

Makary Krzysztof Stasiak  <https://orcid.org/0000-0001-8241-3180>
Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

Wiesław Przybyła  <https://orcid.org/0000-0003-0074-677X>
Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi
e-mail: wprzybyla@ahelodz.pl

Recenzja książki Marcina Klika i Anny Cierpki *Rodzinne uwarunkowania kreatywności**

Review of Marcin Klik's i Anna Cierpka's monograph *Rodzinne uwarunkowania kreatywności*

<https://doi.org/10.25312/CH.860>

Badania nad kreatywnością dawno już przestały być rozważaniami na uboczu prawdziwej nauki czy tylko zestawem ciekawych, acz wyłącznie praktycznych ćwiczeń. Kreatywność wkroczyła do poważnego dyskursu naukowego za sprawą profesjonalnego ruchu badawczego, zainicjowanego między innymi w Buffalo University i twórczo rozwijanego przez rozmaite ośrodki w świecie Zachodu. Również i polscy badacze eksplorują zagadnienie kreatywności, stawiając je w rozmaitych kontekstach i uszczegółowieniach.

Recenzowana praca dwojga naukowców z Uniwersytetu Warszawskiego, zajmujących się w swojej praktyce akademickiej dwiema odmiennymi dyscyplinami: literaturoznawstwem i psychologią, przynosi wiele nowych ustaleń na temat procesu kształtowania się dyspozycji kreatywnych w jednostce. Autorzy podjęli się niemałego trudu rozpoznania korelacji pomiędzy poziomem potencjału twórczego człowieka a właściwościami jego środowiska rodzinnego. W ten sposób proponują rozszerzenie (przełamanie?) tradycyjnego kierunku badań nad *creativity* polegającego na analizie kontekstu „personologicznego”,

* M. Klik, A. Cierpka, *Rodzinne uwarunkowania kreatywności*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2022.

co zasadniczo ogranicza widzenie niezwykle złożonego zjawiska, jakim jest wzrost zasobu kreatywnego w osobie ludzkiej. Należy w tym miejscu podkreślić, że dbałość o podmiotowy rozwój człowieka, również w rodzinie, nie jest jedną z wielu wartości, lecz wartością podstawową, która winna organizować nasze zachowanie. Rozwój naszych dyspozycji podmiotowych winien być bowiem naczelną zasadą porządkującą wszelką naszą aktywność.

Kontekstem badań kreatywnościowych w publikacji Marcina Klika i Anny Cierpkiej jest rodzina. Badacze, używając metod zarówno jakościowych, jak i ilościowych, wzięli pod uwagę najistotniejsze aspekty życia rodzinnego, takie jak: status socjoekonomiczny rodziny, liczba, płeć, wiek dzieci, styl wychowania obrany przez rodziców, atmosfera uczuciowa w danej rodzinie, spektrum zachowań i obyczajów czy swoisty socjolekt rodzinny, rozumiany nie tylko lingwistycznie. Ambitny cel, jaki postawili sobie badacze, stał się wyzwaniem miejscami nie do spełnienia, gdyż nie jest łatwo jednoznacznie rozstrzygnąć kwestie rodzinnych uwarunkowań kreatywności. Pytanie o rozwój potencjału twórczego jednostki jest bowiem w istocie pytaniem o możliwe interakcje między osobowością człowieka a cechami systemu rodzinnego, w którym wzrastał. Człowiek postrzega siebie jako autonomiczny podmiot, który jest samodzielny i twórczy. Potrafi on nie tylko odzwierciedlać rzeczywistość, ale także kształtować ją wedle własnych kreatywnych zamysłów. Podmiotowość zajmuje miejsce obiektywistycznych założeń i powtarzalnych praw naukowych.

Autorzy wychodzą z nader słusznego założenia wolnościowego, łącząc ideę *creativitas* z fundamentalną wartością, jaką jest *libertas*. Rodzina, jak wiemy, potrafi być najdoskonalszym aparatem przymusu, co samo w sobie wyklucza progres kreatywnościowy u młodych ludzi. W modelu „pracy z przymusu” człowiek nie ma jednak możliwości podmiotowego rozwoju, gdyż broni się przed prawem do decydowania i traktuje je jako zagrożenie. W przypadku „pracy z własnej woli” jednostka może wykonywać ją z pasji oraz otworzyć się na rozwój posiadanych i oczekiwanych kompetencji. Specyfiką modelu podmiotowego jest nowa szansa dla jednostki – możliwość podmiotowego rozwoju posiadanych kompetencji.

Zgodnie z nader słuszną konstatacją Richarda Floridy: „Ludzka kreatywność to podstawowy kapitał ekonomiczny”¹ wychowanie w rodzinie ma na celu wyposażenie dziecka w całozyciowe zasoby kompetencji kreatywnych. Faktem jest, że żyjemy obecnie w gospodarce informacyjnej czy też w gospodarce opartej na wiedzy. Trafniejsze jest jednak stwierdzenie, że żyjemy w gospodarce przyrastającej dzięki ludzkiej kreatywności. Co ważne, kreatywność jest dziś najobfitszym źródłem przewagi konkurencyjnej. Zwyciężają tylko ci, którzy potrafią i nie przestają tworzyć – we wszystkich gałęziach gospodarki, od produktów żywnościowych po modę, od informatyki po budownictwo.

Kreatywność jest czysto ludzką kompetencją, postawą, potencją działania. Nie można postawy kreatywnej kupić ani sprzedać, bo nie jest ona towarem. Kreatywność rodzi się w człowieku i pochodzi od człowieka. Według klasycznych i uznanych definicji kreatywność jest zjawiskiem pobudzania nowych myśli, przeformułowania dotychczasowej

¹ R. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej*, Wydawnictwo Naukowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 9.

wiedzy i analizowania założeń w celu opracowywania nowych teorii i paradygmatów. Jest to proces, który obejmuje ujawnianie, selekcjonowanie, wymianę i łączenie faktów, idei oraz umiejętności i polega na tworzeniu nowych oryginalnych rozwiązań za pomocą kojarzenia i wykorzystywania wiedzy z różnych dziedzin².

Autorzy wprowadzili nie posługują się kategorią i pojęciem podmiotu autonomicznego, ale warto w tym miejscu przywołać ich konstatację, że rodzina może być wsparciem w procesie autonomizacji jednostki, kreując jej repozytorium podmiotowe. Podmiot autonomiczny to bowiem każdy żywy organizm pozostający w interakcji z otoczeniem (pobierający coś z otoczenia, dostosowujący się do otoczenia, przekształcający otoczenie), organizm wydzielony z otoczenia, posiadający wewnętrzną strukturę (na przykład firma, która ma swoją siedzibę, strukturę, finanse, uwarunkowania prawne), organizm grający z otoczeniem o przeżycie.

Przykładem podmiotu autonomicznego może być więc osoba, rodzina, firma. Podmiot dysponuje charakterystycznymi dla siebie możliwościami działania, a więc zapasem finansów, możliwościami pozyskania kredytu lub ich brakiem, zasobem kadrowym, zasobami materialnymi, urządzeniami, rynkiem, możliwościami oddziaływania na rynek i odbiorców, ale przede wszystkim dysponuje też zasobem kompetencji, wiedzy, umiejętności, kapitałem społecznym i relacjami interpersonalnymi.

Jak podmiot autonomiczny może uzyskać wyższą sprawność działania i zapewnić sobie nie tylko przeżycie, ale i wzrost szans na przeżycie? Uczynić to może przez przypadek lub też na drodze zamierzonego rozwoju własnego potencjału kreatywnego, w pracy prowadzącej do wzbogacenia jego wyposażenia podmiotowego. Wyposażenie podmiotu jest tym bogatsze, im wyższy jest rozwój osobowości i rozwój potencjału kreatywnego podmiotu. Podmiot autonomiczny może w sobie i tylko w sobie poszukać kreatywnych i wygrywających rozwiązań. Podmiot potrafi organizować proces swojego wzrastania, proces systematycznego podnoszenia posiadanego potencjału.

Należy w tym miejscu zauważyć, że człowiek może rozwijać własny potencjał i podejmować akty twórcze w dwojaki sposób: a) trafiać na kreatywne rozwiązania przypadkowo, mimowolnie; b) być umyślnym sprawcą, który świadomie rozwija własne kompetencje kreatywne i świadomie poszukuje, wybiera rozwiązania prowadzące do wzrostu rentowności działania podmiotu, czyli konstytuuje akty twórcze. Jak zauważa Kazimierz Obuchowski „z tą chwilą jednostka ludzka zaczyna być osobą, gdyż staje się zdolna do tego, aby ujmować rzeczywistość podmiotowo”³.

Niewątpliwie recenzowana praca dotyczy prymarnego środowiska kształtowania się postaw kreatywnych, jakim jest rodzina. Zaprezentowane w publikacji badanie stanowi ważny krok w wyjaśnieniu roli zachowań rodzicielskich w rozwoju kreatywności dzieci poprzez tworzenie klimatu sprzyjającego kreatywności w środowisku domowym. Szczególnie obiecującym kierunkiem mogą być pogłębione badania nad rolą płci rodzica w relacji między wymiarami konstruktywnych stylów rodzicielskich a klimatem

² T. Proctor, *Zarządzanie twórcze*, Wydawnictwo Gebethner i Ska, Warszawa 1998, s. 46.

³ K. Obuchowski, *Człowiek intencjonalny, czyli o tym, jak być sobą*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2000, s. 104.

sprzyjającym kreatywności w relacjach rodzic–dziecko. Ponadto przyszłe badania mogłyby określić skuteczność interwencji wspierających rodziców w tworzeniu klimatu sprzyjającego kreatywności w relacjach rodzic–dziecko.

Interesujące są konkluzje z przeprowadzonych badań. Badacze podkreślają, że nie udało się uzyskać jednoznacznych zależności pomiędzy badanymi parametrami a poziomem potencjału kreatywnego członków rodzin. Czytamy w końcowej dyskusji wniosek: „Pod względem modelowania zachowań twórczych przez rodzinę badani dzielą się wyraźnie na dwie, mniej więcej równoliczne grupy: zainspirowanych swoimi kreatywnymi rodzicami i tych, dla których rodzice zdecydowanie nie są wzorem postawy twórczej” (s. 103). Można by uznać, że wbrew oczekiwaniom, ale zgodnie z dużą rzetelnością i głębią badania, nie odkryto ścisłego wpływu funkcjonowania rodziny pochodzenia na rozwój zasobów kreatywnych człowieka. Powyższa konkluzja nie przybliżyła nas oczywiście do odkrycia źródeł, generatorów i rewelatorów kreatywności, która wciąż pozostaje dyspozycją wieloczynnikową i chyba nieco enigmatyczną w kontekście badań psychospołecznych.

Bibliografia

Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej*, Wydawnictwo Naukowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

Obuchowski K., *Człowiek intencjonalny, czyli o tym, jak być sobą*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2000.

Proctor T., *Zarządzanie twórcze*, Wydawnictwo Gebethner i Ska, Warszawa 1998.

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Na tych samych warunkach 4.0 Międzynarodowe.

