



Год культуры

Ольга ГЛАЗУНОВА

О ТВОРЧЕСТВЕ И КРЕАТИВНОСТИ

Современную культуру отличает широкая свобода шарить в мировых запасах и поглощать все возможные стили. Подобная свобода основывается на том факте, что основополагающими принципами современной культуры являются самовыражение и трансформация собственного «я» с целью самореализации.

Ризард Флорида

Стремительность, с которой англицизмы стали входить в нашу речь в 90-х годах прошлого века, не давала возможности осмыслить этот процесс в полной мере, осознать его причины и проанализировать возможные последствия. Безусловно, все эти вопросы станут предметом пристального изучения в будущем, но уже сегодня можно отметить разницу, которая сложилась в языке между традиционными и заимствованными вариантами лексических синонимов.

В предыдущей заметке (Нева. 2013. № 12) мы обратились к словам *толерантность* и *терпимость* и пришли к выводу, что их использование в наши дни в большей степени зависит от политических предпочтений. Данная публикация посвящена сосуществованию в русском языке существительных *творчество* и *креативность*, разница между которыми, на наш взгляд, представляет собой проблему антропологического характера.

В современном русском языке существительное *креативность* и слова с тем же корнем в большей степени употребляются в профессиональной сфере. Например, появившаяся в реестре профессий должность креативного директора подразумевает «ведение и контроль исполнения креативных концепций проектов, реализуе-

Ольга Игоревна Глазунова — лингвист, литературовед, специалист по русскому языку как иностранному. Работает в Институте русского языка и культуры филологического факультета СПбГУ, старший научный сотрудник.

мых агентством с целью выведения предоставляемых бизнес-услуг агентства на новый качественный уровень». В обязанности креативного директора входят встречи с клиентами с целью выяснения их потребностей и представлений о заказе, выработка и презентация идеи и составление технического задания.

Однако несколько лет назад, когда Минсоцразвития выступило с предложением заменить *креативный* на *творческий* и ввести должность творческого директора, стало ясно, что прилагательное *креативный* в русском языке не приживается. Что же произошло и почему в последнее время это слово стало изгоем?

Прилагательное *креативный* получило распространение в послеперестроечной России в силу его иноязычного происхождения, когда влияние западного образа жизни оказалось столь востребованным. Красивая упаковка была необходима для продвижения новых услуг, и креативный директор отвечал за создание такой упаковки. Особенно широко это слово использовалось во вновь появившихся отраслях коммерческой деятельности и маркетинговых коммуникаций: в рекламе, средствах массовой информации, индустрии развлечений и дизайн-студиях.

В истории вхождения в русский язык иностранных слов немаловажной составляющей является стремление части населения обозначить собственную исключительность, выработать свой язык и стиль жизни, которые выделяли бы их на общем фоне. Однако, по сути, в деле распространения англицизмов мы имеем дело с тем же жаргоном, который в России восходит к аргю «офеней» — бродячих торговцев XIX века, использовавших при общении друг с другом специальный язык для того, чтобы их речь оставалась недоступной для окружающих.

Прилагательное *креативный* было заимствовано из английского языка (*creative* — творческий), куда оно, в свою очередь, пришло из латинского. Русские словари дают весьма обширный ряд соотносящихся с этим словом синонимов: *высококачественный, необычный, созидательный, модный, новый, инновационный* и даже *крутой*.

Стоит отметить, что в английском языке наряду с существительным *creativity*, образованным от прилагательного *creative*, используется отглагольное существительное *creation*. Разница между ними имеет принципиальное значение: *creation* — то, что было создано; *creativity* — способность творить, создавать.

Отглагольное существительное *creation* происходит от глагола *create* (создавать, делать), который обозначает действие; *creativity* же имеет непосредственное отношение к прилагательному, указывающему на качественное значение. Очевидно, что *creation* в языке характеризует объекты, а *creativity* — субъекты действия.

Многие словари указывают на тот факт, что английское существительное *creativity* обозначает творческий потенциал, а русское *творчество* — соотносится, с одной стороны, с процессом, а с другой — с результатами деятельности вовлеченного в этот процесс человека. Данная трактовка позволяет понять разницу в использовании существительных.

По сути, *креативность* направлена на демонстрацию человеком своих намерений, на необходимость инициировать и развивать идеи, активно обмениваясь ими с окружающими. Результат же этой деятельности, как правило, имеет второстепенное значение. В то время как *творчество* подразумевает внутреннюю деятельность души и сознания, а также (и это немаловажно) создание того, что способно стать значимым явлением в науке и культуре общества на всех последующих этапах его развития.

Существительное *творчество* имеет корень -твор-, от которого образуются глаголы *отворить, затворить*, указывающие на закрытость и в то же время на выход вовне, за рамки пространственных ограничений. Это во многом объясняет семан-

тику существительного. Творчество — это способность человека создавать то, что не имеет аналогов в материальном мире, но способно существовать в пространстве и времени, передавая представления о красоте и гармонии, определяя духовное развитие нации и становление отдельной личности.

Творчество — процесс закрытый, обособленный от внешнего мира. Как писал Ортега-и-Гассет, «нет другого способа оказаться близ Бога, как через одиночество, потому что только в состоянии одиночества душа находит свое истинное бытие»¹. В то время как *креативность* предполагает «совместные действия», «соучастие», «коммуникацию» при осуществлении какого-то проекта. И еще одно немаловажное замечание: *творить* — значит уподобляться в своих делах Творцу, Богу. Для более приземленных дел в русском языке существует другой глагол — *создавать*; отсюда — слово *здание*, которое, согласно словарю, обозначает постройку большого размера.

Образованное от *создавать* отглагольное существительное *создание*, как и *сознание*, имеет префикс *со-*, указывающий на осуществление совместных действий. *Сознавать* — значит воспринимать и трактовать окружающую действительность, исходя из существующих в обществе традиционных схем мышления. *Сознание* подразумевает сходное понимание представителями общества того, что происходит вокруг; в то время как *творчество* изначально ориентировано на уникальность восприятия отдельной личности. Те же самые выводы можно сделать в отношении слова *создание*. Очевидно, что, в отличие от *творчества*, существительное *создание* в большей степени обозначает построение чего-то обычного и ординарного.

Не случайно в Библии речь идет не о *создании*, а о *сотворении* мира: «В начале сотворил Бог небо и землю» (Быт. 1. 1). Любопытным является тот факт, что наряду с глаголом *творить* в Библии используется глагол *созидать*, который в русском языке сочетается с такими словосочетаниями, как «духовные ценности» или «новые формы жизни»: «И благословил Бог седьмой день, и освятил его, ибо в оный почил от всех дел Своих, которые Бог *творил* и *созидал*» (Быт. 2. 3).

Интересные данные дает нам морфологический анализ видовых пар *творить* — *сотворить* и *создавать* — *создать*. В первом случае совершенный вид глагола *сотворить* образуется от формы несовершенного вида с помощью префикса *со-*, указывающего на совместность действия: *сотворить с кем?* — возможно, с Богом, получив его одобрение на заключительном этапе работы, когда уже есть результат.

Видовая пара *создавать* — *создать* имеет обратный алгоритм построения: форма несовершенного вида *создавать* образуется от глагола совершенного вида *создать* с помощью суффикса *-ва-*, который в русском языке наряду с суффиксами *-ива-* (*-ыва-*) указывает на повторяемость действия. Сравните: нес. вид *стугать* — сов. вид *постугать* — нес. вид *постукивать*. Следовательно, *создавать* по своей семантике не предназначен для обозначения принципиально нового, он лишь указывает на осуществление действия по известной ранее схеме.

Таким образом, в русском языке слова *креативный* и *творческий* существенно отличаются по семантике, и смешивать их не стоит, как не стоит путать божий дар с яичницей. Кстати, интересно посмотреть, каким образом русская идиома *путать божий дар с яичницей* переводится на английский язык. Вопрос этот представляется крайне важным: прежде чем говорить о причинах несовпадения понятийного содержания существительных *творчество* и *креативность*, надо понять, насколько существенным является противопоставление физической и духовной сфер жизни человека в современном английском языке и каким образом разница между ними находит отражение в устойчивых оборотах речи.

¹ Ортега-и-Гассет Х. Что такое философия? М.: Наука. 1991. С. 145.

В русско-английских словарях выражению *путать божий дар с яичницей* соответствует вариант *compare apples to oranges* (сравнивать яблоки с апельсинами), который указывает на фальшивую аналогию и попытку сопоставления абсолютно разных вещей. Надо признать, что данная идиома не слишком удачна, даже среди английских лингвистов нет согласия по поводу правомерности ее существования в языке. В частности, в работах указывается на тот факт, что выражение *compare apples to oranges* оказывается неверным с точки зрения значения, которое ему приписывается. Действительно, яблоки и апельсины поддаются сопоставлению по самым разным параметрам: размеру, форме, цвету и т. д. А тот факт, что они относятся к фруктам (а не к овощам), еще больше усиливает сходство между ними.

Но в данном случае нас интересует другое: бытовой, наглядно-прагматический характер объектов, выбранных для сравнения в английском языке, и метафизический смысл русского идиоматического выражения. Кстати, для выражения значения, приписываемого *apples and oranges*, в русском языке могут быть использованы фразы *В огороде бузина, а в Киеве дядька; Я про Фому, а ты про Ерёму*, которые передают отсутствие сходства именно по формальным признакам.

Таким образом, не только внешние показатели — образ жизни, традиции, культура, — но и принципы мировосприятия у носителей русского и английского языков существенно отличаются, и эти данные подтверждаются фактами самих языков. Надо сказать, что даже в буквальном переводе на английский язык выражение *путать божий дар с яичницей* (*to mess god's gift with scrambled eggs*) нуждается в комментариях. Обычно в тексте указывается на значение «*to lose distinction in things*» (терять различие в вещах), хотя, по сути, речь в русском варианте идет о противопоставлении совсем иного уровня.

Разница в подходах просматривается и в семантике существительных *творчество* и *креативность*. По мнению американского экономиста, автора теории креативного класса Ричарда Флориды, «креативность не является целиком принадлежностью нескольких избранных гениев, наделенных сверхчеловеческими талантами, которым их борьба с шаблонами сходит с рук. Эта способность в различной мере свойственна практически всем людям»². С данной мыслью трудно не согласиться.

В книге «Креативное мышление» Маргарет Боуден, занимающаяся философскими аспектами создания искусственного интеллекта, отмечает тот факт, что «для креативности значение имеют ординарные человеческие способности. Все таланты обычного человека — наблюдательность, память, зрение, речь, слух, умение понимать речь и распознавать аналогии — по-своему ценны». С другой стороны, по мнению Боуден, в этом случае может возникнуть противоречие: на самооценку обычного человека гениальность избранных влияет пагубным образом.

Однако «для того, кто полагает, что креативность базируется на обычных способностях, общих для всех, а также на опыте и компетентности, которых мы все можем добиться»³, возможен и совершенно иной подход и, соответственно, стиль поведения: эпатаж, нарочитая уверенность в собственной правоте, отсутствие сомнений в собственной компетентности и готовность в любой момент нарушить общепринятые правила ради того, чтобы доказать свою состоятельность.

² Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI». 2005. Интернет-версия: http://prepod.nspu.ru/file.php/149/met.prob.psiikh./Florida_Kreativnyi_klass.pdf

³ Boden M., *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. 2nd ed. 2004. Интернет-версия: <http://www.docstoc.com/docs/70706645/The-Creative-Mind-Myths-and-Mechanisms>

Безусловно, тезис о равных возможностях человека имеет большое значение, например в методике школьного обучения, когда ученик нуждается в поддержке и должен постоянно чувствовать интерес к своим работам и уважение со стороны преподавателя. Но если креативность просыпается в человеке в зрелые годы при отсутствии специальной подготовки, необходимой образовательной базы и усвоенных в течение долгих лет обучения этических, эстетических и аналитических схем мышления, это может привести к весьма печальным последствиям. В этом случае недостаток таланта и знаний часто компенсируется повышенной активностью, а стремление привлечь к себе внимание любой ценой влечет за собой использование недобросовестных методов и приемов воздействия на сознание обывателя.

Надо сказать, что подобный подход становится все более востребованным в современном обществе, более того — процесс его внедрения в общественное сознание находит поддержку на достаточно высоком уровне. Например, в одном из своих интервью директор Московского дома фотографии Ольга Свиблова отметила, «что какая-нибудь сушилка или унитаз в зале музея — это произведение искусства».

Как ни странно это прозвучит, попробуем поразмышлять над тем, что такое «унитаз в музее» с точки зрения философии. Данный ракурс осмысления вполне естествен, ведь речь идет об искусстве. Цель любого автора заключается не в том, чтобы собрать в одном месте далекие друг от друга предметы или перечислить факты, а в том, чтобы интерпретировать их с этической, эстетической, художественной точек зрения, привлечь внимание к проблеме, заставить задуматься над вопросами, которые раньше не попадали в поле зрения читателя, слушателя или зрителя, возможно, в силу их недостаточной компетенции.

Если самый заурядный предмет в наше время способен стать «произведением искусства», то смысл такой презентации состоит в воздействии на внутренний мир человека, на его сознание и душевное состояние: поставить зрителя в тупик или заставить его поразмышлять над тем, какой смысл автор вложил в свою презентацию. Безусловно, сама по себе идея пробудить внутреннюю активность человека весьма плодотворна, но вряд ли можно при этом гарантировать, что данный процесс приведет к благим результатам: оставит в душе позитивный след или пробудит творческое начало.

Отход от традиционных представлений диктует и одиозность образа, который может быть выбран на роль произведения искусства. Чем более противоречивые чувства он вызовет у зрителя, тем сильнее будет оказанное им воздействие. Правда, сила подобного воздействия еще не гарантирует художественную значимость самого явления, но если все мы равны, если нет избранных, то пробить себе путь наверх можно только с помощью провокации.

С другой стороны, мысль о том, что в обществе нет и не может быть избранных, влечет за собой другие далеко идущие последствия. Например, захочет кто-то стать депутатом или занять место начальника, исходя исключительно из своих представлений о собственной значимости, — все окажется возможным, и даже сомнений не возникнет в правомерности подобных претензий. Если «унитаз» имеет полное право находиться в музее в качестве экспоната, то почему в других сферах общества должно быть по-другому. Вот и получается, что безобидное на первый взгляд замечание об унитазе, который без всяких на то оснований может быть наделен статусом произведения искусства, может рассматриваться с позиций идеологии, принципиально важной для определенной части нашего общества.

Технологии современного шоу-бизнеса охватили сегодня практически все сферы нашей культуры, включая телевидение и художественную литературу. Но если в самом шоу-бизнесе некоторые его представители уже сомневаются в правильности

ти выбранного пути, то в современной русской литературе, например, такие словосочетания, как «книжный шоу-бизнес» или «литературный бизнес», начинают звучать все чаще. Хотя давно бы уже следовало признать, что подобного рода новшества и заимствования ни к чему не приводят, ведь за все постперестроечное время нам не удалось даже приблизиться к уровню русской классической литературы XIX и XX веков.

Американский политолог и публицист Майкл Линд в интервью Terra America, размышляя об условиях жизни в странах с так называемой «постиндустриальной» экономикой, где финансовые структуры определяют все сферы жизни, крайне резок в своих оценках: «Это чисто паразитическая экономическая модель, и „креативный класс“ — часть этой паразитической модели, и он никак не способствует росту экономики»⁴.

Удручает тот факт, что в последнее время к так называемому креативному классу начинают активно причислять себя не только рекламщики и шоу-менеджеры, но и представители бывшей советской интеллигенции, которые в Советском Союзе занимались совсем иными делами: сеяли разумное, доброе, вечное; вели научные изыскания; создавали произведения литературы и искусства, которые становились явлениями в жизни общества.

Удручает это потому, что понятие *интеллигенция* всегда было русским по своей сути: на Западе активно использовался другой термин — *интеллектуал* (intellectual). Интеллектуалами называли людей, профессионально занимающихся умственной деятельностью; никакой другой составляющей — например, культурной или духовно-нравственной — эти занятия не подразумевали. Судя по всему, постепенно и здесь мы начинаем приближаться к западному стандарту.

В 2007 году в российском сегменте Интернета появилось новое слово «интеллигентуал», которое было образовано с помощью сложения существительных *интеллигент* и *интеллектуал*. Рискну дать ему свое определение: *интеллигентуал* — результат сращения советского интеллигента средней руки с интеллектуалом западного образца: менеджером, политиком, государственным чиновником, образованным бизнесменом. Отличается переходным типом мировоззрения: от хранителя «высших ценностей и идеалов» в российском представлении к западному индивидуалисту, защитнику собственных интересов и благополучия.

Если при обозначении интеллигента старой школы на первое место выходили его нравственные убеждения и уровень культуры, то в наше время определяющими становятся формальные показатели: сфера занятости, наличие высшего образования, умение поддержать разговор и соответствовать ситуации.

Конечно, процесс интеграции, начало которому было положено во время перестройки, остановить невозможно — мы неуклонно движемся по направлению к западным ценностям. Однако вот парадокс: никакие заимствования достижений западной цивилизации не могут удержать молодых и талантливых специалистов в нашей стране, и они продолжают уезжать в поисках лучшей жизни. Видимо, изменения по формальным показателям не предполагают развития, да и качественного рывка в таких условиях ждать не приходится. Выход один: или менять подход к оценке того, что происходит в стране и обществе, или смириться с существующим положением дел, отгородившись от захлестнувшей страну креативной реальности всеми доступными способами.

«Главное — это величие замысла», — любила повторять Анна Ахматова слова Иосифа Бродского. Существительное *замысел* (план, намерение) восходит к глаго-

⁴ См. интернет-ресурс: <http://voprosik.net/kreativnyj-klass-na-zapade/>

лу *мыслить*, подразумевающему умение самостоятельно решать проблемы, а не участвовать в их постановке, используя старые, разработанные кем-то сценарии.

Нет сомнений в том, что все в нашей жизни вернется на круги своя, иначе и быть не может. Вот только хотелось бы, чтобы к тому времени, когда это произойдет, у нас еще остались представления о том, что такое русский язык и какое значение для нас, граждан страны, имеют отечественная история и культура.

Э П О Х А И О Б Р А З Ы

Владимир ЧИСНИКОВ

«ШПИОН КАЕТСЯ».

Ненаписанный рассказ Льва Толстого для «Круга чтения»

Книга жизни великого мыслителя

В один из сентябрьских дней 1904 года Лев Николаевич Толстой, выйдя к завтраку, сказал своим домочадцам и гостям:

— А я сегодня провел время в прекрасной компании: Сократ, Руссо, Кант, Амшель... — и, удивляясь, как могут люди пренебрегать этими великими мудрецами и вместо них читать бездарные и глупые книги модных писателей, добавил: — Это все равно, если бы человек, имея здоровую и питательную пищу, стал бы брать с помойной ямы очистки, мусор, тухлую еду и есть их (1).

В это время писатель работал над «Кругом чтения» — сборником афоризмов, легенд, высказываний и коротких рассказов, составленных из произведений мыслителей разных стран, народов и времен, а также собственных писаний. Располагались они по темам ко всем дням целого года. Этот сборник, по мнению Льва Николаевича, должен был стать настольной книгой для всякого, кто искал смысл жизни. Читать ее надо было не как обычную книгу, а постепенно, день за днем, постигая заключенную в ней мудрость.

Владимир Николаевич Чисников родился в 1948 году в городе Шахтерске Донецкой области, кандидат юридических наук (1984), доцент, полковник милиции в отставке, ныне ведущий научный сотрудник ГНИИ МВД Украины, член Международной ассоциации историков права, Международной полицейской ассоциации, редакционного совета журнала «Оперативник (сыщик)» (Москва). Проживает в г. Бровары Киевской области. Автор, соавтор, составитель и редактор более 400 публикаций и печатных изданий по историко-правовой проблематике, один из ведущих специалистов по истории профессионального сыска. Более тридцати лет занимается исследованием темы «Лев Толстой под надзором тайной полиции». Участник Международных Толстовских чтений и Международных Толстовских конгрессов. Печатался в журналах «В мире спецслужб» (Киев), «Новом журнале», «Неве» (СПб.), «Законность», «Оперативник (сыщик)» (Москва) и др.