

# IMPACTUL CREATIVITĂȚII ÎN FORMAREA CULTURII ARTISTIC-ESTETICE

*Claudia Veronica Ciobanu, învățătoare,  
Liceul Teoretic nr. 16 „Marin Ionescu Dobrogianu”, Constanța, România*

## THE IMPACT OF CREATIVITY IN THE FORMATION OF ARTISTIC-AESTHETIC CULTURE

*Claudia Veronica Ciobanu, teacher,  
High School No. 16 „Marin Ionescu Dobrogianu”, Constanta, Romania  
ORCID: 0000-0003-2258-883X  
micu\_veronica@yahoo.com*

**CZU: 373.3.036**

**DOI: 10.46727/c.v2.24-25-03-2023.p260-264**

**Abstract.** To create generally means to achieve something new in relation to something old, known, common; hence we can realize that this capacity produces the new is called creativity. The term creativity is widely used in psychology. There are psychologists who analyze the concept in a broad sense, so creativity is a specifically human phenomenon, a high form of human activity. Every subject has a creative potential, because every subject has a life experience, working processes, skills, operational structures that it processes and combines in various ways. Others discover in creativity originality, inventiveness, unusual, intelligence or talent. But all people are creative in varying degrees, regardless of intelligence, talent or all the others. This paper aims to define the relationship between the development of creativity as a psychic process and the formation of an artistic-aesthetic culture. By inventorying all the theories of creativity and analyzing the creative input into learning, the foundations of the formative program of the experiment were planned. Its conclusions draw guidelines for the formation of artistic-aesthetic culture in primary school students.

**Keywords:** creativity, artistic-aesthetic culture, primary school students.

Se constată demersuri creative încă de la nivel perceptiv. Observăm aici activitatea exploratorie selectivă, comportamentul de căutare, perceperea perfecționare a unor însușiri și configurații ce devin relevante. Prelucrarea informației obținute, prin adoptarea unor scheme operaționale, generează noi informații, ducând la realizarea unor noi cunoștințe care nu existau la punctul de pornire.

Gândirea logică aduce o anumită contribuție creației. Einstein considera că „imaginația, care deține un mare grad de libertate poate să ducă la realizarea unor proiecte îndrăznețe. Demersurile creative pot fi spontane sau intenționate”. [2, p. 132] În ambele situații ele trebuie susținute de trebuințe, motive, înclinații, aspirații și interese. Toate acestea influențează actul creativ. Se observă astfel interdependența dintre creativitate, imaginație, inteligență, gândire logică și motivație. Putem spune deci că, deoarece contribuie la toate procesele psihice, creativitatea este o proprietate a întregului sistem psihic uman. Mihai Golu pune creativitatea în raport de emergență cu sistemul psihic uman.

Dintr-o perspectivă mai restrânsă, psihologia privește creativitatea din patru puncte de vedere: ca produs; ca proces; ca disponibilitate general umană și ca dimensiune complexă a personalității.

### **A. Creativitatea ca produs**

Creativitatea ca produs se manifestă prin realizarea noului prin valoare și spontaneitate. Noutatea este întotdeauna raportată la mai multe elemente: în sens larg, la subiect, la experiența lui psihologică sau, în sens restrâns, în raport cu societatea, cu experiența socială. Irving Taylor [3, p.326] a descris aceste două perspective, unindu-le și etapizând procesul de creație pe cinci planuri:

1. Creativitatea expresivă: exemplificată prin desenele spontane ale copiilor; o formă primară de creativitate, accesibilă tuturor oamenilor și necesară nivelurilor superioare. Adulții nu trebuie să înfrâneze manifestările la acest nivel, împiedicând spontaneitatea și libertatea copiilor, în niciun caz să-i oblige să se conformeze realității.
2. Creativitatea procesuală: impune deja note originale întâlnite în desfășurarea proceselor psihice, în gândirea și în simțurile individului. Produsele astfel obținute sunt în general variate, diferite de ale celorlalți.
3. Creativitatea inventivă: are ca bază descoperirea și inventivitatea. Impune însă flexibilitatea intelectuală și perceperea unor relații noi între elementele realității. Acest nivel depășește experiența anterioară.
4. Creativitatea inovativă: reprezintă gradul superior de manifestare al creativității, fiind și cel mai rar întâlnit. Produsul este rezultatul unei cunoașteri în detaliu a realității, a dezvoltării intelectuale maxime și al dezvoltării aptitudinale. Implică schimbarea fundamentelor și principiilor care stau la baza științei.
5. Creativitatea emergentă: reprezintă nivelul cel mai înalt al creativității, deoarece duce la apariția unor ipoteze și principii care revoluționează cunoașterea sau existența socială.

Aceste planuri sunt diferențiate între ele de modul de raportare la noutate. Astfel, în primele planuri noul este asociat cu personalitatea umană, iar în planurile 4 și 5, noul este raportat la societate, chiar tradiții culturale, ducând la dezvoltarea acesteia.

O caracteristică a noului este unicitatea. Soluția trebuie să fie imprevizibilă însă de asemeni nu trebuie să se uite utilitatea produsului, pentru a-l putea separa de produsele aberante, rupt de realitate, deoarece creativitatea a fost pusă întotdeauna în relație cu problemele de viață ale indivizilor și ale societății.

### **B. Creativitatea ca proces**

De-a lungul timpului s-a observat că atât în știință, cât și în celelalte domenii creativitatea nu se produce instantaneu, ci respectând anumite etape. P. Constantinescu Stoleru, în „Creativitate și potențial creativ” (1987), definește creativitatea ca fiind „procesul prin care subiectul, sesizând o disfuncționalitate într-un domeniu teoretic sau practic, modelează și testează idei sau ipoteze, le obiectivează în produse noi, adecvate, utile și recunoscute de ceilalți.” [3, p 331]

### **C. Creativitatea ca potențial**

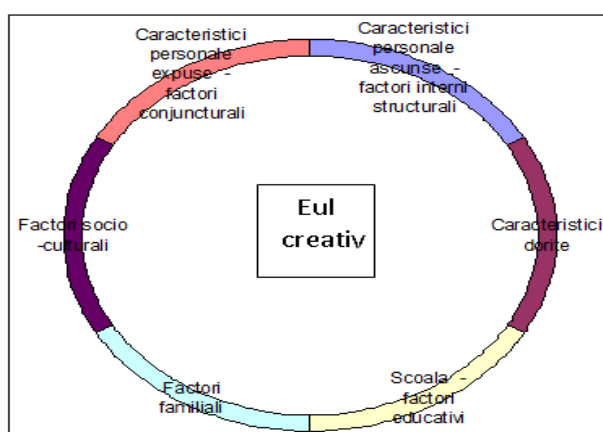
Aceasta abordare a apărut în ideea rezolvării problemei: „Exista oameni non creativi?”. Aceasta întrebare a împărțit psihologii în două tabere, și anume în cei care credeau că doar unii oameni sunt născuți cu această capacitate de a crea și cei care pretindeau această capacitate de la întreaga umanitate. Trebuie să acceptăm că cei din urmă aveau dreptate, deoarece dacă nu ar exista această predispoziție în fiecare om, atunci cadrele didactice, și nu numai, nu ar mai avea cum să dezvolte creativitatea oamenilor.

### **D. Creativitatea ca dimensiune a personalității**

Creativitatea se impune asupra întregii personalități și activități psihice ale individului, dar, cu toate acestea, se impune și se integrează organic sistemului de personalitate.

Întotdeauna persoanele creative au fost percepute ca fiind volubile, flexibile, originale, capabile de a se adapta oricăror situații problemă, pe când persoanele cu potențial creativ scăzut nu răspund pozitiv la schimbare și evită situațiile problematice. Prin educație, potențialul creativ poate deveni, în timp, trăsătură de personalitate specifică. Educația creativității la vârsta școlară presupune existența unui sistem coerent de acțiuni educative, prin acestea dezvoltându-se spontaneitatea, independența gândirii, receptivitate față de probleme, motivația creativă, capacitatea de anticipare. În același timp, copilul învață să se documenteze, să cerceteze realitatea, să găsească soluții pe care să le verifice.

Există mai mulți factori care influențează creativitatea. Propunem o mică schema care să evidențieze relațiile dintre factori și eul creativ (fig. 1).



**Fig. 1. Factori care influențează creativitatea**

S-a susținut că există diferențe între potențialul diferiților indivizi, tocmai din cauza particularităților social-istorice, și grupul în care este integrat individul, condițiile materiale favorabile sau precare de care dispune, ca și cum ar fi o „treaptă de plecare”.

Din perspectiva dezvoltării culturii artistic-estetice, creativitatea este pusă în relație cu toate elementele sale: însușirea limbajului estetic, percepția și reconstrucția imaginii estetice și creația artistică.

Conceptul imaginii artistice nu poate fi separat de creativitatea artistică „ce ține de arhetipuri, simboluri, asociații, metafore, simțuri, precum și de imaginația colectivă, de mentalități și credințe ce explică latura inconștientă a creației.” [4, p. 53] Imaginea artistică pictată este percepută prin intermediul elementelor de limbaj plastic: culori, forma imaginii, linia și punctul, lumina, unghiul de realizare, perspectiva. Aportul simbolistic al semnului plastic și modul de reconstrucție a imaginii artistice constă în cercetarea felului în care funcționează transmiterea, „relațiile dintre cod și mesaj, dintre semn și semnificație, semantica semnelor plastice, asociațiile simbolice legate de ele. Semnul plastic poate avea semnificație directă – denotativă (descriere sau reprezentare a semnificatului) și indirectă – conotativă (simbolismul obiectului respectiv la nivel individual)”. [4, p. 54] Creativitatea este privită ca un proces de confruntare a individului cu mediul său.

Este foarte important ca în analiza impactului creativității asupra formării unei culturi artistic-estetice, în special la vârsta școlară mică, trebuie să se țină cont de teoriile creativității. [1, p. 126]

#### 1. Teoria psihanalitică a creativității:

Cercetătorii creativității de origine psihologică-abisală (Sharpe, Lee) se bazează pe considerațiile lui Freud, atunci când susțin că motivele oricărei performanțe culturale și-ar avea

originea în devierea energiilor libidoului de la scopurile lui primordiale și orientarea lor spre alte țeluri superioare.

O altă problemă a fost localizarea procesului creativ. Topografic, în sistemul elaborat de Freud, acesta se petrece în inconștient. Acest proces conține aceleași conflicte care la alți indivizi provoacă apariția nevrozelor. Procesul creativ reprezintă, în această viziune, satisfacerea emoțiilor interzise. El se dezvoltă pe baza unor asociații libere, alimentate de fantezie, de reverie și jocurile din copilărie. Individul creativ acceptă și prelucrează aceste asociații, pe când cel non-creativ le refulează.

### 2. *Teorii asociaționiste asupra creativității*

Soluția este mai creativă cu cât sunt îndepărtate elementele combinate. Se disting trei feluri de asociații creative:

- Serendipitatea: realizarea unor asociații pe baza contiguității întâmplătoare a mediului, asociații care duc la noi descoperiri.
- Asemănarea: poate promova creativitatea artistică.
- Mediarea de simboluri (matematica, fizica, chimie) care poate determina asociații care conduc la idei noi.

### 3. *Teoria configuraționistă (gestaltistă) asupra creativității*

Această teorie definește creativitatea ca pe o acțiune care duce la eliberarea completă a unei idei sau a unei „cunoștințe” noi. Analiza creativității nu se poate reduce doar la un singur aspect din acestea.

### 4. *Teoria existențialista asupra creativității*

Această teorie face deosebirea dintre pseudo creativitate (o trăire superficială estetizantă) și cea autentică care dă naștere noului. Creativitatea devine posibilă numai atunci când individul descoperă lumea proprie, mediul său. Intensitatea întâlnirii dintre individ și mediu determină gradul creativității.

Produsul creativității este produsul unei sănătăți emoționale maxime, reprezintă împlinirea necesității de a comunica cu lumea înconjurătoare.

### 5. *Teoria transferului creativității*

Guilford susține că produsele creativității sunt sisteme care se manifestă sub forma unor scheme, teme și motive. În opinia sa, orice personalitate creativă dispune încă din stadiile de început ale creativității de un sistem în baza căruia își desfășoară întreaga activitate. Domeniul în care își manifestă creativitatea este lipsit de importanță.

Creativitatea reprezintă un moment al învățării. Individul creativ înțelege informațiile pe baza celor vechi. El stabilește conexiuni noi pe baza cunoștințelor vechi. Creativitatea face parte din aspectele generale ale învățării.

### 6. *Teoria interpersonală sau culturală a creativității*

Această teorie acordă o importanță deosebită dependenței persoanei de semenii săi, de mediu și de cultură. Creativitatea ca un nou produs al noilor relații ce se stabilesc între individ și întâmplări, oameni, circumstanțe de viață. Așadar, pot fi considerate produse ale creației: raporturile interumane, situațiile de viață, operele de artă etc.

În concluzie, putem defini creativitatea ca o capacitate esențială și integrală a persoanei, rezultate din activitatea conjugată a tuturor funcțiilor sale psihice (cognitive, afective, volitive), conștient și inconștient, nativă sau dobândită, de ordin biologic, psihofiziologic și social, implicată în producerea ideilor noi, originale și valoroase.

Pornind de la aceste considerente teoretice, am dezvoltat un program de analiză a etapelor dezvoltării creativității în scopul formării culturii artistic-estetice. Psihologii au propus diverse etapizări, însă multe au fost contestate sau controversate. Succesiunea etapelor a rămas confirmată, deoarece procesul creator presupune întrepătrunderea așa-ziselor etape. S-a

remarcat însă că există două etape care au întrunit cerințele tuturor psihologilor, și anume prima: propunerea și ultima: verificarea, relația fiind tot timpul aceeași: realitate – virtual – realitate. De reținut este că aceste etape sunt specifice creativității individuale, și nu celei de grup.

Aceste două etape speciale au caracteristici particulare de la situație la situație, însă există un numitor comun.

Faza de pregătire este o perioadă când subiectul se orientează spre sarcina creativă, acumulează informații, analizează, experimentează mintal. Sarcina poate fi impusă din exterior prin cerințe sau asumată prin propria inițiativă. Sub aspect motivațional afectiv, subiectul trăiește curiozitate, entuziasm, dorința de exprimare, dar, în același timp, neliniște sau complexe de inferioritate uneori.

Ultima fază, elaborarea sau evaluarea, este o fișă analitică și voluntară. Ideea devine obiectivă, se sterilizează. Acceptarea soluției depinde și de așteptările celorlalți, și de atitudinea față de nou, de inedit.

Se poate considera că mulți adulți nu se manifestă creativ. Pregătirea pentru viitoarele demersuri creative finalizate cu produse se realizează încă de la vârste mici. Astfel, pentru a dezvolta potențialul creativ al copiilor în demersul nostru experimental, am urmărit următoarele obiective:

- A. Lărgirea activităților cognitive la copii;
- B. Valorificarea experienței de viață a copiilor în rezolvarea unor probleme impuse de viață cotidiană;
- C. Formarea la copii a unor procedee de investigare și de interpretare a informației;
- D. Formarea obișnuinței de a structura o soluție spontană;
- E. Formarea deprinderii de a asculta și apoi de a dezvolta opinia celui alt;
- F. Formarea deprinderii de a verifica soluțiile descoperite;
- G. Învingerea timidității;
- H. Formarea deprinderii de a accepta orice variantă ca fiind posibilă și demnă de a fi probată.

Am abordat creativitatea ca produs și am explorat doar primele trei niveluri ale acesteia, considerându-le esențiale pentru vârsta școlară mică: creativitatea expresivă; creativitatea procesuală și creativitatea inventivă.

Ceea ce am observat a fost că majoritatea copiilor pornesc de la clișeele artistice, specifice vârstei, dar, prin expunerea și analiza elementelor de limbaj plastic și limbaj estetic, copiii ajung să dezvolte un domeniu destul de vast, care să permită manifestări ale creativității inventive.

#### *Concluzii:*

Expunerea copiilor la situații problemă variate în domeniul plastic și literar-estetic asigură dezvoltarea creativității acestora atât ca produs, ca proces, cât și ca trăsătură a personalității. Dezvoltarea creativității devine apoi o treaptă esențială în perceperea și reconstrucția imaginii artistice și a operei de artă. Astfel, putem specifica existența interdependenței dintre dezvoltarea creativității și dezvoltarea elementelor culturii artistic-estetice.

### **BIBLIOGRAFIE**

1. DRAGU, A. *Psihologie și pedagogie școlară*, Ed Ovidius University Press, Constanța. 2003, 198 p, ISBN 973614-135-7
2. MORARU, I. *Psihologia creativității*, Ed Victor, București, 1997, 168 p, ISBN 973-97318-7-2
3. ZLATE, M/ *Fundamentele psihologiei*, Ed Universitară, București, 2006, 461 p, ISBN 978-973-749-059-9
4. Învățământul artistic – dimensiuni culturale : Materialele conf. șt. internaționale Academia de muzică, teatru și arte plastice, Republica Moldova, vol. II, Chișinău, 2020, 84 p, ISBN 978-9975-3311-7-3