

Традиционное творчество и современный креатив

С распространением информационных технологий изменился механизм функционирования всех сфер культуры и статус творчества как той способности, благодаря которой культура изначально возникла. Согласно словарю С. И. Ожегова, творчество – это создание новых по замыслу культурных, материальных ценностей. В соответствии с этим, все достижения культурной жизни образовались благодаря научному, художественному, нравственному, религиозному или техническому творчеству. Информационные технологии позволяют распространять информацию об этих достижениях, однако неясно, способствуют ли они созданию новых культурных ценностей. Данные о том, что информация на Земле удваивается за считанные годы и процесс все ускоряется, косвенно свидетельствуют, что информация эта не является особо важной, это информация, у которой есть производитель, но нет потребителя. Увеличение количества информации приводит к девальвации знания, кажется, что все давно уже известно, нужно только уметь это найти, найти именно «информацию», структурированный набор языковых высказываний. В условиях избытка информации люди ориентированы на поиск не нового, а интересного. Поэтому информационная среда нуждается не столько в творчестве нового содержания сфер культуры, сколько в креативных решениях по его продвижению к потребителю. Креатив как производство привлекательной «упаковки культурных содержаний» становится на современном этапе

самостоятельной деятельностью по созданию нового продукта, сущность которой отличается от традиционного творчества как создания новых ценностей.

Изначально представления о творчестве восходят к концепции Божественного Творения: творения из ничего, обусловленного лишь потенциями творца; творения как создания идей-образцов; творения как самоценного акта, результаты которого являются ценностью в силу своего происхождения и не нуждаются в доказательстве своей полезности. Креативность же – детище информационной постмодерной культуры, отказавшейся от метафизических, в том числе религиозных, оснований сознания и деятельности. Если творчество предполагает создание новой сущности, то креативность может довольствоваться производством феноменов, а то и симулякров, когда достаточно произвести очередное «различие» (Ж. Делёз), чтобы стать автором некоей «инновации». Если в основе творчества лежит создание самодостаточных идей, воплощенных затем в произведениях, креативность изначально ориентирована на создание продукта (читай, товара). Даже в области духовного производства креативными являются идеи, которые можно распространить среди людей, с помощью которых можно воздействовать на социальную практику, в то время как концепции творчества предполагали самоценность идей и духовных движений, вне зависимости от их практического применения. В классической культуре творчество мыслилось как универсальное свойство человеческой природы, но проявляющееся в особых областях деятельности. Теперь же «креативщики» превращаются в особую группу работников, вовсе не тождественную прежнему сообществу «людей творческих профессий». Демократичность креатива состоит в том, что он возможен в любой области, а актёр, писатель или даже учёный на современном этапе вовсе не обязательно должен быть «творцом» в собственном смысле слова. Признаком профессионализма становится не создание самобытного произведения, а грамотное воспроизведение технологии. Например, при продаже прав на постановку спектакля правообладатели скрупулезно следят за тем, чтобы новая постановка ничем не отличалась от оригинальной и не содержала никаких «творческих» отклонений. Для работника науки важнейшим профессиональным навыком становится умение работать с электронными базами данных, заниматься полнотекстовым поиском и поиском по ключевым словам, компилировать полученную информацию, «набивать» тексты по готовому шаблону.

В мире креатива происходит действительная «смерть автора», в силу чего изменяются и представления о плагиате. Если к изображению Моны Лизы добавить усы Сальвадора Дали, то это не плагиат, а креатив, создатель которого (Филипп Хальсман) получил не иск от наследников, а гонорар. Скандал с романом «Код да Винчи», идеи которого заимствованы из научной монографии, показывает, что присвоение идей уже не считается плагиатом. Авторские права распространяются не на творческую, а на креативную составляющую: на литературную «упаковку» идей, способ их позиционирования и продажи. Поэтому в информационную эпоху правовые и моральные аспекты проблемы плагиата расходятся между собой. Несмотря на соблюдение правовых норм, производители «ремейков» оскорбляют моральное право традиционных творцов, ибо при этом авторство на оформление идейного материала ставится на одну доску с авторством того, кто этот материал произвел. Тот, кто юридически оформил свое право на креативное использование чужой идеи, вполне может быть плагиатором по моральным критериям и наоборот: создатель идеи, не запатентовавший ее, не может получить прибыль от ее промышленного использования. Например, создатели графена (новейшего материала с эксклюзивными свойствами), получившие за это Нобелевскую премию 2010 г., не обладают патентом на свое изобретение.

Современный мир нуждается в творцах для создания культурных ценностей, адекватных информационному обществу, и в креативщиках, способных сделать эти ценности движущей силой социального развития. В свете этих задач требуют определенного уточнения методические установки в учебном процессе. Поскольку как старое творчество, так и новая креативность представляют собой огромную ценность, следует максимально поощрять такого рода деятельность. Курсовые работы, задания по контролю самостоятельной работы студента, все виды практики должны быть ориентированы на воспитание и поощрение творцов в собственном смысле слова. При этом, естественно, следует обучать подрастающее поколение научной культуре, сообщать этические нормы, запрещающие плагиат. Требования к курсовым работам как самостоятельным авторским текстам не могут занижаться под предлогом того, что соответствовать им могут лишь немногие. Нетворческие курсовые работы просто должны получать низкую оценку, которая должна стать дежурной нормой для работ, не выходящих за пределы компиляции материала по учебной тематике.

В то же время учебная деятельность должна быть организована таким образом, чтобы формировать у студентов и навыки другого рода, которые не связаны с производством нового знания, но являются необходимыми для жизни в информационном обществе. Речь идет об умении искать информацию, использовать ее при решении конкретных проблем, создавать креативную презентацию материала. Следует целенаправленно обучать студентов поиску литературы в библиотеках, поиску подходящих материалов в Интернете, а также навыкам применения полезной информации к поставленной задаче (подготовить учебную лекцию, например).

Таким образом, следует проводить принципиальное различие между авторскими творческими работами с высокой ответственностью за оригинальность интеллектуального продукта, отсутствие заимствований и соблюдение культуры цитирования, и учебными работами реферативного, компилятивного, информационного плана.