

КРЕАТИВНІСТЬ І ТВОРЧІСТЬ У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ: КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ КОНТЕКСТИ

Пригода-Донець Т. М.

ВСТУП

Мабуть, жодне слово в сучасному культурному дискурсі не переживає такого тріумфального і водночас підозрілого розквіту, як «креативність». Воно мандрує з рекламних брошур до урядових стратегій, з університетських аудиторій до стартапів, проникає і скрізь зберігає ауру беззаперечної цінності. «Будьте креативними» – це гасло нашого часу, рівнозначне наказу бути кращими, успішнішими, сучаснішими. Але що саме ховається за цим поняттям? Чим воно відрізняється від класичної філософсько-естетичної, культурологічної, психологічної категорії творчості? Як сприймаються, інтерпретуються, реалізуються ці явища у сучасному арт-середовищі?

У сучасному культурному просторі слова «творчість» і «креативність» часто вживаються як синоніми. Людина креативна або творча, компанія «виявляє творчий підхід» або «впроваджує креативні рішення», художник є «творцем» або «креативним директором». Це ототожнення не є випадковим: воно показує сутнісні, буттєві схожі характеристики і соціокультурні відмінності в сучасній культурі, особливості реалізації людської природи, трансформацію її антропологічних атрибутів у діяльності, виробництві змісту і сенсів, у статусі мистецтва. Однак якщо осмислити ці поняття глибше, то виявляється, що вони несуть у собі різну семантику, різну генеалогію і різні культурні проекти. Творчість – концепт, здебільшого, укорінений у метафізичній, релігійній і гуманістичній традиції, що пов'язує людську діяльність зі здатністю творити у глибинному сенсі слова: творити «щось із нічого», або принаймні вносити у світ щось принципово нове, що змінює саму природу реальності. Креативність – концепт, що сформувався у культурному дискурсі середини ХХ століття, значною мірою пов'язаний з економічною сферою, креативною економікою, культурними і креативними індустріями, соціокультурним та арт-менеджментом. Креативність часто передбачає розроблені технології, практики, алгоритми на базі «творчих здібностей», що покликані стимулювати інноваційне мислення і новаторські підходи для вирішення певних проблем.

Дискусії про відмінності лежать не лише у термінологічній площині. Вони є промовистим симптомом глибшого зсуву в тому, як сучасна

культура розуміє людську суб'єктивність, її втілення, працю, мистецтво. Перетворення творця на креативника, натхнення – на інноваційний процес, твору на контент – це не просто зміна словника, а зміна онтологічних обставин. Саме ця трансформація є предметом нашого дослідження.

1. Творчість і креативність: відмінність понять і культурних практик

Класичне розуміння творчості в європейській традиції гуманітарного знання спирається на дві великі метафори: божественного творіння (*creatio ex nihilo*) і людської майстерності (*techné*). Між ними завжди існувала напруга: перша наголошувала на раптовості, дарованості, непередбачуваності генія; друга – на навичці, дисципліні, ремеслі. Ця напруга набула нового виміру в епоху романтизму, коли геній став головною фігурою культури – самотнім бунтарем, що творить всупереч соціальним нормам і комерційним міркуванням.

Поняття творчості має довгу і складну історію в європейській думці. У давньогрецькій традиції не існувало поняття, точно відповідне сучасному «творчості»: грецька поезія (ποίησις) позначала виробництво, виготовлення – майстерне перетворення матеріалу за допомогою техніки (τέχνη). Платон у «Бенкеті» говорить, що поезія в широкому значенні є причиною будь-якого переходу від небуття до буття», але тут же застерігає: цей перехід є скоріше відкриттям вічних ідей, ніж породження нового принципу¹. Радикальний злам складається з приходом монотеїстичної традиції. Біблійна *creatio ex nihilo* (творення зі нічого) стає прерогативою Бога. Людина ж є *imago Dei* (образом і подобою Бога), і тому наділена здатністю до вторинного творіння: не з нічого, а з матеріалу, вже наданого Творцем. Ця теологічна конструкція стала фундаментом для розуміння художника в середньовіччі та Ренесансі. Показовою є ренесансна фігура *homo universale* – універсальна людина, художник-геній, що підіймається до рівня майже божественного творця. Л. Альберті в трактаті «Про живопис» (*De pictura*, 1435) стверджував, що живописець є «другим богом» (*alter deus*), бо він творить нову природу². Дж. Вазарі у своїх «Життєписях» (*Le Vite*, 1550) описує Мікеланджело як людину, якій Бог дав дар, що перевершує всіх смертних. Тут уже виразно присутній міф про творчого генія, і він стане визначальним для наступних чотирьох століть³.

¹ Платон. Бенкет / пер. з давньогрец. У. Головач. Львів : Видавництво Українського Католицького Університету, 2005. 176 с.

² Alberti L. B. On Painting. London : Penguin, 1991. 288 p.

³ Вазарі Дж. Життєписи найславніших живописців, скульпторів та архітекторів / пер. з італ. А. Перепаді. Київ : «Мистецтво», 1970. 499 с.

І. Кант у «Критиці здатності судження» (1790) визначав генія як природний дар, через який природа дає мистецтву правила, тобто як силу, що не піддається раціональному поясненню і не може бути зведена до методу⁴. Він вводить поняття генія як здатність природи через обдаровану людину давати правила мистецтва. Геній для Канта є не просто вмілим майстром, він є медіумом, через якого природа сама себе виражає. Це розуміння закладає основи романтичного культу генія і переносить акцент з майстерності (*techne*) на натхнення, оригінальність, унікальність творчого суб'єкта. Г. Гегель в «Естетиці» тлумачив мистецтво як чуттєве явлення ідеї – момент, коли абсолютний дух пізнає себе в матеріальній формі⁵. Обидві концепції об'єднує переконання в тому, що справжня творчість є виходом за межі вже відомого, завжди передбачає ризик і не гарантує успіху.

В ірраціоналізмі А. Шопенгауера творчість є одним з найважливіших способів подолання влади сліпої і вічної Світової волі, яка лежить в основі всесвіту. Якщо звичайна людина сприймає речі через власні бажання, інтереси та потреби, то митець здатний піднятися над ними й споглядати світ безкорисливо, як чистий об'єкт пізнання. Геній, за Шопенгауером, – це людина, у якій пізнавальна здатність переважає над волею. Він може відволіктися від практичних інтересів і проникнути в сутність речей, осягаючи в них вічні ідеї. Художник не просто копіює дійсність, а відкриває її глибинний, метафізичний зміст і втілює його у творі мистецтва. Художня творчість є формою безкорисливого споглядання істини, а геній – винятковою особистістю, здатною вийти за межі повсякденності та відкрити людству глибинну сутність буття⁶.

Для Ф. Ніцше мистецтво – найвище утвердження життя вияв потужної життєвої сили і творчої могутності. Ніцшеанський творець – це, насамперед, творець нових цінностей, його творчість не відображає, а перетворює світ, він не відкриває істину, він створює її. У праці «Так казав Заратустра» Ніцше таким творцем є сам Заратустра, надлюдина, що творить нову людину з новими якостями. Така людина перетворює власне життя на твір мистецтва, вона долає нав'язані моральні норми, створює власні смисли і бере на себе відповідальність за творення нових форм існування. По суті, кожна людина має природу творця (Творця) і природу тварини, її життя – це шлях, можливість піднятися від інстинктивного до

⁴ Кант І. Критика сили судження / пер. з нім. А. Онишка. Київ : Темпора, 2022. 688 с.

⁵ Hegel G.W.F. *Vorlesungen über die Ästhetik I*. Frankfurt am Main : Uhrkamp Verlag, 1986. 632 p.

⁶ Schopenhauer A. *The World as Will and Representation, Volume 1*. Cambridge : Cambridge University Press, 2014. 696 p.

Божественного, подолати «людське надто людське»⁷. Недаремно Ніцше писав: «Мистецтво дане нам для того, щоб ми не загинули від істини»⁸. У цій формулі концентрується його розуміння творчості: мистецтво не приховує життя, а дозволяє людині витримати його трагічність і водночас сказати буттю своє радісне «так». Для культурології ХХ-початку ХХІ століть саме ця ідея творчості як самотворення суб'єкта стала одним із джерел концепцій перформативності, трансгресії, естетизації життя, постгуманістичних моделей суб'єктності.

У ХХ столітті М. Гайдегер у праці «Виток художнього твору» (1935/1950) запропонував радикальне переосмислення: мистецтво є способом «відкриття» буття, виведення прихованого у незахованість (aletheia). Твір мистецтва не відображає вже існуючий світ, а засновує новий: «встановлює» (aufstellen) землю і «зводить» (herstellen) світ⁹. Це онтологічне розуміння творчості як події, а не виробництва, залишається принципово важливим для розуміння того, що ми втрачаємо, коли замінюємо «творчість» на «креативність».

Х. Арендт у «Стані людини» (The Human Condition, 1958) пропонує важливу тріаду: «праця» (labor), «робота» (work) і «дія» (action). Мистецтво у неї є формою «роботи» – діяльності, яка залишає тривалий слід у спільному людському світі. Але вищою формою є «дія» – пряма міжлюдська взаємодія, що є унікальною і непередбачуваною. Арендт пов'язує художню творчість із цією здатністю до ініціації, до початку чогось нового і таким чином пов'язує її з людською свободою у найглибшому значенні¹⁰.

Однією з центральних проблем у розумінні творчості є питання про її механізм: як відбувається породження нового? Де межа між свідомими зусиллями і несвідомим натхненням? Архетипічна відповідь – від Платона до романтиків полягала у визнанні вирішній ролі несвідомих, ірраціональних, інспіраційних чинників. Платон в «Іоні» описує поета як того, хто «не тверезий умом», під час творення він є інструментом муз, а не суверенним суб'єктом¹¹. Романтики розвинули цю ідею в концепції «генії» як природної сили, що через художника говорить мовою Абсолюту. Психоаналіз ХХ століття переосмислив цей зв'язок мовою несвідомого. З. Фройд у праці «Леонардо

⁷ Ніцше Ф. Так казав Заратустра. / пер. з нім. А. Онишка, П. Тарашука. Київ : Основи, 1996. 415 с.

⁸ Nietzsche F. Nachgelassene Fragmente. KSA 13. Fragment 16[40]. Berlin : Walter de Gruyter, 1980.

⁹ Heidegger, M. Der Ursprung des Kunstwerkes / Holzwege. Gesamtausgabe. Bd. 5 / hrsg. von Friedrich-Wilhelm von Herrmann. Frankfurt am Main : Vittorio Klostermann, 1977. S. 1-74.

¹⁰ Арендт Г. Становище людини / пер. з англ. М. Зубрицької. Львів : Літопис, 1999. 254 с.

¹¹ Платон. Іон / пер. з давньогрец. Й. Кобова. / Діалоги. Харків : Фоліо, 2008. С. 68-85.

да Вінчі та спогади про його дитинство» (1910) тлумачив художню творчість як сублімацію – перенесення витіснених лібідозних імпульсів у соціально прийнятні форми¹². Ця концепція, при всій її специфічній обмеженості, вказала на важливий зв'язок між творчістю і несвідомим досвідом. К.- Г. Юнг запропонував ширшу концепцію: художник є медіумом колективного несвідомого, що через нього проявляє свої архетипи. У творі «Психології і поезії» (*Psychologie und Dichtung*, 1930) він розрізняв «психологічне» і «візіонерське» мистецтво: перше виражає індивідуальний досвід, друге – досвід людства в цілому. Саме візіонерське мистецтво є, у юнгіанському розумінні, справжньою творчістю¹³. Він, по суті, ототожнює великих митців, провидців, святих, пророків, що володіли даром візіонерства.

Сучасна когнітивна психологія підійшла до проблем з іншого боку. М. Чиксентміхаї в «Потоці» (*Flow*, 1990) описав стан «потoku» як особливий тип досвіду, у якому самосвідомість зникає і людина повністю поглинена діяльністю¹⁴. Цей стан є найбільш сприятливим для творчого процесу і є формою часткового поділу суб'єкт-об'єктного розриву – катастрофічного провалля між людиною і світу і роз'єднання у самій людській сутності. У відомій роботі «Творчість: потік і психологія відкритості та винаходів» (*Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, 1996) Чиксентміхаї аналізує біографії 91 видатного творця і показує, що для всіх них характерне особливе поєднання внутрішньої дисципліни і здатності до спонтанності¹⁵.

Важливий внесок у розуміння природи творчого процесу зробила Ма. Боуден (*The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, 1990, видання 2004). Вона виділяє три типи творчості: комбінаторну (поєднання вже існуючих ідей), дослідницьку (рух у межах існуючого концептуального простору) і трансформаційну (зміна самих правильних концептуального простору). Остання є найрідкіснішою і найбільшою «справжньою» у традиційному розумінні: вона надає саму структуру можливо змінного¹⁶.

Що ж до поняття креативності, то воно у сучасному значенні набуло масового поширення лише в другій половині XX століття: спочатку в психологічних дослідженнях (Дж. П. Гілфорд, 1950), потім у менеджменті

¹² Фрейд З. Леонардо да Вінчі. Спогад дитинства. URL: <https://lnk.ua/o79rJkigG> (дата звернення: 1.06.2026).

¹³ Юнг К.-Г. Психологія і поезія. URL: <https://poezia.org/ru/publications/609> (дата звернення: 1.06.2026).

¹⁴ Csikszentmihalyi M. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York : Harper and Row, 1990. 303 p.

¹⁵ Csikszentmihalyi M. *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York : Harper Perennial, 1996. 456 p.

¹⁶ Boden M. *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. London ; New York : Routledge, 2004. 344 p.

та рекламній індустрії¹⁷. Гілфорд закликав психологів зайнятися дослідженнями творчих здібностей і запропонував розрізнення між «конвергентним» і «дивергентним» мисленням: спочатку спрямоване на пошук єдиної правильної відповіді, друге – на генерацію множини варіантів. «Креативність» стала синонімом дивергентного мислення – і таким чином перетворилася на психологічну здатність, яку можна вимірювати, тестувати і розвивати. Це було принципово нове розуміння: якщо в традиції «творчість» була привілеєм генія, то «креативність» у гілфордівському сенсі є загальнолюдською здатністю, який кожен має у більшій чи меншій мірі. Це можна інтерпретувати як демократизацію й одночасно баналізацію: з цього дару вона стає психологічним тестовим показником.

Упродовж наступних десятиліть поняття «креативності» було розвинуто і уточнено. Були розроблені «Тести творчого мислення Торренса» (Torrance Tests of Creative Thinking, 1966) – один із найбільш використовуваних інструментів вимірювання креативності¹⁸. Згодом Т. Амабіль у «Соціальній психології творчості» (The Social Psychology of Creativity, 1983) запропонувала «компонентну модель», де креативність є результатом взаємодії предметних знань, навичок творчого мислення та внутрішньої мотивації¹⁹. Представники позитивної психології віднесли «креативність» до переліку «сильних сторін характеру» в системі VIA (Values in Action), розробленій Селігманом і Петерсоном. Тут «креативність» вже є не лише когнітивною здатністю, а й чеснотою, що завершує її перетворення з ексклюзивного мистецького концепту в загальнокультурну цінність²⁰.

Але справжній переворот стався з появою теорії «креативної економіки» та «креативного класу». Британський дослідник Дж. Хокінс у книзі «Креативна економіка» (2001) визначив креативність як здатність генерувати нові ідеї, що мають економічну цінність²¹. Це визначення є показовим: творчість тут оцінюється не з позиції естетичної чи екзистенційної вартості, а з позиції ринкової реалізованості.

Ще виразніше цю логіку розвиває Р. Флорида в своїй впливовій книзі «Піднесення креативного класу» (2002)²². Флорида визначає «креативний

¹⁷ Guilford J. The Nature of Human Intelligence. McGraw-Hill, 1967. 538 p.

¹⁸ Torrance, E. P. *Torrance Tests of Creative Thinking: Norms-Technical Manual*. Personnel Press, 1966. 267 p.

¹⁹ Amabile, T. M. *The Social Psychology of Creativity*. Springer-Verlag, 1983. 245 p.

²⁰ Peterson, C., Seligman, M. E. P. *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification*. New York : Oxford University Press ; Washington : American Psychological Association, 2004. 216 p.

²¹ Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London : Penguin Global, 2001. 288 p.

²² Флорида Р. *Homo creativus. Як новий клас завойовує світ* / пер. з англ. М. Яковлєва. Київ : Наш формат, 2018. 432 с.

клас» як сукупність людей, що «додають економічну вартість через свою творчість»: від науковців і інженерів до дизайнерів, художників і акторів. Головна теза книги: у постіндустріальній економіці знань саме концентрація «творчого капіталу» стає ключовим фактором економічного зростання міст і регіонів. Т. зв. формула «3Т» (Technology, Talent, Tolerance) описує умови, за яких креативний клас осідає у певному місті і процвітає. Тобто успішне постіндустріальне місто має бути технологічно розвиненим, залучати таланти і бути відкритим до різноманіття. Ця теорія здобула величезний вплив і стала основою для численних урбаністичних стратегій у всьому світі. Але вона також зазнала нищівної критики, що є важливим моментом для нашого аналізу. Проблема цієї концепції не в тому, що вона помиляється описово, а в тому, що вона пропонує редукцію: творчість стає «креативністю» саме тоді, коли перетворюється на вимірювану, алгоритмічну і ринково затребувану здатність. Все, що не конвертується в економічну вартість, за такою логікою є не «справжньою» творчістю, а лише її неефективним відхиленням. Флоріда розмиває різницю між «творчістю» і «роботою зі знаннями»: менеджер, що «творчо вирішує проблеми», і скульптор, що виношує на повноцінний досвід смерті, опиняються в одній категорії. Це не просто аналітична неточність, це симптом ширшого процесу, про який далі. Згодом у книзі «Нова міська криза» (The New Urban Crisis, 2017), Флоріда констатував, що концентрація креативного класу у поглиблює нерівність і виробляє «поляризовані» міста, де бідні і багаті живуть у дедалі більших розірваних просторах²³.

Філософ і урбаніст Ш. Зукін у книзі «Naked City: Death and Life of Authentic Urban Places» (2010) показав, як дискурс «автентичності» й «креативності» використовується для джентрифікації міських кварталів: художники та божества молоді перетворюють занедбані райони на привабливі, після чого їх витісняє дорожче житло і туристична інфраструктура. Креативність стає знаряддям витіснення²⁴. Ж. Бодрійяр у своїх ключових працях «Симулякри і симуляція» (1981)²⁵, «Суспільство споживання» (1970)²⁶, «Система речей» (1968)²⁷ запропонував найрадикальнішу діагностику

²³ Флоріда Ч. Криза урбанізму. Чому міста роблять нас нещасними / пер. з англ. І. Бондаренко. Київ : Наш формат, 2019. 320 с.

²⁴ Zukin S. Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places. New York : Oxford University Press, 2010. 312 p.

²⁵ Бодрійяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з фр. В. Ховхуна. Київ : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2004. 230 с.

²⁶ Baudrillard G. Le système des objets. Paris : Gallimard, 1968. 288 p.

²⁷ Baudrillard J. La société de consommation : ses mythes et ses structures. Paris: Gallimard 1970. 318 p.

сучасної культури. Його концепція симулякра – знаку, що не має оригіналу й глибини – є, мабуть, найточнішим описом того, чим може стати креативність у сучасному світі. За Бодрійяром, ми живемо в культурі, де образи вже не відображають реальність (перший порядок симулякрів), не спотворюють її (другий порядок) і навіть не приховують її відсутності (третій порядок) – образи стали первинними, вони самі є реальністю. У цьому контексті «креативна» продукція (реклама, брендинг, арт-дизайн, культурні «проекти») є виробництвом гіперреальності: вона не відображає ніякого досвіду, крім досвіду споживання образів.

Мистецтво в цій системі координат перебуває в особливо парадоксальній позиції. Бодрійяр у «Змові мистецтва» (1996) говорив про «транссестетизацію» – розчинення мистецтва в повсякденному житті, яке означає не торжество мистецтва, а його зникнення. Коли все стає «дизайном», коли будь-який магазин є «простором досвіду», коли корпоративний логотип обговорюється в категоріях естетики, мистецтво втрачає свою особливість і перестає бути місцем критичного мислення²⁸. Характерним є приклад творчості Джеффа Кунса – американського художника, чий гігантські скульптури з нержавіючої сталі («Balloon Dog», 1994-2000; «Rabbit», 1986) досягають найвищих цін на аукціонах в історії. Кунс сам характеризує свою роботу як «прийняття» культури споживання без іронії. Його мистецтво є, за визначенням Бодрійяра, досконалим симулякром: воно знищує дистанцію між мистецтвом і товаром, і саме тому стає найдорожчим товаром. Але чи є воно творчістю у гайдегерівському сенсі? Чи «відкриває» воно нове буття, чи лише відображає вже існуючу систему цінностей?

До певної міри, відмінність між творчістю і креативністю є у тому, що саме вони творять (виробляють) і як вони це виробляють. Творчість претендує на творення (виробництво) принципово нового: того, чого до цього не було не лише як предмета, а й як можливості. Це є, власне, та «трансформаційна творчість» у термінах Боуден: зміна самих правил, а не гра за правилами. Казимир Малевич пише «Чорний квадрат» (1915), і цей жест не є просто нестандартним живописним рішенням: він змінює саме поняття живопису, руйнує всю попередню структуру «можливого» в цій галузі, ставить «велику крапку», проголошуючи «смерть мистецтва», відкриваючи неосвоений простір для нових, інших художніх форм вираження, пропонуючи нову самодостатню і незалежну від предметного світу реальність. Джон Кейдж, відомий композитор-авангардист, музичний «хуліган» презентує «4'33» (1952) – твір, що складається з чотирьох

²⁸ Baudrillard J. Le complot de l'art. Paris : Gallimard, 2005. 171 p.

хвилин і тридцяти трьох секунд тиші, заповненої різними стихійними звуками довкілля, причому кожного іншими, залежно від конкретного середовища, де «виконується». І цим рухом він руйнує загальноприйняте уявлення про музику, радикально деконструє сутність музики як процесу організації і впорядкування звуків, створюючи зовсім нове розуміння музики, запроваджуючи альтернативний досвід її сприйняття. Креативність у поширеному значенні є радше «комбінаторною» або «дослідницькою». Вона є генеруванням нових поєднань або нових програм у межах існуючого концептуального простору. Це не применшує її значення, більшість того, що відноситься до дизайну, реклами, архітектури, маркетингу, консалтингу є саме цією фаховою, кваліфікованою, цінною, нерідко дуже складною діяльністю в межах встановлених параметрів і вже існуючих форм та образів.

Але важливо не змішувати ці два типи, хоча, насправді, це досить складно. Коли Стів Джобс говорить: «Креативність – це просто поєднання речей. Коли ви запитуєте творчих людей, як вони щось зробили, вони відчують трохи провини, бо насправді вони цього не робили, вони просто щось побачили. Через деякий час це здавалося їм очевидним. Це тому, що вони змогли поєднати свій досвід і синтезувати нові речі (інтерв'ю Wired, 1996), він описує саме «комбінаторну творчість», і це є чудовим описом того, що робить дизайн²⁹. Але коли митець (наприклад, А. Матіс, Х. Міро, П. Мондріан, багато відомих і менш знаменитих імен) роками відсікає все більш деталей від своїх образів, рухаючись до чистих горизонталей і вертикалей, шукаючи і знаходячи чисту лаконічну виразність форми, кольору, концепту – це не дизайн, це творення нового світобачення і, по суті, іншої реальності, не лише мистецької, нових соціокультурних цінностей, художніх і суспільних перспектив.

Ще один вимір сучасних відмінностей між творчістю і креативністю – це інше розуміння суб'єкта творчої (креативної) діяльності. Творчість традиційно пов'язувалася з індивідуальним творчим суб'єктом – художником, поетом, композитором, – чия особистість є невід'ємною від твору, де кожен мазок є вираженням конкретної людини, її безпосередніх переживань, її власних уявлень про світ. Неможливо відокремити «форму» від «особистості» художника – це один нероздільний акт. Креативність у корпоративному і маркетинговому дискурсі, навпаки, є компетентністю, свідомо відокремленою від особистості, знеособленою, позбавленою конкретних характеристик людини. «Креативна команда»,

²⁹ Wired: Steve Jobs – The Next Insanely Great Thing. Wired, № 4.2.02.1996. URL: http://archive.wired.com/wired/archive/4.02/jobs_pr.htm Source: https://quotepark.com/quotes/1932321-steve-jobs-creativity-is-just-connecting-things/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 1.06.2026).

«мозковий штурм», «дизайн-мислення» (Design Thinking) – усі ці методи стимулювання і продукування передбачають, що «хороші ідеї» можуть бути вироблені процедурно, методично, колективно. Т. Браун у «Дизайн-мисленні» (Change by Design, 2009) описує процес, у якому «людиноцентрований» підхід і структурована методологія не дозволяють виробляти інноваційні рішення. На його думку, творчість не є привілеєм генія, а є процесом виявлення нових зв'язків між людськими потребами, технологічними можливостями і соціальними контекстами. У цьому сенсі його підхід перегукується зі знаменитою формулою Стіва Джобса, але переводить її з індивідуального рівня генія на рівень колективного дизайн-мислення та інноваційних практик. Тобто це є надзвичайно ефективним для вирішення проблеми, але це є технологія, а не митецтво³⁰. Небезпека виникає у тому, що «дизайн-мислення» і подібні підходи починають претендувати на те, що вони є творчістю, тим самим підмінюють одне поняття іншим. Художника-суб'єкта з його унікальним особистим досвідом замінює «креативна команда» з її алгоритмічно відтворюваним процесом.

Творчий процес у традиційному розумінні не підлягає повному розкладу і плануванню. Він має власний ритм, власну логіку, власну «дозрілість». Митець живе в інших часових реєстрах, де є етапи візіонерства, натхнення, творчого імпульсу і захоплення, є періоди порожнечі, тиші і занепаду, є очікування, визрівання, зупинки, є відчай та ейфорія, є моменти, коли «щось» приходить – і твориться образ, нова реальність. Майже кожен відомий митець провів не один день, рік і навіть десятиліття у пошуках себе, свого шляху, стилю, від найбільшого до найдрібніших деталей, часто непомітних і неважливих для зовнішнього рецепієнта. Доля Вінсента Ван Гога, складні і трагічні виверти його біографії, часи безперервної творчої одержимості і безсилового психічного занепаду, емоційного виснаження – яскравий приклад життя чи не кожного художника з певними особливостями його таланту, душевного устрою, суспільного середовища і ще багатьох явних і прихованих нюансів так званої «творчої долі», а насправді, такого цінного, багатогранного, неосягненого феномену власне творчості, що не піддається остаточному і вичерпному аналітичному препаруванню креативними технологіями успіху чи ефективного дизайну.

Креативність у корпоративному розумінні, навпаки, є плановою і результативною. Вона підлягає дедлайнам, КПП, спринтам, кількісним вимірам, рейтинговим і конкуруючим стимулюванням. Творча індустрія (creative industries) – термін, запроваджений Департаментом культури,

³⁰ Brown T. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York : HarperBusiness, 2009. 264 p.

медіа та спорту Британії в 1997 році, – декларує, що «творчість» може і повинна бути промисловою: регулярною, відтворюваною, зростаючою, прибутковою тощо. Проблема не у тому, що це погано. Дизайнери, рекламисти, архітектори, ігрові розробники, кінематографісти – усі вони здатні виробляти надзвичайно цінні культурні продукти в промисловому ритмі. Проблема у тому, що ця логіка проникає і в сферу власне мистецтва, і там вона дає збій. Художній ринок і система галерей-бієнале виробляє все більший тиск на художника: необхідно регулярно виробляти нові роботи, підтримувати впізнаваний стиль (бренд), залишатися актуальним. Це тиск логіки виробництва на логіку творення, і він породжує характерні деформації: художника, що є бізнесом, а не суб'єктом досвіду.

XXI ст. внесло принципово нові виміри в цю дискусію. Поява інтернету, соціальних мереж і цифрових технологій відтворення змінила саму матерію, з якою працює мистецтво. «Постінтернет-мистецтво»³¹ – перехідне мистецтво від онлайн-формату у знову матеріальний вимір, воно знаменує якісні зміни не лише у мистецькому контексті, а й у соціокультурному середовищі, психології сприйняття. Це практики, що свідомо рефлексують над умовами існування образу в мережі, його нескінченну відтворюваність, швидке забування, відрив від матеріального контексту. Американська художниця Луна Юс (Hito Steyerl) у своїх відеоесе, зокрема «In Defense of the Poor Image» (2009), запропонувала парадоксальний захист «бідного образу»: низькоякісного, пікселізованого, «деградованого» зображення, що стрімко поширюється в мережі³². Штайерл протиставляє «бідне зображення» (poor image) традиційній естетиці високої якості. Вона трактує цифрові копії, меми, піратські відео, низькороздільні файли не як дефект культури, а як нову форму демократизації образів, де мобільність і циркуляція стають важливішими за оригінальність і технічну досконалість. «Бідний образ» є демократичним: він відірваний від ауратичного оригіналу (у сенсі Беняміна), від музейного контексту, від ринкової вартості. Але чи означає це його творчу силу, чи лише іншу форму поверхні?

Останні роки принесли нову і дуже гостру форму напруги між «творчістю» і «креативністю», пов'язану з цифровим мистецтвом і NFT (non-fungible tokens). В. Бенямін у легендарному есе «Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності» (1935) писав про «ауру» – унікальне відчуття присутності оригінального твору, що пов'язане з його місцем у традиції і ритуальному контексті. Технічне відтворення

³¹ Post-Internet Art. URL: <https://www.artsy.net/gene/post-internet-art> (дата звернення: 1.06.2026).

³² Steyerl H. *In Defense of the Poor Image* // *e-flux Journal*. 2009. No. 10. November URL: <https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image> (дата звернення: 1.06.2026)

знищує ауру, але Беньямін бачив у цьому й інший потенціал: мистецтво звільняється від ритуальної залежності і може стати інструментом політичної мобілізації³³. Цифрова доба довела цю логіку до крайності: технічна відтворюваність стала тотальною, але обіцяний «звільнювальний потенціал» значною мірою реалізувався в нових формах маніпуляції і поверхні.

Феномен NFT (Non-Fungible Token) 2020-2022 рр. є показовим прикладом цих суперечностей. NFT претендував на «повернення аури» цифровому образу через технологію блокчейн: штучне відтворення унікальності в середовищі, де унікальність за визначенням неможлива. Апогеєм цього процесу став продаж роботи художника Майкла Винкельмана, відомого як Beeple, «Everydays: The First 5000 Days» за 69,3 мільйонів доларів на Christie's у 2021 році у вигляді невзаємозамінного токена (NFT). Як повідомляє The New York Times, аукціон проходив протягом двох тижнів, торги почалися зі стартової ціни 100 доларів. В останні кілька секунд торгів надійшло безліч заявок, через що аукціон продовжили на дві хвилини. Покупець колажу Beeple отримав зашифрований файл в блокчейн-форматі. JPG-файл «Everydays – The First 5000 Days» є колажем, який складається з п'яти тисяч цифрових робіт, які Beeple малював щодня з 2007 року. Ці картини – реакція художника на події світової політики та культури. На колажі можна помітити мультиплікаційних персонажів, Ілона Маска, Джеффа Безоса, Дональда Трампа, лідера КНДР Кім Чен Ина, Майкла Джексона, віцепрезидентів США Майкла Пенса і Камалу Гарріс³⁴. Чи є це тріумфом цифрової творчості чи досконалим симулякром у сенсі Бодрійєра – питання, на яке ринок уже відповів, а культурна критика ще не завершила.

Теоретик нових медіа Л. Манович у «Мові нових медіа» (The Language of New Media, 2001) ще задовго до NFT-буму описав принцип рису цифрової культури: «варіативність» і «модульність», тобто цифровий об'єкт може бути нескінченно змінений, скопійований, реміксований. Це структурно «комбінаторна» творчість, вбудована в саму природу медіуму. NFT є спробою накласти поверхню цієї «варіативності» логіку унікальності та власності, але ця логіка є зовнішньою за відношенням до природи цифрового мистецтва, а не органічною³⁵. Згодом Манович у праці

³³ Беньямін В. Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності / пер. з нім. Ю. Рибачук / Вибране. Львів : Літопис, 2002. С. 53-87.

³⁴ Мопі Є. JPG-картину художника Beeple продали за рекордні \$69 мільйонів як NFT-токен. URL: <https://suspihne.media/culture/112791-jpg-kartinu-hudoznika-beeple-prodali-za-rekordni-69-miljoniv-ak-nft-token/> (дата звернення: 1.06.2026).

³⁵ Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, Massachusetts : MIT Press, 2001.354 p.

«Культурна аналітика» (Cultural Analytics, 2020) пропонує «кількісний» підхід до аналізу культури: він аналізує кольорові зображення, тексти, відео за допомогою алгоритмів. Це є ще одна форма розмивання межі між «творчістю» і «аналітикою»: хто є «творцем» у проєкті, де мільйони образів аналізуються алгоритмом?³⁶

2. Сучасне мистецтво: пошук нової автентичності крізь творчість і креативність

Справді, сучасне мистецтво є полем, де напруга між творчістю і креативністю виявляється з найбільшою гостротою. Арт-система з її ярмарками (Art Basel, Frieze), аукціонними домами (Christie's, Sotheby's), ключовими музеями та впливовими галереями є одним з найбільш ієрархічно організованих і ринково орієнтованих культурних полів. І водночас саме в ній виникають найрадикальніші спроби опору цій логіці.

Рух «інституційної критики» 1960-1970-х років зробив саму арт-систему предметом художнього дослідження. Ханс Гааке у своїх роботах викривав ринкові і політичні зв'язки музеїв (скандальна виставка в Гуттенгаймі 1971 р., що була скасована через розслідування, які розкривали власність опікунів музею), Марсель Бродтгарс іронічно відтворював музейні інституції у своїх «псевдомузеях», Андреа Фрейзер систематично аналізувала підсвідоме ринкової системи мистецтва. Ці художники робили видимим механізм, що зазвичай залишається непомітним: виробництво «значущості» у мистецтві є соціальним процесом, що має чіткі владні координати. Люк Болтанський і Єв Кьяпелло в «Новому дусі капіталізму» (*Le nouvel esprit du capitalisme*, 1999) аналізують, як критика капіталізму 1968 року і вимога свободи, автентичності, самовірування, творчості була поглинута самим комерціалізацією і перетворена на нову форму її легітимації. Мережевий тип організації, проєктна логіка роботи, вимоги мобільності, ентузіазму, пасіонарності – часто це є іншою, більш вишуканою формою відчуженням. Художник, що виражає себе, і менеджер, що творчо вирішує бізнес-задачі, стають двома проявами одного ідеологічного проєкту³⁷.

Л. Гайд у «Дарі» (*The Gift: Creativity and the Artist in the Modern World*, 1983, перевидання 2007) пропонує фундаментальну відмінність між «ринковою» і «даруючою» логікою творчості. Справжня художня творчість є подарунком, вона вимагає передачі, а не накопичення, вона створює зв'язок, а не обмін. Коли мистецтво занурюється в ринкову логіку, де твір є «продуктом», художник є «постачальником», а глядач є «споживачем»,

³⁶ Manovich L. Cultural Analytics. Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2020. 318 p.

³⁷ Boltanski L., Chiapello E. Le Nouvel esprit du capitalisme. Paris : Gallimard, 1999. 843 p.

відбувається глибоке перекручення самої природи творчості. Художній твір первісно належить не до логіки товару, а до логіки дару. Художник не просто виробляє продукт, а бере участь у циркуляції творчого дару, який існує завдяки обміну, взаємності та культурній комунікації. Гайд не заперечує можливості продавати мистецтво, але наполягає: художник живе двома життями, і ринкова логіка не повинна колонізувати ту сферу, де відбувається власний творчий процес³⁸.

Саме в цьому зазорі між творчістю як даром (чи дарунком) і креативністю як ресурсом і розміщується головне напруження сучасної культури. П. Бурд'є у роботі «Правила мистецтва» (1992) запропонував концептуальний апарат для розуміння цього процесу. «Поле мистецтва» є автономним соціальним простором, що функціонує за власними правилами акумуляції «символічного капіталу» – визнання, престижу, культурного авторитету. Але ця автономія є відносною і постійно перебуває під тиском «гетерономних» (передусім економічних) принципів. «Комерційне» і «чисте» мистецтво є двома полюсами поля, між якими розгортається боротьба за визначення того, що вважається справжнім мистецтвом³⁹.

Система великих міжнародних бієнале є одночасно простором художньої легітимації та розваги для «креативного класу». Куратор Ганс Ульріх Обрист, один із найвпливовіших людей сучасного арт-світу, у своїй «Короткій хронології кураторства» (*A Brief History of Curating*, 2008) описує куратора як «каталізатора» і «перекладача» між художником і публікою⁴⁰. Автор реконструює історію становлення кураторства як самостійної культурної практики. Він виходить із переконання, що історія мистецтва добре документована, тоді як історія кураторства часто залишається в тіні. Він називає книгу своєрідним «актом протесту проти забуття». Тому його мета – зібрати досвід тих людей, які фактично винайшли сучасне кураторство. Куратор перестає бути лише адміністратором й асоціюватися лише зі зберігачем музейної колекції. У другій половині XX століття його роль кардинально змінилася. Куратор стає автором концепції виставки, інтерпретатором мистецтва, посередником між художником і публікою, творцем нових культурних контекстів.

Крім того, виставка набуває статусу самостійного культурного твору, культурного тексту. Це означає перехід від аналізу окремого твору до

³⁸ Hyde L. *The Gift: Creativity and the Artist in the Modern World*. 25th Anniversary Edition. New York : Vintage Books, 2007. 464 p.

³⁹ Бурд'є П. Правила мистецтва: генеза і структура літературного поля / пер. з фр. С. Йосипенка. Київ: Веселка, 2003. 384 с.

⁴⁰ Obrist H. U. *A Brief History of Curating*. Zürich : JRP|Ringier, 2008. 255 p.

аналізу виставки як форми виробництва смислів, тобто куратор працює не стільки з об'єктами, скільки зі зв'язками між ними, формуючи унікальну креативну, різноматичну логіку. Такий підхід дозволяє представляти виставку простором, де народжуються нові смислові конфігурації. Обрист показує, як після 1960-х років центр художнього життя поступово зміщується від постійних колекцій до тимчасових виставок, від музею до бієнале, фестивалів, проєктів та подій. Динамічність, мінливість, адаптивність експозиційних середовищ відображала і відображає складну невловиму природу постсучасної культури.

Але критики, такі як Д. Хіккі, наприклад, у «Невидимому драконі» (*The Invisible Dragon*, 1993), вказують: ринок і куратори разом у системі, де «добре» мистецтво розвивається не через досвід якості, а через позиціонування в системі⁴¹. Дослідник звертає увагу на те, що у 1980-1990-х роках у мистецтвознавстві та культурній теорії поняття краси стало майже підозрілим. Домінували політичні, соціологічні, гендерні, постструктуралістські та інституційні інтерпретації мистецтва. Хіккі виступає проти цієї тенденції й ставить провокаційне запитання: Чому ми перестали говорити про красу? Головна теза книги полягає в тому, що краса не є пережитком минулого чи буржуазною ілюзією. Для Хіккі краса – це не метафізична категорія на кшталт платонівської ідеї, а форма культурної комунікації між твором і глядачем. Вона виникає в акті зустрічі та спокуси. Краса є демократичною – це, мабуть, найвідоміша думка Хіккі. Він стверджує, що краса працює без посередників. Щоб пережити красу, не потрібно наукового ступеня, музейного сертифіката, кураторського дозволу, академічної інтерпретації. Глядач має право на власне естетичне судження. Саме тому Хіккі називає красу демократичною силою. Хіккі стверджує, що сучасні музеї, університети, фонди та арт-інституції часто прагнуть контролювати інтерпретацію мистецтва. У результаті мистецтво перетворюється на об'єкт виховання, моралізаторства або політичної педагогіки. Він виступає проти ситуації, коли інституція пояснює глядачеві, що саме той повинен бачити, відчувати, сприймати. Для Хіккі велике мистецтво не повчає, воно приваблює, зачаровує, провокує, спокушає. Тому він аналізує твори Рафаеля, Караваджо, Воргола та Роберта Меплторпа як приклади естетичної сили образу. У багатьох теоретичних школах кінця ХХ-початку ХХІ століття насолода від мистецтва розглядалася як щось підозріле. Хіккі повертає право на задоволення. Він фактично говорить: якщо мистецтво перестає хвилювати, зачаровувати

⁴¹ **Hickey D.** *The Invisible Dragon: Essays on Beauty, Revised and Expanded*. Chicago : University of Chicago Press, 2009. 224 p.

й захоплювати, воно втрачає значну частину своєї культурної сили. Такий підхід пропонує своєрідну альтернативу двом крайностям: з одного боку – класичній естетиці, де краса мислиться як абсолютна цінність, з іншого – постструктуралістським (постмодерністським) теоріям, де краса часто розчиняється в дискурсах влади.

Одна з найвпливовіших теоретиків сучасного мистецтва К. Бішоп у «Штучному пеклі» (*Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*, 2012) аналізує «partiципаторне мистецтво» – мистецтво, яке залучає глядача як учасника художнього процесу – і виявляє в цьому нову форму напруги між творчістю та активізмом, між естетичним і політичним. Вона критикує тенденцію, де участь стає самоціллю, а естетична якість приноситься в жертву соціальному ефекту і водночас захищає право мистецтва бути тривожним, конфліктним, неприємним, а не лише залучаючим⁴². Вона стверджує, що з 1990-х років у мистецтві відбувся так званий соціальний поворот – перехід від створення об'єктів до створення соціальних взаємодій. Художники дедалі частіше працюють не з матеріалом, а з людьми, спільнотами та процесами комунікації. У результаті художнім твором стає не річ, а подія або соціальна ситуація. Участь сама по собі не є цінністю – це, мабуть, найвідоміша і найсуперечливіша теза Бішоп. Вона критикує поширене переконання, що будь-яке мистецтво, яке залучає людей до участі, автоматично є демократичним і політично прогресивним. На її думку, участь не гарантує ні естетичної якості, ні політичної емансипації. Сам факт співпраці ще не робить мистецтво критичним або значущим. Бішоп вважає, що мистецтво – це простір не лише комфорту і загальної згоди, воно здатне провокувати, напружувати, конфліктувати, руйнувати консенсус, виявляти і підкреслювати суперечності. Крім того, вона виступає за збереження і дотримання певної дистанції між глядачем і художнім твором, що робить можливими критичне мислення, вільну інтерпретацію. Ще один важливий момент її концепції – етика не замінює естетику, тобто моральна користь, соціальна спрямованість твору не завжди тотожна його художній цінності. Йдеться про оцінку мистецтва (передусім, партиципаторного) з естетичних позицій, а не лише за етичними, часто моралізаторськими критеріями.

Важливою і цікавою тенденцією на сучасному арт-ринку є звернення значної частини митців до категорій тіла, спільноти, місця, часу. Ці практики можна назвати контрпрактиками щодо домінуючої креативної логіки. Перформативне мистецтво від самого початку протиставляло себе

⁴² Bishop C. *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. London; New York : Verso, 2012. 382 p.

логіці товару: перформанс важко (неможливо) продати, відтворити, він існує лише в момент свого здійснення. У цій парадоксальності – сутність перформансів і перформативних практик. Відома Марина Абрамович у своїй роботі «The Artist is Present» (MoMA, 2010)⁴³ сиділа нерухомо протягом 736 годин, зустрічаючи погляд кожного відвідувача музею. Тисячі людей плакали перед нею, не маючи змоги пояснити чому. Ця неможливість артикуляції і є свідченням того, що відкривається особливий стан і ситуація присутності, яку неможливо симулювати і яка не зводиться до конкретних образів. Цей перформанс цікавий не лише як подія в історії мистецтва, а як своєрідний експеримент над увагою, присутністю, афектом і міжсуб'єктністю. Назва «The Artist Is Present» часто перекладається буквально «Художниця присутня». Але в культурологічному сенсі йдеться про щось значно глибше. У сучасному світі людина майже постійно розсіяна між інформаційними потоками, гаджетами, соціальними ролями, майбутнім і минулим. Абрамович радикалізує простий акт: бути тут і зараз разом з Іншим. Фактично матеріалом твору стає не тіло художниці, а сама присутність її та учасників. З формального погляду нічого не відбувається. Люди просто дивляться одне одному в очі, але саме ця відсутність події створює подію. Тут виникає цікавий зв'язок із дзенем як тотальне переживання моменту «тут і зараз», життя напряду без посередництва слів, пояснень, інших людей, власне самої культури і мистецтва. Як дзенівський коан руйнує автоматизм мислення, так цей перформанс руйнує автоматизм спілкування. Мовчання починає говорити більше за слова. Один із найбільш загадкових аспектів перформансу – велика кількість людей, які починали плакати. Багато учасників описували досвід як трансформаційний, а деякі – як уховний. Для дослідників афекту це надзвичайно цікаво. Перформанс демонструє, що емоція не завжди породжується наративом чи історією. Іноді достатньо уваги, погляду, взаємної присутності. Для класичного мистецтва характерна схема: художник – твір – глядач. У «The Artist Is Present» ця структура руйнується, фактично твір створюють самі відвідувачі. У цьому сенсі Абрамович дуже близька до проблематики, яку аналізує К. Бішоп.

Найцікавіше, що перформанс про безпосередню присутність, став одним із перших глобально вірусних мистецьких проєктів епохи соціальних мереж. MoMA трансливав його онлайн, а фотографії кожного учасника викладалися в мережу. Тобто твір про фізичну присутність парадоксально отримав друге життя у цифровому просторі. Для досліджень

⁴³ Museum of Modern Art. URL: https://www.moma.org/interactives/moma_through_time/2010/performance-art-in-the-social-media-age/ (дата звернення: 1.06.2026).

постсучасності – це дуже важливий момент: чим більше твір наголошує на безпосередності, тим сильніше він починає існувати як медійний образ.

Найвідоміший епізод стався тоді, коли навпроти Абрамович несподівано сів її колишній партнер і співавтор багатьох перформансів – Улай. Без жодного слова вони просто дивилися один на одного. Цей фрагмент став одним із найбільш переглянутих відео в історії сучасного мистецтва та перетворився на окремий культурний міф. Цікаво, що для багатьох глядачів саме ця сцена стала зрозумілішою за будь-які теоретичні пояснення перформансу. Мабуть, головна причина його актуальності у тому, що він ставить питання, яке лише загострилося після 2010 року: чи здатні ми ще бути присутніми одне для одного? У добу алгоритмів, штучного інтелекту, інформаційного перевантаження, війни та постійної тривоги, акт уважного погляду на іншу людину несподівано перетворюється на радикальну практику. Саме тому цей перформанс можна читати не лише як мистецький жест, а як антропологічний експеримент над людською потребою бути побаченим, просто бути. У «The Artist Is Present» художній об'єкт остаточно зникає, поступаючись місцем афективному полю присутності. Твором стає не річ, а подія зустрічі, не образ, а інтенсивність взаємного погляду. Це фактично один із найяскравіших прикладів переходу від естетики об'єкта до естетики відносин, афекту та співприсутності в сучасній культурі.

Ще один цікавий феномен – Яніс Кунелліс і Arte Povera (мистецтво бідноти), що виник в Італії наприкінці 1960-х рр., свідомо використовували «незначні» матеріали – вугілля, мішковину, живих тварин (знаменита робота Кунелліса «Untitled (12 horses)», 1969, де він розмістив 12 живих коней в римській галереї) як жест опору ринковій логіці. «Бідне мистецтво» стверджувало, що справжня творча енергія знаходиться не в естетичній полірованості, а в прямому контакті з матерією і досвідом.

Соціально-орієнтоване мистецтво (Socially Engaged Art), або «реляційна естетика» в термінології Ніколя Буррьо («Реляційна естетика», 1998)⁴⁴, переносить акцент з твору на процес і стосунки. Художник стає організатором спільного досвіду: Тірваніт Ріркрит готує страви для відвідувачів галереї, Томас Гіршгорн будує монументальні тимчасові споруди разом з мешканцями бідних кварталів, Сантьяго Сьєрра наймає безробітних для виконання безглузвих, принизливих завдань, щоб зробити видимою невидиму логіку найманої праці. Ці практики ставлять під сумнів саме поняття креативності як індивідуальної здатності: вони наполягають на тому, що творчість є завжди соціальним актом, що виникає з і для

⁴⁴ Bourriaud N. Relational Aesthetics. Dijon : Les Presses du Réel, 1998. 125 p.

спільноти, і що твір є лише матеріалізацією відносин, а не кінцевим продуктом.

Отож, креативність часто постає цивілізованою, «одомашненою», ринково придатною версією творчості. Вона зберігає зовнішню форму новизни, оригінальності, «виходу за межі», але часто втрачає те, що притаманне творчості: непередбачуваність, стихійність, безкорисливість, ризики, відсутність будь-яких гарантій публічного прийняття і комерційного успіху. Але це не означає, що власне творчість зникла. Вона продовжує існувати на маргінесах, у художніх практиках, що свідомо відмовляються від ринкової логіки. І, що важливо, вона продовжує існувати навіть усередині арт-системи, у творах художників, що використовують мову ринку для його критики. Характерним є приклад Вольфганга Тільманса – німецького фотографа, який отримав Тернерівську премію (2000) і виставляється в найпрестижніших інституціях світу, але при цьому наполегливо підтримує low-key, майже щоденну практику фотографії, що уникає монументальності і вічності. Його роботи (тіла, інтер'єри, небо, абстрактні лабораторні процеси) не претендують на «значущість» у ринковому сенсі. Вони є слідом уваги: уважного погляду, що відкриває присутність у звичайному.

Два найбільш відомих художника рубежу ХХ-ХХІ ст. – американець Джефф Кунс⁴⁵ і британець Демієн Герст⁴⁶ – є, мабуть, найкращими прикладами того, що відбувається, коли логіка креативності (виробництво, бренд, ринок) повністю колонізує сферу творчості. Кунс виготовляє свою роботи – велетенські сталеві «повітряні кульки», порцелянові фігурки Майкла Джексона, «Кролика» (Rabbit, 1986), що у 2019 р. продали за 91,1 млн доларів, – у майстерні, що функціонує як завод: близько 90 асистентів виготовляють твори за ескізами художника, сам Кунс нерідко навіть не торкається фізичного матеріалу. Герст, у свою чергу, здобув популярність серії об'єктів: мертвими акулами і тваринами у формаліні («Фізична неможливість смерті у свідомості живого», The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living, 1991), скляними вітринами з хірургічними інструментами, «Заради Бога» (For the Love of God, 2007) – людський череп, покритий 8601 діамантом, виставок за 50 млн фунтів. У 2008 р. він продав одну роботу через Сотбіс, минаючи галерею, і за один аукціон виручив 111,5 млн фунтів. Пригадується його

⁴⁵ Jeff Koons. <https://web.archive.org/web/20080416003111/http://www.neurotypisch.nl/koons/index.html> (дата звернення: 1.06.2026).

⁴⁶ Damien Steven Hirst. URL: <https://www.stedelijk.nl/nl/collectie/83364-damien-hirst-damien-hirst> (дата звернення: 1.06.2026).

виставка в PinchukArtCentre у 2009 році «Реквієм»⁴⁷, сповнена брутальних, фізіологічних проявів людської сутності у поєднанні з ідеями віри, медицини, естетики, добробуту.

Проекти цих художників презентує сучасне мистецтво, яке Ж. Бодрійяр ще в 1990-х описав трансестетику, де все є мистецтвом і тому нічого не є мистецтвом. Художник Ганс Гааке неодноразово вказував: ринок сучасного мистецтва є системою відмивання грошей і легітимації статусу, а не виробництва змісту. Роботи Кунса і Герста є комбінаторною творчістю, за Боуден, вони поєднують уже існуючі культурні знаки (кітч, смерть, розкіш, банальність) у новій конфігурації. Вони не є трансформаційними, вони не змінюють правила, але вони є симптоматичними: вони виробляють об'єкти, які є ідеальними дзеркалами суспільства. Кунс і Герст є креативними у повному значенні слова і тому вони, мабуть, є проблематичними для творчості. Художня практика Абрамович, про яку вже згадувалося, навпаки, вираженням творчості у сильному, трансформаційному сенсі. Вона продовжує більше п'ятдесяти років творити перформанси, в яких її власне тіло є одночасно медіумом, матеріалом і твором. Наприклад, «Ритм 0» (Rhythm 0, 1974) – шість годин у напівпорожній галереї в Неаполі: перед нею стіл із 72 предметами (квіти, пір'я, пістолет, ніж, бритва) і запрошення глядачам робити з нею що завгодно. Результат показав: анонімний натовп спочатку обережно, а згодом брутально і відверто дійшов до небезпечних насильницьких дій. Її твори є трансформаційними: вони змінюють саме питання про те, що є мистецтво, що є тіло, що є присутність, що є співучасть. Їх неможливо технологічно виробити чи відтворити в промисловому ритмі, вони вимагають всього су'єкта, всього його, у всій його вразливості.

Китайський художник Ай Вейвей⁴⁸ є ще одним прикладом творчості у сильному, трансформаційному сенсі, але тут трансформація відбувається не лише в просторі мистецтва, а й у просторі політики. «Соняшникове насіння» (Sunflower Seeds, 2010, Tate Modern) – 100 мільйонів порцелянових зерен, виготовлених вручну майстрами сформовані в однорідну масу. Твір одночасно говорить про масу і про індивіда, про китайське мануфактурне виробництво і про людське мистецтво, про капіталізм і про традицію. «Пам'ять» (Remembering, 2009) – 9000 дитячих рюкзаків на фасаді Haus der Kunst у Мюнхені, на знак пам'яті про дітей, загиблих при землетрусі в Китаї у 2008 р. через будівельні порушення. Твір є одночасно меморіалом

⁴⁷ «Реквієм». Демієн Хьорст / Requiem by Damien Hirst. URL: <https://pinchukartcentre.org/exhibitions/rekviem-damien-horst-requiem-by-damien-hirst> (дата звернення: 1.06.2026).

⁴⁸ Ai Weiwei. URL: <https://web.archive.org/web/20080704053817/http://www.aiweiwei.com/> (дата звернення: 1.06.2026).

і політичним обвинуваченням. Ай Вейвей не є креативним у контексті ринкових відносин, але його творіння вражають емоційно, впливаючи на суспільство, змінюючи культурні сенси.

Сьогодні у контексті дискусії про творчість і креативність з'являється дуже потужний і перспективний фактор – штучний інтелект. Системи і програми ШІ здатні виробляти об'єкти, які за формальними ознаками на перший (і не лише на перший) погляд важко відрізнити від мистецького контенту, створеного людиною, людською творчістю. Він комбінує і досліджує в масштабах, недосяжних для людини. Разом з тим, ШІ (принаймні нинішнього покоління) не є творчим: він не може змінити правила, за якими він сам працює. Він є функцією своїх даних і своєї архітектури і він надзвичайно креативним у флоридівському сенсі: він може нескінченно виробляти нові ідеї, нові комбінації, нові рішення. І якщо творчість і креативність ототожнювати, то можна вважати, що ШІ творить. Якщо ж їх розрізнити, то ШІ є неймовірно продуктивним інструментом для креативності і, можливо, взагалі не причетний до творчості. Але інноваційні технології розвиваються з дивовижною швидкістю і, можливо, така однозначна характеристика креативності ШІ зміниться, як і зміниться статус митця і його творчості...

ВИСНОВКИ

Творчість і креативність, попри часте ототожнення у сучасному науковому і публічному дискурсі, є спорідненими, але не тотожними феноменами культури. Творчість належить до фундаментальних антропологічних характеристик людини, пов'язана зі здатністю до смислотворення, виходу за межі наявного досвіду, продукування нових культурних форм, цінностей та світоглядних горизонтів. Вона має екзистенційний вимір і виступає важливим чинником культурної еволюції, духовного самоздійснення особистості та розвитку мистецтва.

Натомість креативність є переважно соціокультурною та інструментальною формою реалізації творчого потенціалу в умовах сучасного суспільства. Вона орієнтована на пошук ефективних, інноваційних, оригінальних рішень у різних сферах діяльності: від мистецтва і дизайну до комунікації, менеджменту, креативних індустрій, креативної економіки. Якщо творчість тягнє до народження нових смислів і культурних універсалій, то креативність значною мірою пов'язана з виробництвом новизни, комбінаціями наявного досвіду у нові форми і конфігурації, адаптацією культурних ресурсів до потреб сучасного суспільства та створенням конкурентних переваг у символічній економіці.

У сучасній культурі спостерігається поступове зміщення акценту від традиційного розуміння творчості як виняткового акту генія до ширшого трактування креативності як універсальної компетентності, доступної практично кожній людині. Ця трансформація відповідає логіці постіндустріального суспільства, у якому інновація, мобільність, здатність до постійного оновлення стають важливими культурними імперативами. Водночас подібна тенденція містить певні ризики, пов'язані з комерціалізацією творчої діяльності, інструменталізацією культури та перетворенням творчості на ресурс економічного виробництва.

Сучасне мистецтво демонструє складну взаємодію творчості та креативності. З одного боку, воно активно використовує креативні стратегії, новітні технології, міждисциплінарні практики та інноваційні форми комунікації. З іншого – продовжує виконувати свою традиційну функцію критичного осмислення дійсності, продукування нових смислів і формування альтернативних моделей бачення світу. Саме тому творчість і креативність не варто розглядати як взаємовиключні явища. Вони перебувають у відносинах взаємодоповнення, де творчість забезпечує глибину, культурну значущість та аксіологічний вимір культурних практик, а креативність – їхню динамічність, адаптивність і здатність відповідати на виклики сучасності.

Перспективи їхнього подальшого співіснування полягають у формуванні нових моделей культурного виробництва, у яких інноваційність поєднуватиметься зі смислотворенням, а технологічна ефективність – із гуманістичними цінностями. За цих умов творчість залишатиметься джерелом культурної новизни і духовного розвитку людини, тоді як креативність виступатиме механізмом її актуалізації в складному та мінливому соціокультурному просторі XXI століття.

АНОТАЦІЯ

У дослідженні здійснено культурологічний аналіз феноменів творчості та креативності, виявлено їхню спільність та принципові відмінності. Проаналізовано особливості функціонування творчих і креативних стратегій у сучасному мистецтві, яке одночасно виступає простором культурного експерименту, виробництва нових смислів і впровадження інноваційних форм комунікації. Обґрунтовано, що сучасне мистецтво формується на перетині творчості як процесу смислотворення та креативності як механізму культурної інновації. Доведено, що в сучасній культурі творчість і креативність перебувають не у відносинах протиставлення, а взаємодоповнення. Творчість забезпечує глибинний аксіологічний та гуманістичний вимір культурного розвитку, тоді як

креативність сприяє адаптації культурних практик до динамічних умов сучасності. Перспективи подальшого розвитку сучасного мистецтва пов'язані з пошуком балансу між смислотворенням і технологічною інноваційністю, між культурною рефлексією та креативним виробництвом нових форм культурного досвіду.

Література

1. Арендт Г. Становище людини / пер. з англ. М. Зубрицької. Львів : Літопис, 1999. 254 с.
2. Беньямін В. Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності / пер. з нім. Ю. Рибачук / Вибране. Львів : Літопис, 2002. С. 53-87.
3. Бодрійяр Ж. Симулякри і симуляція / пер. з фр. В. Ховхуна. Київ : Основи, 2004. 230 с.
4. Бурд'є П. Правила мистецтва: генеза і структура літературного поля / пер. з фр. С. Йосипенка. Київ : Веселка, 2003. 384 с.
5. Вазарі Дж. Життєписи найславніших живописців, скульпторів та архітекторів / пер. з італ. А. Перепаді. Київ : Мистецтво, 1970. 499 с.
6. Кант І. Критика сили судження / пер. з нім. А. Онишка. Київ : Темпора, 2022. 688 с.
7. Морі Є. JPG-картину художника Beeple продали за рекордні \$69 мільйонів як NFT-токен. URL: <https://suspilne.media/culture/112791-jpg-kartinu-hudoznika-beeple-prodali-za-rekordni-69-miljoniv-ak-nft-token/> (дата звернення: 01.06.2026).
8. Ніцше Ф. Так казав Заратустра / пер. з нім. А. Онишка, П. Таращука. Київ : Основи, 1996. 415 с.
9. Платон. Бенкет / пер. з давньогрец. У. Головач. Львів : Видавництво Українського Католицького Університету, 2005. 176 с.
10. Платон. Іон / пер. з давньогрец. Й. Кобова / Діалоги. Харків : Фоліо, 2008. С. 68-85.
11. «Реквієм». Демієн Хьорст / Requiem by Damien Hirst. URL: <https://pinchukartcentre.org/exhibitions/rekviem-damien-horst-requiem-by-damien-hirst> (дата звернення: 01.06.2026).
12. Флорида Р. Homo creativus. Як новий клас завойовує світ / пер. з англ. М. Яковлєва. Київ : Наш формат, 2018. 432 с.
13. Флорида Р. Криза урбанізму. Чому міста роблять нас нещасними / пер. з англ. І. Бондаренко. Київ : Наш формат, 2019. 320 с.
14. Фрейд З. Леонардо да Вінчі. Спогад дитинства. URL: <https://lnk.ua/o79rJkigG> (дата звернення: 1.06.2026).
15. Юнг К.-Г. Психологія і поезія. URL: <https://poezia.org/ru/publications/609> (дата звернення: 23.06.2026).

16. Alberti L. B. On Painting. London : Penguin, 1991. 288 p.
17. Amabile T. M. The Social Psychology of Creativity. New York : Springer-Verlag, 1983. 245 p.
18. Baudrillard J. La société de consommation : ses mythes et ses structures. Paris : Gallimard, 1970. 318 p.
19. Baudrillard J. Le complot de l'art. Paris : Gallimard, 2005. 171 p.
20. Baudrillard J. Le système des objets. Paris : Gallimard, 1968. 288 p.
21. Bishop C. Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship. London ; New York : Verso, 2012. 382 p.
22. Boden M. The Creative Mind: Myths and Mechanisms. London ; New York : Routledge, 2004. 344 p.
23. Boltanski L., Chiapello E. Le Nouvel esprit du capitalisme. Paris : Gallimard, 1999. 843 p.
24. Bourriaud N. Relational Aesthetics. Dijon : Les Presses du Réel, 1998. 125 p.
25. Brown T. Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. New York : HarperBusiness, 2009. 264 p.
26. Csikszentmihalyi M. Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention. New York : Harper Perennial, 1996. 456 p.
27. Csikszentmihalyi M. Flow: The Psychology of Optimal Experience. New York : Harper & Row, 1990. 303 p.
28. Damien Hirst. URL: <https://www.stedelijk.nl/en/collection/83364-damien-hirst-damien-hirst> (дата звернення: 1.06.2026).
29. Guilford J. P. The Nature of Human Intelligence. New York : McGraw-Hill, 1967. 538 p.
30. Heidegger, M. Der Ursprung des Kunstwerkes / Holzwege. Gesamtausgabe. Bd. 5 / hrsg. von Friedrich-Wilhelm von Herrmann. Frankfurt am Main : Vittorio Klostermann, 1977. S. 1-74.
31. Hegel G. W. F. Vorlesungen über die Ästhetik. Bd. I. Frankfurt am Main : Suhrkamp Verlag, 1986. 632 p.
32. Hickey D. The Invisible Dragon: Essays on Beauty. Revised and Expanded Edition. Chicago : University of Chicago Press, 2009. 224 p.
33. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London : Penguin Global, 2001. 288 p.
34. Hyde L. The Gift: Creativity and the Artist in the Modern World. 25th Anniversary ed. New York : Vintage Books, 2007. 464 p.
35. Jeff Koons. URL: <https://web.archive.org/web/20080416003111/http://www.neurotypisch.nl/koons/index.html> (дата звернення: 1.06.2026).
36. Manovich L. Cultural Analytics. Cambridge, MA : The MIT Press, 2020. 318 p.

37. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, MA : MIT Press, 2001. 354 p.
38. Nietzsche F. Nachgelassene Fragmente. KSA 13. Fragment 16 [40]. Berlin : Walter de Gruyter, 1980. 674 p.
39. Obrist H. U. A Brief History of Curating. Zürich : JRP|Ringier, 2008. 255 p.
40. Peterson C., Seligman M. E. P. Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification. New York : Oxford University Press ; Washington : American Psychological Association, 2004. 816 p.
41. Schopenhauer A. The World as Will and Representation. Vol. 1. Cambridge : Cambridge University Press, 2014. 696 p.
42. Torrance E. P. Torrance Tests of Creative Thinking: Norms-Technical Manual. Princeton : Personnel Press, 1966. 267 p.
43. Wired: Steve Jobs – The Next Insanely Great Thing. Wired. 1996. Vol. 4.02. URL: http://archive.wired.com/wired/archive/4.02/jobs_pr.html (дата звернення: 1.06.2026).
44. Zukin S. Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places. New York : Oxford University Press, 2010. 312 p.

Information about the author:

Pryhoda-Donets Tamila Mykolaivna,

Candidate of Philosophical Sciences,

Associate Professor at the Department of Cultural Studies

Lesya Ukrainka Volyn National University

15, Kovelska str., Lutsk, 43000, Ukraine