интенсивности для каждого индивидуального типа. Так, Микеланджело был наиболее ярко выражен в новаторской категории и одинаково ярко в образной и интуитивной.

Как видно из примера Микеланджело, уровень интенсивности для каждого типа имеет свой индивидуальный результат в палитре. Этот подход к креативности расширяет возможное число типов креативного мышления.

Огромное значение имеет интерес к своему делу. Наиболее успешны часто не самые талантливые, а самые любопытные. Их снедает жажда найти ответ. Альберт Эйнштейн говорил о внутренней мотивации как о «радости поиска и познания». Писатель-романист Джон Ирвинг, комментируя безмерно долгие часы, потраченные на сочинительство, сказал: «Мною движет страсть. Объяснение моей работоспособности в том, что я не воспринимаю это как работу». А в контракт А.Сабониса, которому, возможно, нет равных в творческом подходе к игре, был включен пункт о «любви к баскетболу», в котором Сабонис оговаривает право играть в баскетбол, где и когда он захочет.

### **Несколько слов в заключение**

Далеко не все творческие люди становятся суперзвездами наподобие Эйнштейна или Сабониса. В действительности львиную долю творческой работы в мире бизнеса сегодня выполняют люди, чьи имена никогда не попадут в анналы истории. Этим людей

отличают высокий уровень компетенции, хорошие навыки творческого мышления и глубокая внутренняя мотивация. И что не менее важно, работают они в организациях, руководители которых сознательно создают условия, способствующие развитию всех перечисленных элементов, а не их подавлению.

### **Литература**

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке: учебное пособие. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 272 с.
2. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресур-

сами наукоемких производств. – 2-е издание, перераб. и дополн. – М.: Креативная экономика, 2010. – 384 с.: ил.

3. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1997.

4. Основы наукоемкой экономики / Под ред. Максимцева И. – М.: Креативная экономика, 2010. – С. 456.

5. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – СПб.: Питер, 2008. – С. 353.

рп

**Nikolay A. Gorelov**

*Dr. of Econ. Sci., Professor, Honored Scientist of the Russian Federation*

**Olga N. Korableva**

*Dr. of Econ. Sci., St. Petersburg University of Economics and Finance*

### **Knowledge and Creativity Are the Main Features of the New Society**

Abstract

**W**hat is creativity? For many years, scientists from different fields of knowledge, including representatives of the economic science, are trying to understand the essence and the nature of this phenomenon, its characteristics and development incentives. Studying these questions, the writers divide creative thinking into four types, analyze the characteristics of each type and offer the ways to enhance creativity aimed at creating the common good.

**Keywords:** intelligence, creativity, psychology, neurophysiology, economics, effectiveness of organization's activities