

**STIMULAREA CREATIVITĂȚII LINGVISTICE
PRIN EXERCITII DE LIMBĂ ȘI STIL**

FLORENTINA CONDRAȚ

**STIMULAREA CREATIVITĂȚII
LINGVISTICE PRIN EXERCITII
DE LIMBĂ ȘI STIL**



EDITURA UNIVERSITARĂ
București, 2015

Colecția FILOLOGIE

Referent științific: Conf. univ. dr. Aida Todî

Redactor: Gheorghe Iovan

Tehnoredactor: Ameluța Vișan

Coperta: Monica Balaban

Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.) și inclusă de Consiliul Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U.) în categoria editurilor de prestigiu recunoscut.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
CONDRAȚ, FLORENTINA

Stimularea creativității lingvistice prin exerciții de limbă și stil /

Florentina Condrat. - București : Editura Universitară, 2015

Bibliogr.

ISBN 978-606-28-0274-5

81'24

801.73

DOI: (Digital Object Identifier): 10.5682/9786062802745

© Toate drepturile asupra acestei lucrări sunt rezervate, nicio parte din această lucrare nu poate fi copiată fără acordul Editurii Universitare

Copyright © 2015

Editura Universitară

Editor: Vasile Muscalu

B-dul. N. Bălcescu nr. 27-33, Sector 1, București

Tel.: 021 – 315.32.47 / 319.67.27

www.editurauniversitara.ro

e-mail: redactia@editurauniversitara.ro

Distribuție: tel.: 021-315.32.47 / 319.67.27 / 0744 EDITOR / 07217 CARTE

comenzi@editurauniversitara.ro

O.P. 15, C.P. 35, București

www.editurauniversitara.ro

*Mulțumiri deosebite doamnei conf. univ. dr. Aida Todi
care a încurajat permanent publicarea acestei lucrări,
precum și domnului Ivan Silai, sponsor local.*

CUPRINS

ARGUMENT	9
I. CREATIVITATEA – REPERE TEORETICO-APLICATIVE	12
1.1. Delimitări conceptuale.....	12
1.2. Accepțiuni psihologice	16
1.3. Teorii ale creativității.....	20
1.4. Abordări pedagogice.....	25
1.5. Specificul creativității la vârsta preadolescenței.....	31
1.6. Cultivarea creativității lingvistice.....	34
1.7. Demersuri educaționale în documentele curriculare.....	40
Bibliografie selectivă	46
II. STRATEGII DIDACTICE SPECIFICE DEZVOLTĂRII CREATIVITĂȚII LINGVISTICE	50
2.1. Strategiile didactice între rutină și originalitate.....	50
2.2. Metode și procedee utilizate în cadrul lecțiilor de limba română....	53
2.3. Metode interactive frecvente în predarea-învățarea limbii și literaturii române.....	59
2.4. Optimizarea strategiilor didactice.....	72
Bibliografie selectivă	73
III. EVALUAREA ÎN ACTIVITATEA DE STIMULARE A CREATIVITĂȚII LINGVISTICE	75
3.1. Triada predare-învățare-evaluare.....	75
3.2. Strategii de evaluare: tradițional vs. modern	77

3.3. Modalități de optimizare a actului evaluativ în contextul stimulării creativității lingvistice	78
Bibliografie selectivă	81
IV. STRATEGII DIDACTICE AMELIORATIVE ÎN PERSPECTIVA STIMULĂRII CREATIVITĂȚII LINGVISTICE	82
4.1. Designul cercetării experimentale	82
4.1.1. Ipoteza de lucru	83
4.1.2. Obiective ale cercetării	83
4.2. Metodologia cercetării	84
Experimentul psihopedagogic	84
4.3. Organizarea cercetării	88
4.3.1. Etapa constatativă / de diagnoză	89
4.3.2. Etapa experimentală	94
4.3.3. Etapa finală (de evaluare)	95
4.3.4. Prelucrarea și interpretarea rezultatelor obținute în urma experimentului psihopedagogic	97
4.3.5. Observația psihopedagogică	105
4.3.5.1. Observația spontană, ocazională	106
4.3.5.2. Observația sistematică	108
4.3.5.3. Interpretarea datelor obținute prin observare psihopedagogică	112
4.3.6. Analiza produselor activității	112
4.4. Dezvoltarea creativității prin metoda exercițiului	113
4.4.1. Metoda exercițiului – cadru teoretic	113
4.4.2. Tipologia exercițiilor	115
4.5. Parametrii creativității lingvistice vizați prin metoda exercițiului... ..	126
4.6. Modalități concrete de manifestare a creativității lingvistice	128
Bibliografie selectivă	139
CONCLUZII ALE CERCETĂRII	141
BIBLIOGRAFIE GENERALĂ	143
ANEXE	153

ARGUMENT

Motto:

*Ucenicia creativității nu este altceva decât
ucenicia vieții.*

Erich Fromm

Lucrarea cu titlul *Stimularea creativității lingvistice prin exerciții de limbă și stil* reprezintă o dezbateră de mare actualitate, cu implicații fundamentale în procesul educațional, care își propune să valorifice studiile atât de complexe din sectorul creativității și să devină, prin evidențierea aspectul lingvistic legat de conceptul dezbătut, un suport important în activitatea didactică cotidiană.

Importanța temei este cu atât mai mare, cu cât idealul educațional însuși vizează „dezvoltarea liberă, integrală și armonioasă a individualității umane, formarea personalității autonome și *creative*”. Poate mai mult ca oricând, educația are ca deziderat pregătirea copilului pentru viață, pentru provocările reale, concrete, ale viitoarei lui activități profesionale, ale vieții sociale, culturale sau economice. Alături de alți factori, școala urmărește formarea unui om complex, capabil de adaptare, de autodepășire, a unui om creativ, care să contribuie, după propriul lui potențial, la dezvoltarea societății. Viitorul adult pe care azi îl „construim” prin educație formală, nonformală și informală, va fi pregătit – în mod ideal – pentru responsabilitate, asumare, independență și devenire permanentă.

Toate aceste trăsături convergente ale omului modern pot fi reunite în ceea ce numim, *grosso modo*, **c r e a t i v i t a t e**.

Tema pe care o aducem în prim-plan, așadar, își propune să dezvolte conceptul de creativitate, astfel încât ea să se manifeste în domeniul atât de vast al limbii, cu toate sectoarele pe care le implică: *lexic, semantică,*

fonetică, stilistică, morfologie sau sintaxă, circumscrise sintagmei recent apărute – **creativitatea lingvistică**.

Argumentele pledoariei în favoarea acestui concept sunt multiple. Cultura generală este de neimaginat fără o *cultură lingvistică*, fără un *simț al limbii*, acestea presupunând o exprimare cât mai îngrijită și un bagaj lexical cât mai dezvoltat. A cunoaște bine o limbă înseamnă nu numai a te exprima corect, ci a avea și un vocabular cât mai bogat și mai variat, care să oglindească noțiunile și cunoștințele acumulate în diverse domenii de activitate. Nu în ultimul rând, cunoașterea limbii se materializează în forma pe care o dăm comunicării orale sau scrise, în capacitatea de a ne perfecționa exprimarea și de a ne face înțeleși. În cursul comunicării, oamenii exprimă idei, gânduri, sentimente cărora încearcă să le dea *veșmântul lingvistic* cel mai potrivit și mai corect. Astfel, este firesc ca forma sau expresia lingvistică să o adecvăm ideii pe care vrem să o exprimăm. Însuși Mihail Sadoveanu opina, prin vocea interioară a unui personaj de povestire: *Frumoase și interesante nu sunt întâmplările în sine (...), ci cuvintele sunt totul*. Este ceea ce urmărește să dezvolte, prin mecanisme proprii, *creativitatea lingvistică*.

În altă ordine de idei, pornind de la premisa că problemele de comunicare și greșelile cele mai frecvente ale elevilor constau mai ales în *exprimare greoaie, vocabular activ sărac și limitat, neadaptarea limbajului la un anumit context, clișee / stereotipuri verbale, termeni impropriu folosiți sau asocieri eronate de cuvinte*, care creează erori de natură diferită: *structuri pleonatică sau tautologii, cacofonii, anacolut, dezacorduri gramaticale, atracții paronimice* etc. considerăm că, prin studiul creativității lingvistice, ca formă a creativității umane, se urmărește nu atât inventarea noului în limbă, plămuirea unor structuri lingvistice nemaiîntâlnite, originale, cât mai ales structurarea unei exprimări corecte, nuanțate și expresive. Mai concret, instrumentele creativității lingvistice pot contribui la formarea competenței de comunicare corectă, prin care copiii să evite stereotipiile, cacofonia sau pleonasmul, să creeze structuri lingvistice clare și coerente, să găsească „învelișul” grafic, sonor, dar mai ales semantic, cel mai potrivit ideii pe care vor să o sublinieze. În același timp, conceptul

dezbătut presupune structurarea gândirii critice și stimularea fanteziei, ceea ce implică ușurință în exprimare, logică, dar și sensibilitate sau expresivitate.

Abordarea temei propuse este concepută într-o formă interdisciplinară, care presupune integralitatea celor trei discipline surori – *limbă, comunicare și literatură română* – și tratarea lor unitară (principiu izvorât și dintr-un argument de ordin pedagogic: predarea integrată a limbii și a literaturii), aspect a cărui idee centrală este dezvoltarea spiritului creator lingvistic în rândul elevilor pornind de la textele literare, dar și valorificând, în același timp, normele lingvistice actuale însușite prin lecțiile de limbă și comunicare.

Nu în ultimul rând, dezvoltarea simțului lingvistic se poate realiza prin abordarea unor metode diverse care să favorizeze asocierea liberă a ideilor, să valorifice eficient talentele și să cultive atitudinea creatoare, profitând de forța expresivă a compunerilor literare.

În concluzie, *creativitatea lingvistică* este o formă a creativității umane, alături de cea logico-matematică, muzical-ritmică, spațială, chinestezică etc., a cărei educare trebuie să fie un proces continuu, dimensionat pe tot parcursul școlii, care să aibă în vedere dezvoltarea potențialității umane în toată complexitatea ei (cognitivă, volițională, motivațională, socială). Este ceea ce urmărește să sublinieze această lucrare prin care încercăm să evităm pierderea unui „**mâine**” irecuperabil.

I

CREATIVITATEA – REPERE TEORETICO- APLICATIVE

1.1. Delimitări conceptuale

Problemă fundamentală a contemporaneității, poate dintre cele mai fascinante, creativitatea a căpătat în ultimul timp o amploare fără precedent, date fiind studiile numeroase, de mare complexitate, care au relevat „fațetele” *fenomenologiei* asociate acestui termen. Considerată „concept central” în psihologie, creativitatea transcende sfera acesteia și se regăsește în cele mai diverse specialități științifice, cu precădere în cele circumscrise socio-umanului.

Conceptul de *creativitate*, unul dintre cele mai vaste și controversate concepte cu care s-a confruntat vreodată știința, este încă insuficient delimitat și definit, fapt explicat prin complexitatea procesului creativ, prin varietatea produselor considerate creative și prin diversitatea domeniilor în care se realizează creația: științe, arte, politică, tehnologie, afaceri sau activități cotidiene (gastronomie, bunăoară).

Termenul de creativitate își are originea în latinescul *creare*, care are semnificația de *zămislire, făurire, naștere*. Însăși etimologia termenului face referire la definirea conceptului ca proces dinamic care se dezvoltă, evoluează, se desăvârșește și cuprinde atât originea, cât și scopul.¹

După cum am afirmat mai sus, conceptul de creativitate, devenit problemă de investigație pentru diverși specialiști – psihologi, pedagogi, filozofi, psihanalisti, sociologi, esteticieni, axiologi, antropologi (de aici

¹[http:// www.psihologiaonline.ro/download/rev/PSI.pdf](http://www.psihologiaonline.ro/download/rev/PSI.pdf)

complexitatea uimitoare a fenomenului) – se află și în atenția lingviștilor și a psiholingviștilor. Regăsit în atâtea dicționare de specialitate, ajuns în limba comună din sectorul neologismelor, termenul se bucură de numeroase interpretări și definiții, ceea ce reprezintă argumente suplimentare ale importanței studierii și cunoașterii fenomenului, ale valorificării conceptului.

Termenul și noțiunea generică au fost introduse pentru prima dată în anul 1937, în lucrarea cu titlul „Personality”, de către psihologul american Gordon Willard Allport, care a transformat adjectivul „creative”, printr-o simplă sufixare, în „creativity”, lărgind dimensiunea valorică și aria semantică a acestui cuvânt pe care l-a impus ca substantiv cu drepturi depline, cum apare mai târziu în dicționarele de specialitate. Treptat, noțiunea capătă forță, nuanțându-se și lărgindu-și aria de cuprindere prin lucrările *Devenirea* (G. W. Allport, 1955) și *Libertatea de a învăța* (Carl Rogers). Mai târziu, prin anii '70, acest neologism preluat din engleză, s-a impus în majoritatea limbilor de circulație internațională: „creativité” în franceză, „Kreativitat” în germană, „creativita” în italiană etc.² În limba română, termenul a fost utilizat încă din 1943, în lucrarea „Creativitatea eminesciană”, semnată de către Dumitru Caracostea, având sensul de originalitate în actul artistic, în special în creația literară.

Într-o accepțiune foarte largă, creativitatea reprezintă un *fenomen general uman, forma cea mai înaltă a activității omenești*.³

În *Dicționarul enciclopedic* (1993), creativitatea este definită ca *trăsătură complexă a personalității umane, constând în capacitatea de a realiza ceva nou, original*⁴. De asemenea, în *Dicționarul explicativ al limbii române* (DEX, 1998), apare definit, concis, ca „însușire de a fi creator; putere creatoare”⁵, iar în *Mic dicționar de neologisme* – „dispoziție potențială de a crea, însușirea de a fi creator”⁶ (< fr. *créativité*).

² Sanda-Marina Bădulescu, *Formarea formatorilor ca educatori ai creativității*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998, p. 19.

³ Alexandru Roșca, *Creativitatea*, Editura Enciclopedică, București, 1972, p. 7-9.

⁴ ***, *Dicționar enciclopedic*, Editura Enciclopedică, București, 1993, p. 475.

⁵ *Ibidem*, p. 237.

⁶ ***, *Mic dicționar de neologisme*, Editura Traiana, București, 1994, p. 76.

Deși definițiile din sfera psihologiei sunt cele mai diverse, o reținem pe aceea prin care creativitatea se leagă de „latura transformativ-constructivă a personalității” și apare ca „activitate conjugată a tuturor funcțiilor psihice ale persoanei (intelectuale, afective, volitive, de ordin biologic, psihofiziologic sau social) implicate în producerea noului și a originalului”⁷.

Totodată, reputatul psiholog Paul Popescu Neveanu, în *Dicționar de psihologie*, explică termenul de creativitate ca „dispoziție generală a personalității spre nou, o anumită organizare (stilistică) a proceselor psihice în sistem de personalitate, care înlocuiește și include, în baza unei noi interpretări științifice, vechii termeni de spirit inovator, inventivitate și talent.”⁸

Multiplele abordări ale acestui concept converg spre ideea că este o formațiune complexă, care angrenează personalitatea în ansamblul său, legată de factori intelectuali și nonintelectuali: inteligență, gândire divergentă, fluiditate ideatională, flexibilitate a gândirii, memorie, limbaj, dar și curiozitate, spirit de observație, perseverență sau încredere în sine. „*Combinarea acestor factori într-o configurație proprie fiecărui elev duce la conturarea potențialului creativ al personalității, care induce un mod nou, original, independent și imaginativ de a gândi ceva, de a face ceva, reflectat în performanțele elevilor*”⁹.

O definiție amplă a creativității, aplicabilă în procesul de învățământ, o dă pedagogul italian Gianni Rodari: „<<Creativitate>> e sinonim cu <<gândire divergentă>>, capabilă să rupă continuu schemele experienței. E <<creativă>> o minte totdeauna în lucru, pornită să întrebe, să descopere probleme unde alții găsesc răspunsuri satisfăcătoare, nestingherită în situațiile fluide în care alții presimt numai pericole, capabilă de judecăți

⁷ Anca Dragu, Sorin Cristea, *Psihologie și pedagogie școlară*, Editura Ovidius University Press, Constanța, 2002, p. 77.

⁸ Paul Popescu Neveanu, *Dicționar de psihologie*, Editura Albatros, București, 1978, p. 145.

⁹ Ioan Nicola, *Tratat de pedagogie școlară*, Editura Aramis, București, 2001, p. 151.

autonome și independente (...). Toate aceste calități se manifestă în procesul creativ.¹⁰

Ce este, așadar, creativitatea? Fiind un concept multidimensional, termenul este înțeles ca:

- ✓ *abilitate*: a realiza ceva nou, original, de a genera idei noi prin combinarea, conectarea, transformarea ideilor deja existente;
- ✓ *atitudine*: a căuta noul, bizarul acolo unde toți văd firescul, atitudinea flexibilă, viziunea nonconformistă în raport cu schimbarea. Persoanele creative au sentimentul „insuficienței”, al lipsei, căutând în permanență perfecțiunea;
- ✓ *proces*¹¹: efortul continuu, perseverența în a elabora noul, printr-un travaliu gradual;

Analizând toate aceste accepțiuni, observăm că nu există o definiție unică, fermă, a creativității și că, oricâte analize și interpretări ar avea acest termen în continuă expansiune, este greu să înghesuim aspectele sale complexe într-un singur concept, dovedit prea neîncăpător. Cert este că, dincolo de toate aceste afirmații mai mult sau mai puțin juste, mai controversate sau mai subiective, simpliste sau redundante, creativitatea este o activitate mentală de ordin superior, care presupune combinarea și recombinația datelor unei probleme (în sens larg), pentru a dezvălui o nouă formă a realității. Creativitatea este precedată de alte activități majore care definesc vârstele devenirii umane: jocul, învățarea și munca.

În concluzie, creativitatea a reprezentat o permanență în cercetările din domeniul umanului, continuând să preocupe, nu pentru că aceste cercetări ar fi sterile, ci pentru că potențialul creativ este o avuție complexă și misterioasă, care se poate extinde de la simpla transformare a unor mijloace individuale de acțiune, până la revoluționarea profundă a întregii societăți umane. Referindu-se la importanța și actualitatea creativității, Erika Landau a desprins interogativ două argumente: *Creativitate – în ce scop? Pentru a ne putea desăvârși, realiza și actualiza, pentru a trăi conștient, pentru a*

¹⁰ Gianni Rodari, *Gramatica fanteziei. Introducere în arta de a inventa povești*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1980, p. 184.

¹¹ www.wikipedia.org/wiki/creativitate.

*putea contribui activ la modelarea lumii. Creativitate – în ce mod? Prin atitudinea deschisă, receptivă față de mediul înconjurător, prin acceptarea provocării ce pornește de la mediu, pentru a ne confrunța cu el, pentru a deveni o parte din acest mediu.*¹²

Dincolo de „paradigma” vastă a conceptului, creativitatea este nu atât un deziderat, cât mai ales o necesitate a mileniului III, o premisă a dezvoltării umanității, aspect confirmat de către creatorul conceptului de gândire laterală, Edward de Bono, printr-o afirmație categorică: *Fără creativitate nu există progres.*

1.2. Accepțiuni psihologice

Secolul al XX-lea a debutat în psihologie cu cercetarea problematicii creativității, reprezentanți de seamă ai diferitelor școli psihologice manifestându-și interesul față de această variabilă a personalității umane. Atenția care s-a acordat creativității trebuie motivată prin implicațiile sale în plan economic – crearea de bunuri materiale care să asigure prosperitatea și supremația politico-economică a unor state. De aceea, valorificarea potențialului creativ al oamenilor, știindu-se faptul că resursa umană este cea mai importantă în progresul umanității, reprezintă o condiție *sine qua non* a bunului mers al societății, așa cum reiese și din afirmația: *În măsura în care știința pătrunde în lumea forțelor de producție, dezvoltarea omului, ca fenomen de masă, dezvoltarea forțelor creatoare ale fiecărui individ, dobândește treptat caracterul unei mărimi hotărâtoare în dezvoltarea civilizației.*¹³

Primele cercetări ale acestui concept concluzionau prin definiții unilaterale, reducând creativitatea la „dotație”, „aptitudine”, „talent”, „genialitate” și asimilând-o cu alte fenomene psihice (capacități, aptitudini, rezolvare de probleme, inteligență etc.). De exemplu, pentru Joy Paul Guilford creativitatea și rezolvarea de probleme nu se deosebeau prin nimic

¹² Erika Landau, *Psihologia creativității*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1979, p. 110.

¹³ Ritha Radovan, *Civilizația la răscruce*, Editura Științifică, București, 1973, p. 193.

între ele. Multă vreme, posibilitatea de a produce noul s-a considerat o însușire de excepție, deținută de un număr redus de „aleși” ai providenței.¹⁴

În 1957 însă, John Dewey și Gordon Allport au schimbat această viziune simplistă asupra creativității, opinând că fiecare om are un potențial, iar rolul educației este să-l descopere și să-l pună în valoare. Ideea aceasta pare unanim acceptată astăzi, ajungându-se la concluzia că fiecare individ deține, într-un anumit grad, atribute ale creativității în stare latentă, pe care însă le reprimă dacă nivelul dorințelor și al expectanțelor este inferior preocupărilor cotidiene.

Nenumăratele definiții ale creativității din domeniul psihologiei exprimă concepțiile atât de variate ale unor personalități de marcă din domeniu: *inteligență fluidă* (R. B. Catell), *gândire divergentă* (J. P. Guilford), *rezolvare de probleme slab structurate* (J. Bruner), *imaginație constructivă* (A. Osborn), *gândire autonomă* (F. Bartleit).¹⁵ În concepția lui Robert Gagne, creația reprezintă *tipul superior de învățare* care depășește rezolvarea de probleme (*problem solving*), fiind *un salt calitativ, o combinare a ideilor în sisteme de cunoaștere mult diferite, o folosire îndrăzneată a analogiei ce depășește ceea ce se înțelege, de regulă, prin generalizarea în interiorul unei clase de situații problematice*.¹⁶

În țara noastră, primele cercetări privind manifestarea și cultivarea creativității au fost consonante cu cele europene. Pentru Constantin Rădulescu-Motru, Constantin Mureșan, Ștefan Odobleja, de exemplu, problematica acestui fenomen a constituit o preocupare majoră.¹⁷

Din perspectivă specific psihologică, creativitatea apare sub forma a patru accepțiuni importante: *ca produs* (în industrie, arte etc.); *ca proces*; *ca*

¹⁴ Maria Gârboveanu, Victoria Negoescu, Grigore Nicola, *Stimularea creativității elevilor în procesul de învățământ*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1981, p. 8.

¹⁵ http://www.upsc.md/publicatii_ps.php/valorificarea-și-dezvoltarea-creativității-literare

¹⁶ Robert Gagne, *Condițiile învățării*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1975, p. 199.

¹⁷ O analiză detaliată a fenomenului creativității din perspectivă psihologică o găsim în studiul semnat de Mihaela Rocco, *Creativitatea individuală și de grup (studii experimentale)*.

*disponibilitate, potențialitate general umană sau capacitate și abilitate creativă. (John Curtis Goowen în Creativity, its educational implications)*¹⁸

Creativitatea ca produs

Cei mai mulți psihologi, care au definit creativitatea, au considerat esențiale, ca note distinctive ale acesteia, caracteristicile produsului creat. Acesta poate fi concretizat material (obiect, invenție etc.) sau poate fi o creație spirituală (teorie, formulă, axiomă). Criteriile care stau la baza unui astfel de produs sunt:

- ineditul și originalitatea lui;
- relevanța, caracterul reprezentativ;
- valoarea pentru umanitate, utilitatea socială;
- aplicabilitatea vastă în diferite domenii de activitate;
- caracterul lucrativ al produsului;

Dacă vom restrânge creativitatea la acest criteriu unic – al produsului, vom putea înțelege de ce, de-a lungul timpului, s-a crezut că numărul celor dotați cu acest potențial este atât de mic.¹⁹

Creativitatea ca proces

Această accepțiune exprimă caracterul multifazic, procesual al creativității. Parcurgerea unor etape distincte între ele, în număr variabil, reprezintă calea spre nou. Astfel, Graham Wallas, Edward Hutchinson și Richard Thomson stabilesc 4 etape ale procesului creator: *pregătirea, incubația, iluminarea, verificarea*. Spre deosebire de aceștia, Alex Osborn desprinde 7 etape: *orientarea, prepararea, analiza, idearea, incubația, sinteza, evaluarea*.²⁰

Atitudinea psihologilor față de acest caracter evolutiv a fost extrem de diferită. Astfel, unele etape au fost contestate (*incubația, iluminarea*),

¹⁸ Apud. Ion Străchinaru, *Creativitate și limbaj în perspectivă pedagogică*, în vol. *Educație și limbaj*, coordonator Sorin Stati, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1972, p. 47.

¹⁹ Observații interesante legate de acest aspect se găsesc în studiul *Creativitatea individuală și de grup*, semnat de Mihaela Rocco.

²⁰ Maria Gârboveanu, Victoria Negoescu, Grigore Nicola, op.cit., p. 8-9.

singurele 2 etape care s-au bucurat de adeziunea tuturor psihologilor fiind *prepararea și verificarea*.

De asemenea, creativitatea a fost considerată un proces consonant cu gândirea performantă: *creativitatea înseamnă, înainte de toate, capacitatea de a folosi „procedura” de gândire cea mai potrivită într-o situație dată, și – cu deosebire – în situațiile noi, complexe, turbulente.*²¹ Similar, o dimensiune importantă a creativității este considerată gândirea divergentă, prin componentele ei primordiale: fluiditatea, flexibilitatea și originalitatea.²²

Concluzia ce s-a desprins din numeroasele studii din sfera creativității a fost că etapele procesului creator sunt specifice mai ales creativității individuale și mai puțin celei de grup. Dincolo de toate aceste controverse de ordin științific, important rămâne caracterul etapizat, dinamic și efervescent al creativității.

Creativitatea ca potențialitate general umană

Omul, ființă superioară, este un *homo faber*, capabil de elaborare, de (re)construire, de transformare a realității.

Abordarea psihologică a creativității a generat o întrebare al cărei răspuns pune în discuție potențialitatea general umană: există oameni noncreativi?

După cum am subliniat mai sus, de-a lungul timpului, au fost formulate o serie de teorii care refuzau creativitatea unor oameni, considerând-o o trăsătură de excepție sau chiar un *dar* divin rezervat unor privilegiați ai soartei. De asemenea, a existat și opinia potrivit căreia potențialul creativ poate fi dezvoltat, dar este condiționat de existența acestei capacități înnăscute, transmise ereditar. Astfel de concepții au frânat studiul științific al creativității.

²¹ ***, *Gândire performantă și creativitate*, curs din cadrul proiectului *Stilul de învățare și temperamentul școlărilor – instrumente pentru o educație creativă*, Școala Națională de Studii Politice și Administrative, București, 2011, p. 18.

²² Ion Vasile Șerban, *Realitate și ficțiune*, în revista *Limba și literatura română*, anul II, nr. 4 (octombrie-decembrie), București, 1976, p. 15.

Totuși, pentru că cele mai multe definiții ale creativității converg pe capacități, atitudini, atribute personale și experiențe intelectuale (premise ale creativității), a fost acceptată ipoteza prezenței potențialului creativ, în proporții variabile, la orice *persoană dezvoltată normal*. Pentru ca spiritul creativ să se poată manifesta, este nevoie de anumite condiții favorabile: descoperirea și direcționarea intereselor, antrenament, oportunitate, talente speciale etc.)

Concluzia cercetătorilor a fost că potențialul creativ se găsește în proporții diferite, sub formă latentă, la fiecare individ, rezultând din îmbinarea unică în cadrul personalității umane a unor factori de natură diversă.²³ Creativitatea este, așadar, o capacitate general umană.

Prin creativitate, personalitatea umană se completează, iar omul, punându-și în valoare potențialul creativ, își justifică existența și își asigură supraviețuirea.

1.3 Teorii ale creativității

Fiind un concept multidimensional, abordabil din mai multe unghiuri, creativitatea a fost interpretată diferit în cadrul școlilor psihologice. Astfel, au fost formulate diverse teorii, precum:

- ✓ **Teoria asociaționistă**, construită pe considerentul că la baza creativității se află gândirea;
- ✓ **Teoria configuraționistă** (gestaltistă) leagă nemijlocit creativitatea de imaginație, nu de gândire;
- ✓ **Teoria transferului creativității** care definește conceptul în discuție ca etapă a învățării, transferabilă și în alte domenii de activitate;²⁴

După disputa acestor teorii valabile, în fond, dar insuficiente prin conținut, dată fiind complexitatea fenomenului creativității, concluzia

²³ Ioan Nicola, op. cit., p. 184.

²⁴ Marin Stoica, *Pedagogie școlară*, Editura Gheorghe Cârțu-Alexandru, Craiova, 1995, p. 39.