

## КУЛЬТУРА І ЦИВІЛІЗАЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ І РОЗВИТКУ

УДК 316.7

Ніколенко К.В.,  
старший викладач

Донецький національний університет  
економіки і торгівлі  
ім. М. Туган-Барановського,  
м. Кривий Ріг, Україна,  
e-mail: kseniya\_nikolenko@mail.ru

### СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТ КРЕАТИВНОСТІ

Nikolenko K.V.,  
Senior Lecturer

Donetsk National University of Economics and  
Trade named after Mykhailo Tygan-Baranovsky,  
Kryvyi Rih, Ukraine,  
e-mail: kseniya\_nikolenko@mail.ru

### THE SOCIOCULTURAL ASPECT OF CREATIVITY

***Мета.** Проаналізувати креативність за допомогою логіки різних соціальних процесів і трансформацій, дати відповідь на питання про природу креативності як явища, основних чинників і механізмів її формування.*

***Методика.** На основі соціокультурного фактору існування людства, проаналізовано методологічні принципи креативності в контексті соціально-філософської парадигми. Креативність розглядається як умова соціального буття, як основа поведінки і діяльності людини спрямована на розкриття універсальних можливостей суспільства.*

***Результати.** Креативність – одна з найважливіших загальнонаукових проблем, досліджуваних нині на філософському, культурологічному, педагогічному, індивідуально-психологічному, соціально-психологічному рівнях.*

*Сучасна ситуація така, що людині доводиться дуже швидко мінятися, постійно рости і розвиватися, щоб бути затребуваним у суспільстві. Креативність дозволяє людині удосконалюватися і не боятися нового, швидко адаптуватися до змінних умов і вимог. Вона створює сприятливі передумови для розвитку особистості в цілому, сприяє її саморозкриттю, самореалізації, самодостатності і толерантності. Основною формою активності особи, що сформувалася, є професійна діяльність, ефективність якої багато в чому залежить від її творчого характеру. У зв'язку з цим, особливе значення набуває процес розвитку креативності, необхідної для успішної реалізації професійної діяльності.*

***Наукова новизна.** Креативність виступає як певна основа соціальної поведінки, необхідна умова соціального буття, виходячи з цього, необхідно встановити, яке відношення процес креативності має до культури й цивілізації. Якими можуть бути перспективи розвитку суспільства і людства, виходячи з креативності як чинника, що проходить крізь усі сфери людського буття.*

*Одне з найбільш серйозних питань, що стоять нині перед суспільними науками – природа соціальних трансформацій. Яким чином стійка соціальна структура виявляється схильною до змін, що кореняться в її ж власній природі? Будучи феноменом соціального простору, такі трансформації мають суто когнітивну природу, бо інновації є наслідками креативних процесів, до яких залучається деяка сукупність суб'єктів суспільства.*

***Практична значимість.** Практична значимість статті полягає в змістовому розумінні феномена креативності як такого. На інформаційному рівні ми можемо констатувати ряд шляхів розвитку і засвоєння креативності за для її практичного застосування, проте тільки шляхом експериментальної перевірки можна переконатися, якою є міра впливу активного суб'єкта на формування або винахід нового, що вимагає визначення методологічних принципів дослідження креативності як соціально-філософської проблеми. Тому теоретичне усвідомлення процесу, аналіз креативних складових, пошук шляхів оптимізації*

*процесу креативності, здійснені в межах даної роботи, виступають джерелом практичної складової дослідження.*

**Ключові слова:** *креативність, креативний процес, креативний продукт, компоненти креативності, креативний акт.*

**Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень.** Розглядаючи креативність з різних точок зору (як об'єкт дослідження), відзначимо специфічне визначення і термінологічне позначення: в психології креативність розуміється як творча діяльність окремої особи; у соціології – загальне спрямування суспільства для досягнення матеріальних благ, по суті виступаючи резервом людської цивілізації; в культурології як сукупність різних досягнень людства і т.п. Поняття креативності можна розділити на ряд спеціалізованих визначень, відбитих в наступних термінах: наукова творчість, художня, тощо.

Об'єктом креативності може стати будь-яка діяльність людини, будь-який її прояв, спрямований на розвиток людини, розкриття універсальних можливостей суспільства, перетворення матеріального і духовного світів.

В історії філософії проблеми творчості були предметом наукового розгляду багатьох дослідників. Креативність розуміється як синонім творчості, який має специфічні риси, що не виходять за рамки творчості, в той же час підкреслює соціальну трансформуючу особово-діяльну складову. У межах цього бачення можна констатувати такі підходи до вивчення креативності: релігійні (Ф. Аквінський, М. Шакхи, В. Соловйов) ірраціоналістичні/інтуїтивні (А. Бергсон, М. де Біран, А. Шопенгауер, Н. Лоський, Б. Кроче і так далі), ідеалістичні (Платон, Гегель) і матеріалістичні (М. Каган, А. Лосєв).

Феномен креативності багатогранний, і на даний момент не існує єдиної думки стосовно його змісту. Сам термін виник у психології, але досі не має однозначного визначення в цій науці, тому цей феномен, з різних точок зору, розглядається в різних сферах наукового знання.

Науково-філософське розуміння креативності на сьогодні, припускає наявність наступних елементів: визначення субстанції і механізмів креативності, креативний процес як такий, різні міри спрямованості і реалізації креативності; ідея глобальної креативності (суть якої полягає у визнанні онтологічного статусу креативних процесів); розкриття універсального механізму креативності, що проходить через точки біфуркації (у руслі ідей синергетики); самоорганізація і еволюція креативних процесів; універсальна значущість результатів креативного процесу; критерії оцінювання креативних актів і продуктів; креативність як базисна метафізична парадигма.

Перелічені вище факти й елементи креативності вимагають систематичного і комплексного аналізу їх дослідження. Нами застосований і вироблений методологічний інструментарій, що дозволяє відстежити сучасні соціокультурні трансформації в розумінні феномену креативності. По-перше, екстраполяція в майбутнє тенденцій, що спостерігаються, закономірності розвитку яких, у минулому і в теперішньому часі, достатньо вивчені, причому ці тенденції у своєму існуванні зберігаються без значних змін. Це дозволяє розглядати креативний процес в його перспективному розумінні. По-друге, метод оцінок полягає в оцінюванні креативності того або іншого явища (експертні оцінки), відбиває суть і значення креативного продукту. По-третє, моделювання прогнозованих креативних ситуацій (розуміючи під моделлю умови, що сприяють редукації для зручності дослідження, схематичне уявлення про об'єкт креативності, сценарії можливого або бажаного розвитку креативності як явища).

У розумінні природи креативності неможливо виділити спрощені або ідеальні елементи, що обґрунтовують алгоритм створення нового, тобто виділити креативний акт і креативний процес як логічну константу раціонального осмислення/освоєння людиною соціальної дійсності. Тобто, реалізувати принцип пізнавальності креативного неможливо безпосередньо в силу його фактичної відсутності в досвіді. Можна говорити про зародження ідеї в потенції, таким чином, уможлиблюється тільки визначення основних напрямів, що ставлять питання про джерело змін, тобто в здійсненні креативного акту, в переході від старого до нового. Більшість вчених, розглядаючи креативність, зводили цей процес або до психологізації досліджуваного феномену або до ірраціоналізації, в силу відсутності системної соціально-філософської інтерпретації й аналізу креативності. Констатуємо відсутність дистрибутивних компонентів (що мають силу для кожного явища) в розумінні суті феномену креативності. Дійсно, можливим є лише приблизне (гіпотетичне) вираження деяких абстрактних форм, сфер можливостей, що отримують або не отримують подальший прояв в якісно новому продукті, за допомогою здійснення креативних актів в соціокультурній діяльності людини.

У 50-ті роки ХХ століття у зв'язку з вивченням творчості, її механізмів, процесів, напрямів з метою пояснити акт створення нового, як спроба узагальнення всього, що зв'язується з творчим процесом, продуктом, самим творцем, виникає поняття креативності. Цей термін включає увесь комплекс сторін вивчення феномену творчості.

Так, питання про природу удосконалення реальності, спрощення людської діяльності, узгодження утворюваного процесу взагалі і конкретних потреб соціуму, можливостей впливу на сам процес, з подальшим формуванням у людини необхідних механізмів поведінки, стали об'єктом теоретичних дискусій.

З появою нових досліджень творчості і спроб виділення предмета креативності як специфічної активності людини, виникає необхідність вивчення цього феномену як самостійного. І хоча в різних науках (економічних, соціальних, технічних) принципи креативності реалізуються неоднаково, вони, проте, базуються на загальних методологічних установах. Більшість дослідників розуміють креативність як сукупність механізмів створення нового (психологія), як виділення її природи і суті (філософія), як властивість, яку має людина, що і відрізняє її діяльність від будь-якої іншої (наука). Труднощі в розумінні й інтерпретації різних творчих явищ в історії призвели до введення в науковий обіг поняття креативності. Креативність як предмет вивчення виникає на основі досягнення творчості і виділяється як самостійний об'єкт наукового дослідження.

Оскільки креативність є особливою формою розвитку, що виникає з доцільної діяльності, спрямованої на якісну зміну або перетворення ідеального або матеріального феномену, то її продукт характеризується низкою ознак: новизною (у відношенні до інших речей, дій, технологій тощо), соціальною значущістю, практичною доцільністю, естетичною й етичною досконалістю (креативні зміни людей, в процесі їх соціалізації).

Новизна, будучи однією з методологічних ознак креативності, виступає у вигляді іншого набору можливостей, які містять нове в порівнянні із старим. Суперечність нового з вже наявним – сутнісний момент в розумінні однієї з основних характеристик креативності. Для А. Авер'янова: «кожне явище має свій початок, тобто виникає, але виникає воно не на порожньому місці, не ні з чого, а на базі передування, в надрах передування і проявляється за сприятливих умов. Виникнення найтіснішим чином пов'язане з категорією «нове». Констатуємо, діалектичний дуалізм, співвідношення нового і старого як процесів взаємопроникнення, виникнення синтезу» [6, с. 172].

П. Гасенді підкреслював, що в процесі матеріального створення сама речовина не твориться, не продукується ні з чого [2, с. 641]. Протилежної точки зору дотримувався Дж. Г. Л'юїс – для нього нове цілком відірване від старого і виникає як прояв невідомих причин [5, с. 142]. А. Морган і С. Александер, знаходячись на позиціях телеологізму ірраціонального типу, в основу виникнення нового ставлять прояв невідомого нематеріального чинника.

Розгляд креативності як перехід від одного етапу до іншого дозволяє побачити старе і нове в якості моментів на шляху реалізації креативної діяльності. Виділимо тут два методологічних принципи при розгляді труднощів у співвідношенні нового і старого в креативному процесі: 1) пов'язаний з актуалізацією минулого досвіду; 2) викликані подоланням соціальних сил, що наполягають на збереженні старого. Складнощі першого роду вирішуються шляхом комп'ютеризації й автоматизації рутинних, стереотипних дій, що дозволить людині зосередитися виключно на креативних функціях; другого – шляхом зміни норм в соціальних інститутах. Нове не сприймається як ідеальна необхідна суть, в соціумі спостерігається різкий процес неприйняття, що супроводжується появою опонентів. З часом відбувається зміна консервативних ідей, які відходять на другий план, а нове залишається і засвоюється як необхідне.

Із загальнонаукової точки зору креативність розуміється у формі відкриттів, осяянь, у вигляді рішення конкретних завдань. У мистецтві креативність проявляється як власне метод, створення нового, що проявляється за допомогою творчого осмислення дійсності і відображень символічних знаків. У соціологічній науці у рамках вивчення креативної соціології і соціології творчості аналізуються креативна діяльність як властивість соціальної системи (Г. Тард, Н. Кондратьєв, Г. Хакен, И. Шумпетер і ін.).

Об'єднуючи існуючі підходи в дослідженні креативності у філософії відзначаємо, що вона може бути проаналізована з точки зору декількох компонентів: як цілий акт, одиничний випадок поведінки; як завершальна стадія формування об'єктів або форм існування, які є відмінними одна від одної; розвитку креативності сприяє розумова діяльність; креативність формується залежно від певних перетворень індивідуальності; творчий акт відбувається під впливом довкілля.

Креативність неможливо розкрити, виходячи з вивчення внутрішніх особливостей якоїсь окремої сфери людського життя, засобами якої-небудь однієї приватної науки не можна й показати увесь феномен у його повноті. У рамках соціально-філософського дискурсу креативність розуміється не лише як специфічна відмінна риса еліти, а як властивість, протилежна до відображення в різних сферах діяльності людини. Для її вивчення потрібний комплексний науковий підхід, що спирається на таку методологічну основу, яка враховує сучасні наукові досягнення.

У рамках методологічного аналізу креативності виділяємо в ній компоненти продуктивного і репродуктивного, конструктивного і деструктивного. Під репродуктивним, розуміється не просто протилежне продуктивному, але власне умови його прояву (не причина). Репродуктивна діяльність не завжди призводить до креативного акту, а так само може залишатися незмінною, замкнутися в собі, а може сприяти прояву нового, продуктивному процесу креативної діяльності. Отже, якщо наявність репродуктивної діяльності не виступає причиною креативності, то її відсутність може стати причиною, що перешкоджає реалізації продуктивного, креативного акту. Так репродуктивна діяльність є необхідним, але недостатнім чинником для креативності. В цілому перманентний, безперервний креативний процес, відірваний від відомого і звичного. Методологічним принципом дослідження креативності виступає відсутність антагонізму буденного і науково-технічного, стереотипного і нестереотипного, репродуктивного і продуктивного.

Наступний методологічний принцип у дослідженні креативності полягає в специфічній потребі збереження звичного і стійкого, разом з потребою змін і вдосконалення як атрибутів креативного. Вперше діалектичну єдність відтворювальної і креативної сторони в соціальному досвіді людини констатував Л. Виготський. Властивістю людського мозку він відзначав не лише зберігання і відтворення минулого досвіду, але й здатність комбінувати, креативно переробляти й творити з елементів колишнього досвіду нове знання, що призводить до нових дій [1, с. 43].

Однак, якби діяльність людини обмежувалася лише відтворенням минулого досвіду, то людина була б істотою, оберненою в минуле, пристосування до майбутнього проявлялося б настільки, наскільки воно відтворює це минуле. Саме продуктивна, креативна активність робить людину істотою, спрямованою в майбутнє, творить його і видозмінює сьогодення. Більше того, репродуктивне є умовою продуктивного, за допомогою його реалізується спадкоємність у креативному процесі.

Процес співвідношення деструктивного і конструктивного полягає в специфіці самої основи креативності. Описуючи конструктивну сторону пізнання як здійснення креативності, виділяємо деструктивність як забезпечення реалізації основної властивості креативності. Деструктивний початок проявляється в руйнуванні рутинних, відсталих, малоефективних засобів і підходів до пізнання об'єкта або відповідних ідей, концепцій, поглядів на структуру, розвитку, функціонування тощо. А. Кестлер стверджує, що креативність – «це одночасно і акт руйнування, і акт творення, бо це вимагає розриву з розумовими звичками, вимагає розплавити застиглу структуру, прийнятій теорії, і тим самим зробити можливим новий сплав ідей» [4, с. 23].

Можливість зіставити нові ідеї виникає в результаті неусвідомленої й усвідомленої, цілеспрямованої дискурсивної розумової діяльності. Результат такої єдності полягає в креативному акті. Але, без руйнування певних сторін колишніх поглядів, догматичних концепцій, подальша розумова діяльність ускладнює креативний акт, отже досягнення мети здійснюється з необхідністю руйнування.

Деструктивність потрібна не лише як одна із сторін протилежності, але і як можливість переходу протилежностей з однієї в іншу, при цьому вона своєрідно виконує конструктивну роль. Російський дослідник В. Цапок виділяє наступні якості деструктивності: 1) обмежувач кумулятивної конструктивної діяльності; 2) екзамінація визначення на придатність результатів конструктивної діяльності; 3) селекціонер придатних і не придатних для креативної діяльності продуктів думки, тобто сама виконує конструктивну функцію [7, с. 43].

Як ми вже відзначали, креативність є складною, багаторівневою системою динамічно гетерогенних елементів. Тому методологічним принципом креативності виступає редукція як спрощене зведення складного довільного процесу до простішого, доступнішого для аналізу і рішення. У розумінні креативності, прагнення звести найбільш складне до простого дозволяє легко виявити однозначний зв'язок причини і наслідку, повторюваність і відтворюваність процесів з високою передбачуваністю. Саме ця властивість простоти представляє значний інтерес в евристичному плані для встановлення напряму креативного пошуку. Хоча принцип редукціонізму і не розкриває природу і суть креативності в усій повноті, але все таки дозволяє відстежити окремі складові цього складного процесу.

Принцип екстраполяції дозволяє відстежити деякі методологічні складові сутності креативності. В процесі узагальнення людських знань і уявлень про навколишній об'єктивний світ, вироблення загальних понять і категорій завжди допускається поширення, перенесення деяких точно встановлених фактів і закономірностей на ще неохоплені людським пізнанням області. Це розкриває одну із сторін креативного акту.

Рефлексія як методологічний принцип креативності пов'язана з вичленовуванням засобів, норм, методів, форм духовної і практичної діяльності, спрямованих на досягнення певного результату. Оскільки постановка пізнавального завдання визначення засобів і вироблення програми її рішення утворюють рівень рефлексії пізнавального процесу, то і креативна діяльність в тій мірі, в якій залежить від її свідомої самоорганізації, є рефлексією.

Принцип інтуїтивізму в креативності полягає в неповноті усвідомленому первинному, прогностичному знанні, в здогадці, як приблизному ідеальному еквіваленті майбутнього результату пізнання, активно впливає на увесь хід протікання цього процесу. Констатуємо взаємозв'язок інтуїції і рефлексії на прогностичному рівні, якщо знання самоорганізуються (креативна інтуїція). Як відзначав ще Р. Декарт: «дуже мало існує таких ясних і простих речей, які можна інтуїтивно осягнути з першого погляду і через самих себе безпосередньо, не за посередництва яких-небудь інших, але за допомогою досвіду над ними самими, або деякого властивого нам світла» [3, с. 156].

Інтуїція може проявитися не лише на різних рівнях пізнавальної діяльності, але і в різні моменти розвитку пізнання одного і того ж рівня (теоретичного або емпіричного). Виняткове значення має інтуїтивний момент процесу креативності в ситуації невизначеності, коли необхідно виявити не лише предмет креативної діяльності, але і механізми її досягнення.

Суть креативності залежить від інтуїтивного сприйняття явищ, від внутрішніх суджень. Проте, досягнення креативного акту – це раціональний процес. Отже, абсолютизація інтуїції навіть при першому зіткненні з креативним, не гарантує розуміння явища, якщо не задіяне раціональне мислення.

Методологічним прийомом, застосовним для креативності може виступати спроба вписати креативне в стереотипну модель, а потім, розкласти її на елементи і виділити деякий первинний елемент.

Принцип альтернативності – найважливіший принцип креативності, що відбиває стохастичний (вірогідний) характер реальних явищ, що дозволяє розглянути найважливіші проблемні питання соціуму, рішення яких вимагає креативного пошуку.

Рефлексуєючи над розвитком науки шляхом дослідження її історії, аналізу історії художньої творчості і технічних винаходів, можна прийти до створення науки про креативність – евристики, це сприяло б відкриттю законів розвитку креативності з метою їх використання для оптимізації різних соціальних процесів і явищ.

**Висновок:** сучасне розуміння креативності зазнало певної еволюції, від трактування явища як унікального, що носить трансцендентний характер до розуміння необхідності креативності в усіх сферах діяльності людини, необхідної якості для сучасного фахівця різних областей. Проте, складність креативного процесу полягає в самій його неоднозначній природі. Вона може бути зведена до наступних положень: дослідження науковцями окремих проявів феномену креативності, а згодом і всієї його змістовної повноти; вивчення креативності в дихотомії ново-старого, конструктивного деструктивного; вивчення ряду ознак креативного продукту – новизни, соціальної значущості, практичної доцільності, естетичної і етичної досконалості. У розумінні принципів редукції, у зведенні ролі редукції до моменту зв'язку між знаннями, що проявляється в певних випадках у вигляді форми пояснення нового через старе, набуваючи форми «інтуїції як редукції», служить закономірним способом функціонування креативного знання і механізмів відхилення повторних, позбавлених евристичних цінностей відкриттів; виступає як щось зовнішнє по відношенню до суб'єкта, в чому і визначається її причетність до креативності, є необхідною, але недостатньою для креативності.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ / REFERENCES

1. Выготский Л.С. Психология искусства / Л.С. Выготский. – Изд. 3-е. – М. : Искусство, 1986. – 346 с.  
Vygotskii L.S. Psihologiya iskusstva, Moscow : Iskusstvo Publ, 1986. – 346 p.
2. Гассенди П. Сочинения в 2-х т / Общ. ред. Е.П. Ситковского; перевод с лат. Е.А. Берковой, Ц.Г. Гурвиц, А. Гутермана, Н.А. Федорова, С.Я. Шейнман-Топштейн, М. : Мысль, 1968. – Т. 2. – 836 с.  
Gassendi, P. (1968) Socheneniya v 2-h tomah, Moscow, Mysl Publ., vol..2, 836 p.
3. Декарт Р. Сочинения в двух томах / Р. Декарт. – М. : Мысль, 1989. – Т.1. – 586 с.  
Dekart R. Sochineniia v dvuh tomah, Moscow : Mysl Publ, 1989, T.1, 586 p.
4. Кестлер А. Дух в машине / А. Кестлер // Вопросы философии. – 1993. – №10. – С. 23–34.  
Kestler A. Duh v mashine, Voprosy filosofii. – 1993. – №10. P. 23–24
5. Льюис Д. Марксистская критика социологических концепций Макса Вебера / Д. Льюис. – М. : Прогресс, 1981. – 376 с.  
Liuvis D. Marksistskaia kritika sotsiologicheskikh kontseptsii Maksa Vebera, Moscow, Progress Publ., 1981. – 376 p.
6. Системное познание мира : методологические проблемы. М. : Политиздат, 1985. – 263 с.  
Sistemnoe poznanie mira: Metodologicheskie problem, Moscow, Politizdat Publ., 1985. – 263 p.
7. Цапок В.А. Творчество. Философский аспект проблемы / В.А. Цапок. – Кишинев : Штиница, 1989. – 110 с.  
Tsapok V.A. Tvorchestvo. Filosofskii aspekt problem, Kishinev, Shtinitsa Publ., 1989. – 110 p.

Дата надходження рукопису 14.11.2015 p.

***Цель.** Проанализировать креативность с помощью логики различных социальных процессов и трансформаций, дать ответ на вопрос о природе креативности как явления, основных факторах и механизмах его формирования.*

***Методика.** Проанализированы на основе социокультурного фактора существования человечества методологические принципы креативности в контексте социально-философской парадигмы. Креативность рассматривается как условие социального бытия, как основа поведения и деятельности человека, направленная на раскрытие универсальных возможностей общества.*

***Результаты.** Креативность – одна из важнейших общенаучных проблем, исследуемых в настоящее время на философском, культурологическом, педагогическом, индивидуально-психологическом, социально-психологическом уровнях.*

*Современная ситуация такова, что человеку приходится очень быстро меняться, постоянно расти и развиваться чтобы быть востребованным в обществе. Креативность позволяет человеку совершенствоваться и не бояться нового, быстро адаптироваться к изменяющимся условиям и требованиям. Она создает благоприятные предпосылки для развития личности в целом, способствует ее самораскрытию, самореализации, самодостаточности и толерантности. Основной формой активности сформировавшейся личности является профессиональная деятельность, эффективность которой во многом зависит от ее творческого характера. В связи с этим особое значение приобретает процесс развития креативности, необходимой для успешной реализации профессиональной деятельности.*

***Научная новизна.** Креативность выступает как некая основа социального поведения, необходимое условие социального бытия, исходя из этого необходимо установить какое отношение процесс креативности имеет к культуре, цивилизации. Какими могут быть перспективы развития общества и человечества исходя из креативности как фактора, что проходит сквозь все сферы человеческого бытия.*

*Одно из самых серьезных вопросов, стоящих в настоящее время перед общественными науками – природа социальных трансформаций. Каким образом стойкая социальная структура оказывается подверженной изменениям, уходящие корнями в ее же собственной природе? Будучи феноменом социального пространства, такие трансформации имеют чисто ког-*

нитивную природу, потому что инновации являются последствиями креативных процессов, к которым привлекается некоторая совокупность субъектов общества.

**Практическая значимость.** Практическая значимость статьи заключается в содержательном понимании феномена креативности как такового. На информационном уровне мы можем констатировать ряд путей развития и усвоения креативности для ее практического применения. Однако только путем экспериментальной проверки можно убедиться, какова степень влияния активного субъекта на формирование или изобретение нового, что требует определения методологических принципов исследования креативности как социально-философской проблемы. Поэтому теоретическое осознание процесса, анализ креативных составляющих, поиск путей оптимизации процесса креативности, совершенные в рамках данной работы, выступают источником практической составляющей исследования

**Ключевые слова:** креативность, креативный процесс, креативный продукт, компоненты креативности, креативный акт.

**Objectives.** The present article is aimed to analyze creativity by logic of various social processes and transformations, to answer the questions of creativity nature as a phenomenon, the main factors and mechanisms of its formation.

**Methods.** Methodological principles of creativity in the context of social and philosophical paradigm are analyzed on the basis of sociocultural factors of human existence. Creativity is regarded as social existence condition, as the basis of human behavior and activity aimed at disclosure of society universal possibilities.

**Scientific results.** Creativity is one of the most important general scientific problems currently studied at the philosophical, cultural, pedagogical, individual psychological, social and psychological levels.

The current situation is that a person has to change very quickly, constantly grow and develop to be in demand in society. Creativity allows a person to improve and not to be afraid of the new, to adapt quickly to changing conditions and requirements. It creates favourable prerequisites for person development in whole, promotes self-revelization, self-actualization, self-sufficiency and tolerance. The main form of formed individual's activity is professional activity, the effectiveness of which largely depends on his/her creative nature. In this regard the process of creativity development, required for successful implementation of professional activity, is of key importance.

**Scientific originality.** Creativity serves as a certain basis for some social behavior and a necessary condition for social existence. On this premise it is necessary to establish the relationship of creativity process to culture and civilization. What the prospects are for the development of society and mankind based on creativity as a factor that runs through all areas of human existence.

One of the most serious issues that social sciences face is nature of social transformation. How stable social structure is found to undergo changes rooted in its own nature. As the phenomenon of social space, such transformations have purely cognitive nature since innovations are consequences of creative processes, which involve a certain set of society's subjects.

**Practical value.** The practical value of the article lies in the fact of conceptual understanding of the creativity phenomenon as such. On the information level, we can state a number of creativity development paths and creativity adoption for its practical application. But only through experimental test one can prove the degree of active subject's impact on the formation or invention of something new that requires to define methodological principles of creativity research as social and philosophical issues. Therefore, the theoretical understanding of the process, the analysis of the creativity components, the search for ways of creativity process optimization made within this work serve as the source of practical research component.

**Key words:** creativity, creative process, creative product, creativity components, the creative act.