Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

Kultura i Wartości
ISSN 2299-7806
Nr 24/2017

http://dx.doi.org/10.17951/kw.2017.24.89

Wątpliwości wokół wartościowania kreatywności*

Kamil Szymański

https://orcid.org/0000-0002-9699-0541

W artykule dokonuję analiz związanych z możliwymi sposobami wartościowania kreatywności. Przedstawiam trzy możliwe ujęcia – potoczne, które ujmuje kreatywność jako coś dobrego; tzw. „ciemną stronę kreatywności" zaproponowaną przez Roberta McLarena, który przypisuje kreatywności możliwość wartościowania jako coś dobrego lub złego w zależności od skutków oraz ujęcie Marka Runco, który twierdzi, że kreatywności nie można wartościować. Podejmuję również analizy wymienionych koncepcji, wskazując na ich problemy teoretyczne.

Słowa kluczowe: kreatywność, wartości, wartościowanie, „ciemna strona kreatywności", Mark Runco, Robert McLaren

Kreatywność zyskuje coraz większe zainteresowanie, zarówno na gruncie badań naukowych, jak i w dyskursie społecznym. Może to wynikać z faktu, że kreatywność jako pewna ludzka zdolność lub też cecha, którą można przypisać określonym działaniom czy przedmiotom, ujmowana jest głównie pozytywne. Widoczne jest to szczególnie w obecnej kulturze opartej na rozwoju naukowo-technicznym, w której nowość jest cenna, a kreatywność staje się czymś społecznie pożądanym[1]. Zdolność tworzenia nowych idei wydaje się niezwykle istotną umiejętnością człowieka – zarówno w wymiarze jednostkowym, jak i społecznym.

*Artykuł prezentuje fragmenty przygotowywanej dysertacji doktorskiej.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

Mihály Csíkszentmihályi uważa, że to poprzez kreatywność człowiek mógł wytworzyć kulturę[2]. Nic dziwnego, że zaczynamy oczekiwać kreatywności od naukowców, inżynierów, artystów itd., chcemy, by ich działania prowadziły do wytworzenia nowości w świecie, a dzięki temu zaspokajać coraz to nowe ludzkie potrzeby lub móc radzić sobie z problemami, które spotykamy w świecie.

Mark Runco i Robert Albert mówią o znaczącym wzroście badań nad kreatywnością w różnych dziedzinach: edukacji, ekonomii, biznesie, sztuce czy nauce[3]. Kreatywność, jako zdolność przekształcania i rozwijania świata ludzkiego, może wchodzić w relację z niemalże każdym obszarem, na jakim działa człowiek. Tego typu ujęcie kreatywności prowadzi do zdecydowanie pozytywnego jej wartościowania. Jednak możemy postawić pytanie, czy takie pozytywne wartościowanie jest uzasadnione. Śledząc doniesienia medialne, często możemy przeczytać o przypadkach, kiedy kreatywność objawia się w złych działaniach. Przykładowo, jak donosił RMF24, we Francji zatrzymano 19-letniego hakera, który „bez żadnej karty debetowej czy kredytowej wypłacał z bankomatu dowolną liczbę banknotów”[4]. Korzystał wyłącznie z laptopa, który mógł podłączyć do systemu bankomatu i „zmusić” urządzenie do wypłacenia mu pieniędzy. Innym przykładem negatywnego działania może być tzw. „kreatywna księgowość”. Jak zauważa Danuta Król: „Termin »rachunkowość kreatywna« od pewnego czasu robi w Polsce karierę i ma zdecydowanie negatywny wydźwięk. Sugeruje działania, które mają na celu »upiększenie« sprawozdań finansowych w celu wprowadzenia w błąd ich czytelników

KAMIL SZYMALSKI, doktorant nauk o poznaniu i komunikacji społecznej na Wydziale Filozofii i Socjologii UMCS w Lublinie, doktorant filozofii na Wydziale Filozofii KUL; adres do korespondencji: Instytut Filozofii UMCS, Pl. M. Curie-Skłodowskiej 4, 20–031, Lublin; e-mail: szym.kamil@gmail.com

[1] Keith James i Aisha Taylor, „Positive Creativity and Negative Creativity (and Unintended Consequences),” w: *The dark side of creativity*, red. David Cropley (Cambridge: Cambridge University Press, 2010), 33.

[2] Mihaly Csikszentmihalyi, *Creativity: flow and the psychology of discovery and invention* (New York: HarperCollins Publishers, 2013), 1–5.

[3] Marc Runco, Robert Albert, „Creativity Research. A Historical View,” w: *The Cambridge handbook of creativity*, red. James C. Kaufman i Robert J. Sternberg (Cambridge, New York: Cambridge University Press, 2010), 3, http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511763205.

[4] Ph, „19-latek sprawcą "informatycznego napadu. "Jego plecak szybko wypełniły banknoty,” http://www.rmf24.pl/fakty/swiat/news-19-latek-sprawca-informatycznego-napadu-jego-plecak-szybko-w,nId,2565063 (dostęp 06.06.2018).

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

i ukrycie prawdziwego obrazu firmy"[5]. Chodzi więc o wykorzystanie wiedzy na temat luk w prawie w celu ograniczenia środków, które firma musiałby przekazać w postaci podatków. Czy więc ujmowanie kreatywności wyłącznie jako aktywności wartościowanej wyłącznie pozytywnie jest w dalszym ciągu zasadne? Wydaje się, że tego typu stanowisko powinniśmy poddać głębszym analizom.

W artykule prześledzę inne możliwe sposoby ujmowania kreatywności, które polemizują z potocznym (pozytywnym) ujęciem kreatywności, a mianowicie z ujmowaniem kreatywności jako czegoś dobrego/złego - stanowisko to zaproponował Robert B. McLaren. Innym możliwym sposobem ujmowania kreatywności jest uznanie, że kreatywność nie może być wartościowana, gdyż jest neutralna – ujęcie to sformułował Mark Runco. Sądzę, że tego typu analizy mogą przybliżyć nas do zrozumienia, czym właściwie jest kreatywność. Dodatkowo, analizy te po części mogą się wpisywać w interesujący nurt dyskusji na temat kwestii wartościowania innych elementów rzeczywistości, takich jak technika[6] lub nauka[7].

Intencją moich rozważań na temat tych koncepcji, związanych z badaniami z pogranicza psychologii i kognitywistki, jest analiza zawartych w nich ujęć z perspektywy filozoficznej, a dokładniej – aksjologicznej. Sądzę, że przyjęta przeze mnie optyka pozwoli spojrzeć na analizowane przez Runco i McLarena problemy w „nowym świetle", pokazując obarczające błędy oraz konsekwencje, jakie wyłonią się, gdy przyjmiemy prezentowane przez nich stanowiska.

Ostatnia uwaga wstępna dotyczy samego pojęcia „wartościowania". „Wartość" jest pojęciem dość wieloznacznym[8], dlatego wymaga dokładnego wyjaśnienia, w jakim kontekście będę posługiwał się tym pojęciem. Perspektywa, którą obieram, związana jest głownie z „wartościami" w ujęciu etycznym – przede wszystkim dlatego, że również tego typu optyka przyjmowana jest przez McLarena i Runco. Problem dotyczący tzw. „dark side of creativity"[9] dotyczy głównie,

[5] Danuta Król, „Rachunkowość kreatywna a rachunkowość agresywna," *Financial Sciences Financial Sciences*, 2015, nr 2: 12–13.

[6] Zob. Rafał Lizut, *Technika a wartości: spór o aksjologiczną neutralność artefaktów* (Lublin: Wydawnictwo Naukowe Academicon, 2014).

[7] Zob. Agnieszka Lekka-Kowalik, *Odkrywanie aksjologicznego wymiaru nauki* (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2008).

[8] Zob. Mieczysław Albert Krąpiec, „Powszechna Encyklopedia Filozofii, hasło: wartość," http://www.ptta.pl/pef /pdf/w/wartosc.pdf (dostęp 13.07.2018).

[9] Znaczenie tego terminu wyjaśniam w dalszej części artykułu.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

w ich ujęciu, niemoralnych skutków kreatywności[10]. Być może prezentowane przez nich ujęcia można umieścić również w innej perspektywie aksjologicznej (uwzględniając np. wytwory kreatywności mniej lub bardziej cenne), jednak kwestia ta wymagałaby dodatkowych, odrębnych analiz.

Sposoby ujmowania kreatywności

Na wstępie chciałbym poruszyć kwestię definiowania kreatywności. Wydaje się, że właściwe zdefiniowanie tego, czym jest kreatywność, może zaważyć na tym, która z analizowanych teorii dotyczących wartościowania kreatywności okaże się właściwa. Jednakże ilość możliwych ujęć kreatywności pokazuje[11], że samo zdefiniowanie kreatywności jest trudnym zadaniem. Dodatkowym problemem jest to, że zarówno McLaren jak i Runco nie podają wprost (tj. na wstępie) definicji tego, jak rozumieją kreatywność. McLaren, pisząc o kreatywności, przedstawia ją tak: „Kreatywność, zakorzenioną w potrzebie ulepszania rzeczy, powinniśmy odróżnić od zwykłej manipulacji istniejącymi obiektami w imię nowości. [...] Twórczość wyłania się z tęsknoty za niezrealizowaną doskonałością w jej absolutnym sensie. Niesie z sobą niezadowolenie z rzeczy takich, jakie są, i gorliwość, by je zreformować – by je »uszlachetnić«, a nawet wyzwolić z kajdan obecnych uwarunkowań, lub by doprowadzić rzeczywisty świat do zgodności ze światem idealnym”[12]. Fragment ten wskazuje, że dla McLarena kreatywność nie ma na celu wyłącznie czegoś nowego, lecz jej celem jest „doskonalenie” świata, czyli uczynieniu go lepszym. Jednakże brak wprost sformułowanej przez niego definicji czym

[10] McLaren podaje takie przykłady, jak negatywny wpływ reklamy na świadomość konsumencką, produkowanie broni. Natomiast Runco wprost pisze o „immoral ideas”.

[11] Zob. Marc A. Runco, Aaron Kozbelt i Ronald Beghetto, „Theories of Creativity,” w: *The Cambridge handbook of creativity*, red. James. C. Kaufman i Robert .J. Sternberg (Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2010), 20–47, http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511763205.

[12] „Rooted in a yearning to make things better than they are, creativity should be distinguished from the mere manipulation of familiar objects for the sake of novelty. [...] Creativity emerges from a longing for unrealized perfection in its absolute sense. It carries with it a dissatisfaction with things as they are, and a zeal to reform them – to „ennoble” or even to emancipate them from the fetters of conditions that now prevail, or to bring the actual world into conformity with the ideal world”. Robert B. McLaren, „The dark side of creativity,” w: *Encyclopedia of creativity*, red. Steven Pritzker i Marc A. Runco (San Diego: Academic Press, 1999), 484.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

jest kreatywność, prowadzi do tego, że konieczne jest przyjęcie w analizach dotyczących jego koncepcji definicji „zapasowej", by móc prowadzić właściwie odczytać jego stanowisko.

Z kolei Runco nie definiuje na wstępie własnego rozumienia kreatywności, lecz wyłania się ona niejako dopiero podczas dalszych, prowadzonych przez niego analiz[13]; jednak definiowanie przez niego kreatywności odnaleźć można w innych jego pracach[14]. Według niego kreatywność ujmowana jest jako generowanie produktów lub rozwiązań problemów, które są zarówno nowe, jak i użyteczne. Taką definicję stosują bardzo często również inni autorzy[15]. Dlatego na potrzeby tego artykułu będę przyjmował definicję kreatywności za Runco, jako wprowadzania do świata czegoś, co jest zarazem nowe jak i użyteczne, z racji tego, że u McLarena nie znajdziemy alternatywnej definicji. Jednocześnie wydaje się, że taka definicja wydaje się nie kolidować z rozważaniami, jakie na temat ciemnej strony kreatywności prowadzi właśnie McLaren.

Dodatkowo należy zaznaczyć, że ujmowanie kreatywności może dokonywać się z różnych perspektyw, co również występuje u wcześniej wymienionych autorów, dlatego wymaga to wyjaśnienia. Badacze kreatywności dokonują jej analiz najczęściej przez pryzmat tzw. „czterech P", czyli: *process*, *product*, *person* (*personality*), *place* (*press*)[16] – tj. procesu, produktu, osoby i otoczenia. Niekiedy dodaje się do tego dwa kolejne „P"[17], czyli *persuasion* (perswazję) i *potential* (potencjał). Tego typu rozróżnienia pokazują mnogość możliwych ujęć kreatywności – kreatywność jako zdolność i potencjał jednostki; jako cecha produktu czy sposobu działania; jako pewien proces, który może dawać nowe rezultaty. Kreatywność nie objawia się tylko w jeden wybrany sposób, dlatego nie można jej analizować tylko z pewnego określonego punktu widzenia. Ta mnogość ujęć może okazać się kluczowa dla próby odpowiedzi, czy kreatywność można wartościować, czy nie, gdyż przyjęcie jednego z nich może prowadzić do zupełnie odmiennych wniosków.

[13] Marc A. Runco, „Creativity Has No Dark Side," w: *The dark side of creativity*, red. David Cropley i Arthur Cropley (Cambridge: Cambridge University Press, 2010), 19.

[14] Zob. tenże, *Divergent thinking* (Seattle: Special Child Publications, 1991); Marc A. Runco, „Insight for Creativity, Expression for Impact," *Creativity Research Journal* 8, nr 4 (1995): 378–379.

[15] James i Taylor, *Positive Creativity and Negative Creativity (and Unintended Consequences),* 33.

[16] Runco, Kozbelt, i Beghetto, *Theories of Creativity*, 24.

[17] Tamże, 24.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

Przedstawiając w dalszej części artykułu możliwe sposoby ujmowania kreatywności, będę wskazywał, jak określony badacz ujmuje kreatywność i jakie wiążą się z tym konsekwencje.

O „ciemnej stronie" kreatywności

Termin „ciemna strona kreatywności" (ang. *dark side of creativity*) nawiązuje do tytułu artykułu Roberta B. McLarena z 1993[18], który dostrzega „quasi-religijną funkcję"[19] kreatywności i utożsamiania jej z boską zdolnością stwarzania rzeczy. Artur Cropley podziela zdanie McLarena, że współcześnie kreatywność ma niemal boski status ze względu na jej istotny wpływ na przemiany w świecie. Jak pisze Cropley: „Ten ton prawie religijnego zapału był już obecny na początku ery nowoczesnej twórczości"[20]. Owo „boskie" podejście do kreatywności może sugerować, że wszelka działalność kreatywna jest dobra, co może stanowić nawiązanie do stworzenia świata opisanego w Księdze Rodzaju. Po dokonaniu tego nadzwyczaj twórczego aktu Bóg dostrzegł, że działanie to było „dobre". McLaren twierdzi, że kreatywność związana jest z ponadnaturalnym, wręcz Boskim sprawstwem. Jednak nadprzyrodzone pochodzenie idei wiąże się według niego nie tylko z najwyższym dobrem, ale i słabościami czy też grzechem. Pisze on: „W naszej skłonności do łączenia kreatywności z natchnieniem i boskimi zasadami, ignorujemy jej bliskie pokrewieństwo z grzechem pychy"[21]. Według niego, negatywnym przykładem kreatywności miało być stworzenie wieży Babel, kiedy to człowiek, wiedziony pychą, zapragnął zbliżyć się do nieba. McLaren twierdzi, że od tego momentu wszystkie ludzkie wynalazki, począwszy od rydwanów, a skończywszy na broni atomowej, noszą piętno doświadczenia wieży Babel[22]. Według McLarena,

[18] Zob. Robert B. McLaren, „The dark side of creativity," *Creativity Research Journal Creativity Research Journal* 6, nr 1–2 (1993): 137–144.

[19] McLaren, „The dark side of creativity," 139.

[20] „This tone of almost religious fervor was already present at the beginning of the modern creativity era" Arthur Cropley, „The Dark Side of Creativity: What Is It?," 2.

[21] „In our proclivity for linking creativity with inspiration and divine principles, we ignore its close affinity with hubris, the sin of pride" McLaren, *The dark side of creativity*, 484.

[22] Tamże, 484.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

nie ma wątpliwości co do istnienia „ciemnej" natury twórczych zdolności człowieka[23]. Twierdzi on, że mitem jest wartościowanie kreatywności wyłącznie jako czegoś dobrego (takie podejście można znaleźć np. u Richarda Floridy)[24].

Ujęcie zaproponowane przez McLarena bierze w nawias sam akt twórczy (kreatywny), uwzględnia natomiast skutki i cele związane z twórczą aktywnością. Wymienia szereg obszarów, gdzie można znaleźć działalność, którą równocześnie można określić jako złą i kreatywną. Obszary takie to np.: reklama, która służy promocji niezdrowego jedzenia lub promuje spożycie alkoholu; branża rozrywkowa, która często prezentuje przemoc lub gloryfikuje zachowania hedonistyczne; polityka i nowe metody manipulowania wyborcami; nauka i technika, które często odpowiadają za rozwój zbrojeń; biznes i coraz to nowe pomysły na obchodzenie prawa i unikania podatków; rozwój militarny i tworzenie coraz bardziej zaawansowanych mechanizmów unieszkodliwiania wroga; wreszcie „współczesny" terroryzm[25], z jednym z najbardziej spektakularnych, ale zarazem najkrwawszych zamachów, jakim było porwanie samolotów i skierowanie ich na budynki World Trade Center.

Prześledzenie losów rozwoju pewnych wynalazków czy osiągnięć naukowych zmusza do wprowadzenia pewnego zabezpieczenia. Cropley zauważa pewien kłopot w momencie, kiedy pozytywne intencje związane z aktywnością kreatywną przynoszą negatywne rezultaty, dlatego formuje uwagę, że z „ciemną" kreatywnością mamy do czynienia wtedy, gdy aktywność ta jest celowa i świadoma, mając na celu wyrządzenie komuś krzywdy, a nie wtedy, gdy krzywda jest wynikiem przypadku lub błędu[26]. Podkreśla, że gdybyśmy nie przyjęli takiego zastrzeżenia, wiele pozytywnych dokonań, których dokonano w historii, trzeba by bronić przed negatywnymi ocenami. Jako przykład Cropley podaje dokonania Edwarda Jennera czy Louisa Pasteura. Ich nieocenione badania nad mikrobami, które zaowocowały późniejszym opracowaniem szczepionek i antybiotyków, położyły również fundamenty pod późniejsze badania nad bronią biologiczną[27]. Wydaje się,

[23] Tamże, 483.

[24] Zob. Richard L. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej: oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*, tłum. Tomasz Krzyżanowski i Michał Penkala (Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2010).

[25] Gascón i Kaufman, *Both Sides of the Coin? Personality, Deviance, and Creative Behavior*, 3–4.

[26] Cropley, *The Dark Side of Creativity: What Is It?*, 4–5.

[27] Gascón i Kaufman, *Both Sides of the Coin?,* 5.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

że twórców, którzy działają zazwyczaj w dobrej wierze, nie można obarczać negatywnymi dokonaniami tych osób, które korzystają później z ich dorobku.

Problemem związanym z przyjęciem założenia o istnieniu dobrej i złej „strony" kreatywności jest kwestia relatywizmu, pojawiającego się w ocenach skutków działania. Keith James i Aisha Taylor zauważają, że użyteczność jest kategorią subiektywną[28]. Podają przykład kogoś, wymyśla nowy sposób okradania firm czy budowania „piramid finansowych". Choć przez to może ucierpieć wiele osób, to jednak takie działanie można uznać za kreatywne, gdy spełni wymóg bycia działaniem nowym (w świecie) i użytecznym (dla osób czerpiących z tego zyski). Przynosi również korzyść osobom, które dokonują owej „kreatywnej" kradzieży. Również powstanie broni atomowej, którą powszechnie uznaje się za coś złego, jak też i skutki jej działania mogą być relatywizowane. Gdy podczas II wojny światowej użyto tej broni, skutkiem była śmierć setek tysięcy osób, jednakże poprzez ten atak Stany Zjednoczone doprowadziły do zakończenia wojny, przez co życie wielu żołnierzy, zarówno z USA, jak i Japonii, zostało uratowanych.

Przedstawiona perspektywa pokazuje, że McLaren skupia się głownie na analizach kreatywności z perspektywy dzieł (wytworów). W zależności od skutków, które pociągają za sobą kreatywne wytwory, można mówić albo o dobrej, albo o złej kreatywności.

„Neutralność" aksjologiczna kreatywności

Kolejne ujęcie kreatywności odnaleźć można w myśli Marka Runco, który ujmuje ją jako coś „neutralnego". Funco formułuje dwie uwagi krytyczne w odniesieniu do możliwości mówienia o „ciemnej stronie kreatywności", czy nawet w ogóle możliwości jej wartościowania. Po pierwsze, powinniśmy analizować kreatywność albo jako proces (generowania idei), albo jako zdolność[29]. Nie powinniśmy zaś patrzeć na nią z perspektywy wytworów (zgodnie z rozróżnieniem tzw. „cztery P"). Runco pisze: „Ten rozdział definiuje kreatywność jako proces, który może i powinien być oddzielony od produktu, podobnie jak przyczyny każdego

[28] James i Taylor, *Positive Creativity and Negative Creativity (and Unintended Consequences)*, 33.

[29] Zob. Marc A. Runco, „A Hierarchical Framework for the Study of Creativity", *New Horizons in Education* 55, nr 3, (2007): 1–9.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

zachowania mogą i powinny być oddzielone od możliwych skutków tego samego zachowania. By wesprzeć ten pogląd, wyliczam różne teorie i kierunki badań, w tym teorie ewolucjonistyczne, badania nad myśleniem dywergencyjnym, studia nad osiągnięciami o jednoznacznie twórczym charakterze, teorie kulturowej i moralnej teorii relatywności oraz badania nad rozwojem konwencjonalności”[30]. Takie ujęcie kreatywności jest konsekwencją tego, że dla Runco proces (kreatywny) jest podstawowym czynnikiem sprawczym wszystkich przejawów kreatywności[31]. Uważa on, że najbezpieczniej będzie oddzielić proces i potencjał od skutków lub produktów, gdyż proces nie jest tożsamy ze skutkiem.

Według Runco, przyjęcie takiego rozumienia pozwala sformułować tezę, że błędem jest mówić o „ciemnej stronie” kreatywności, a więc i w ogóle o jej wartościowaniu w kategoriach dobra/zła. Porównuje on wartościowanie kreatywności (jako procesu) do wartościowania dowolnego narzędzia. Zauważa, że młotek może służyć zarówno do konstruowania, jak i do niszczenia (czy nawet zabijania). Tak samo jest z kreatywnością – może ona służyć tworzeniu dobra, jak i zła, przez co nie jest możliwe jednoznaczne określenie jej aksjologicznej natury[32].

Należy jednak zaznaczyć, że Runco nie neguje możliwości wartościowania kreatywnych dzieł: „Po wystąpieniu zmienności lub dewiacji sądy są możliwe, ale najpierw musi być wynik, efekt lub produkt do zbadania i osądzenia. Nie oznacza to, że kreatywność jest wolna od wartości. Sugeruje jedynie, że nieokreślone wytwory są niemożliwe do oceny, a wartości są istotne tylko wtedy, gdy możliwe są osądy”[33]. Jednak sam proces charakteryzuje się tym, że nie jest możliwe poddanie go wartościowaniu – co wynika z jego „ślepej” natury. „Ważne jest to, że proces,

[30] „This chapter defines creativity as a process that can and should be kept separate from the product, just as the causes of any behavior can and should be kept separate from possible effects of that same behavior. Various theories and lines of research are marshaled to support this view, including evolutionary theories, research on divergent thinking, studies of unambiguously creative accomplishment, theories of cultural and moral relativity, and research on the development of conventionality”. Gascón i Kaufman, „Both Sides of the Coin? Personality, Deviance, and Creative Behavior,” 16.

[31] Zob. Runco, „A Hierarchical Framework for the Study of Creativity”.

[32] Gascón i Kaufman, „Both Sides of the Coin? Personality, Deviance, and Creative Behavior,” 15.

[33] „After variation or deviance occurs, judgments are possible, but there must first be a result, an effect, or a product to examine and judge. This is not to say that creativity is free of values. It merely suggests that divergence may be blind and values only relevant when judgments are possible”. Tamże, 21.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

który leży u podstaw wszystkich twórczych rzeczy nie jest moralny ani niemoralny, etyczny lub nieetyczny, dobry czy zły. Jest zasadniczo ślepy"[34]. Runco uważa, że kreatywność sama w sobie jest procesem przypadkowym i „ślepym", takim, którego nie można utożsamić z jego wytworami[35]. Pisze tak: „Kreatywne produkty i wysiłki mogą być ujmowane jako złe, ale jest to widoczne dopiero w ich wpływie, a nie jest nieodłączną jakością kreatywności ani też konieczną cechą osobowości twórczej"[36].

Runco sugeruje nawet, że wartościowanie kreatywności w kategoriach dobra/zła jest błędem teleologicznym. Porównuje on ten typ wartościowania do wartościowania ewolucji jako zmierzającej do realizacji dobra/zła[37]. Zauważa podobieństwo między kreatywnością i ewolucją[38]. Zarówno ewolucja, jak i kreatywność, nie mają określonego celu, do którego by zmierzały. Obydwa te mechanizmy opierają się na zasadzie prób i błędów, które, jak się wydaje, przynoszą często nieprzewidywalne skutki. „Proces twórczy, na najbardziej podstawowym poziomie, jest także wolny od wartości, które byłyby obecne, gdyby istniała ciemna strona procesu. Wartości pojawiają się, ale dopiero na późnym etapie, gdy mamy możliwość oceny wytworu. Nie są one obecne podczas zmiany, generowania alternatyw lub tworzenia"[39]. Według Runco, wartości możemy dostrzec dopiero wtedy, gdy mamy styczność z określonym dziełem lub ideą. W momencie, kiedy mamy do czynienia wyłącznie z procesem, nie możemy według niego dokonywać wartościowania, gdyż to co ma powstać jeszcze nie zaistniało[40]. Dlatego nie możemy wartościować kreatywności, jeśli ostateczny produkt jeszcze nie powstał.

Drugim zarzutem w stosunku do tezy o istnieniu „ciemnej strony kreatywności" jest według Runco zagrożenie popadnięcia w relatywizm, które pojawia się, kiedy chcemy dokonać oceny poszczególnych wytworów. Jest to problem, który

[34] „The important point is that the process that underlies all creative things is not moral or immoral, ethical or unethical, good or evil. It is essentially blind". Tamże, 15.

[35] Tamże, 16, 28–29.

[36] „Creative products and efforts can be malevolent, but that is apparent in their impact and is not an inherent quality of creativity nor a requisite trait in the creative personality". Tamże," 15.

[37] Tamże, 16.

[38] Tamże, 17.

[39] „The creative process, at the most basic level, is also free of the values that would be involved if there were a dark side to the process. Values do come into play, but only during a late stage, when there is something to evaluate. They are not effective during variation, generation of alternatives, or creation". Tamże, 18.

[40] Zob. Runco, „Creativity Has No Dark Side," 19.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

był rozpatrywany na gruncie filozoficznym od wieków, a który nie został ostatecznie rozwiązany. Według Runco, nawet jeśli przyjmiemy, że kreatywność można oceniać z perspektywy wytworów, to dokonanie obiektywnej oceny będzie niemożliwe, przez co niemożliwe również będzie określenie, czy dany wytwór jest dobry czy zły[41]. Runco podkreśla, że gdy chcemy dokonać oceny jakiegoś dzieła, czynimy to często przez pryzmat „zachodniego myślenia"[42], które wcale nie musi być właściwym sposobem postrzegania poszczególnych dzieł. Przez to „właściwe" wartościowanie kreatywności czy też wytworów jej działania staje się dyskusyjne.

Runco analizuje również kwestię istnienia wartości w kreatywności na przykładzie dzieł sztuki[43]. Są one często nośnikami wartości, zarówno artysty, jak i epoki, w której powstały. Pozostaje jednak konsekwentny w swym rozdzieleniu między procesem kreatywnym a gotowymi, kreatywnymi produktami. Według niego nawet podczas tworzenia dzieła sztuki artysta może nieświadomie zawrzeć w nim pewne wartości, które jest w stanie odczytać dopiero odbiorca. Sądzi on, że proces generowania idei, jak i sama pierwotna idea, która powstanie może być według niego różna w szczegółach od końcowego rezultatu, przez co nie jest tożsama z pierwotnym założeniem, lecz może posiadać przez to, np. odmienne cechy[44].

Jak więc wartościować kreatywność?

Jeśli postawimy pytanie, jak wartościować kreatywność (i czy w ogóle można to robić?), odpowiedź okazuje się niezwykle trudna. Możliwe ujęcia, które pokrótce zarysowałem, pozwalają przyjąć istnienie trzech stanowisk. Pierwsze z nich – które jest związane z myśleniem potocznym – sugeruje, że kreatywność to coś dobrego i pożądanego, coś co pozwala ludziom przekształcać i rozwijać świat, w którym ludzie żyją i działają. Jak opisuje to Leszek Kopciuch, kreatywność w dobie człowieka masowego staje się czymś niezwykle pożądanym[45], gdyż oczekujemy kreatywności od różnych zawodów (np. od fryzjera lub naukowca) czy też

[41] Gascón i Kaufman, „Both Sides of the Coin? Personality, Deviance, and Creative Behavior," 21.
[42] Tamże.
[43] Tamże.
[44] Tamże, 22.
[45] Leszek Kopciuch, *Kryzysy, kreatywność i wartości* (Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2015), 133–135.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

od programów rozwojowych – tych lokalnych, jak i tych na skalę europejską. Drugie stanowisko, które odnajdziemy u Roberta McLarena, zakłada, że kreatywność należy analizować przez pryzmat jej wytworów, te natomiast mogą być złe lub dobre, przez co sama kreatywność może być zła lub dobra. Trzecie stanowisko – prezentuje je Mark Runco – zakłada, że kreatywność jest pewnym procesem lub aktywnością ludzką, która jest czymś odrębnym od wytworów, przez co sama w sobie nie może być uważana za złą czy dobrą – po prostu jest.

W pierwszym ujęciu kreatywność wartościowana jest jako coś dobrego i pożądanego. Wszak kreatywne podejście, które wprowadza nowość do świata, rozwija gatunek ludzki i jego możliwości: naukowe, techniczne, kulturowe. Czy jednak każda kreatywność jest dobra? Gdy skonfrontujemy to ujęcie z ujęciem proponowanym przez McLarena, wydaje się, że idea kreatywności, rozumianej wyłącznie jako coś dobrego, jest nie do utrzymania. Możemy zastanowić się również nad wartością kreatywności, ujmując ją przez pryzmat aktywności twórczych ludzi i ich aktywności zawodowej. Założenie, że kreatywni ludzie są zawsze dobrzy (lub ich intencje działania kreatywnego są zawsze dobre) również wydaje się dyskusyjne. Zauważmy, że wraz z rozwojem pojawiają się nowe narzędzia i możliwości nieuczciwego działania (hakowanie komputerów, telefonów czy nawet włamywanie się do samochodów). Wymyślanie takich narzędzi wymaga od ludzi kreatywności, jednak przeważnie motywy, jakimi kierują się kryminaliści, nie są dobre[46]. Założenie, że kreatywność zawsze jest czymś dobrym, wydaje się być jedynie przykładem pozornego, potocznego myślenia. Również ta definicja kreatywności, którą roboczo przyjąłem w artykule zakłada, że kreatywność jest wprowadzaniem czegoś, co jest zarazem nowe, jak i użyteczne. Gdybyśmy wymyślili nowy sposób tortur, któremu nie oparłby się żaden człowiek, mielibyśmy do czynienia z pewną nowością, jak i użytecznością (czy nawet skutecznością). Działanie to jednak byłoby złe z etycznego punktu widzenia, gdyż przyczyniałoby się do cierpienia zadawanego innym osobom.

Czy w związku z tym kreatywność może być wartościowana zarówno jako dobra, jak i zła, co sugeruje McLaren? Postaram się prześledzić tego typu rozumowanie. Przykładowo, kiedy pewien wynalazca wynajdzie i skonstruuje samochód, który nigdy nie doprowadza do wypadków, wtedy jego wynalazcza aktyw-

[46] Gascón i Kaufman, „Both Sides of the Coin? Personality, Deviance, and Creative Behavior," 246–247.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

ność jest bez wątpienia dobra. Kiedy naukowiec konstruuje nową broń biologiczną, wtedy jego działania stają się złe. Wydawać by się więc mogło, że rozumowanie McLarena jest właściwe, gdyż uzależnia wartościowanie kreatywności od wartości jej skutków. Jak jednak wartościowalibyśmy działalność naukowca, który opracował broń, która nigdy nie pudłuje, a więc zawsze prowadzi do zranienia lub zabicia człowieka? Tu pojawia się również problem tego, kto będzie korzystał z takiej broni – osoby mające na celu służbę społeczeństwu czy przestępcy - a w związku z tym, wartościowanie w każdym z tych przypadków może być różne.

Choć przyjęte przez McLarena założenia o możliwości wartościowania kreatywności wydają się być najbardziej racjonalne, to jednak problemem okazuje się relatywizm, który w tym ujęciu krytykuje Runco. Pojawia się tu dość poważny problem, którego, jak sądzę, McLaren nie dostrzegł. Gdy chcemy dokonać pewnej oceny (w tym wypadku oceny kreatywności), to owa ocena powinna charakteryzować się pewnością i obiektywnością, które to założenia są w tym momencie niemożliwe do utrzymania. Konieczne jest dokładne wyjaśnienie i uargumentowanie, czego nie dokonuje McLaren, dlaczego kreatywność powinna być ujmowana i oceniana wyłącznie z perspektywy dzieła (przedmiotów) – kwestia ta zdecydowanie wymagałaby dalszych prac. Inny problem to dokonane przez McLarena założenie, że kreatywność czyni świat „doskonalszym". Czy w związku z tym, kreatywność, gdy realizuje się poprzez złe skutki działania, dalej jest kreatywnością? Prawdopodobnie zgodzimy się co do tego, że w momencie realizacji zła w świecie kreatywność nie czyni go bardziej „doskonałym". Czy w związku z tym możemy w ogóle - w pryzmacie tego rozumienia kreatywności, które proponuje McLaren – mówić o złej kreatywności? Okazuje się, że nie jest to możliwe, o ile chcemy utrzymać tezę, że kreatywność „doskonali" świat.

Ostatnie ujęcie, które proponuje Runco, sugeruje, by kreatywność analizować jako neutralny proces twórczy oraz by oddzielić odeń jej dzieła i ich skutki. Dodatkowo Runco sugeruje, że kreatywność jest procesem „ślepym". Zaczynając od tej drugiej kwestii, myślę, że teza o ślepej naturze kreatywności wydaje się dość dyskusyjna. Runco zakłada przez to, że proces kreatywny prowadzi do powstania dzieł, które różnią się od pierwotnych założeń, lub posiadają skutki ich zaistnienia w świecie, których nie przewidział sam twórca[47]. Kwestia ta jest analizowana przez

[47] Runco, *Creativity Has No Dark Side*, 19–20.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

Kopciucha, który twierdzi, że faktem jest, że występują różnice między założeniami a rezultatem[48]. Przyjęcie tej optyki prowadzi jednak do tego, że nie jest w ogóle możliwe mówienie o działaniu kreatywnym. Istotą tego działania jest bowiem, co podkreśla Kopciuch, intendowanie, nakierowanie na zrealizowanie pewnego określonego celu[49], który oczywiście może wykazywać pewne odstępstwa względem zamierzenia, jednak ich zakres musi być ograniczany przez użyteczność. Przykładowo, jeśli postawimy sobie za cel skonstruowanie samochodu, wtedy w procesie kreatywnym możemy dodać do niego zupełnie nowy typ napędu czy nadać mu jakiś wyrafinowany i niespotykany design. Jednak założenie, że nasz samochód będzie posiadał trzy, czy nawet dwa koła z góry staje się absurdem, gdyż nasza wiedza (gatunkowa) dotycząca inżynierii, mechaniki, itd. podpowie nam, że pojazd ten albo będzie niezdolny do ruchu, albo na tyle niebezpieczny, tak że nikt nie będzie chciał go używać.

W tym sensie „ślepota", o której pisze Runco, wydaje się wątpliwa, gdyż formułując pewien cel działania – czy to sami, czy to otrzymując zlecenie od jakiejś instytucji czy korporacji – posiadamy pewne intendowane cele główne, które muszą zostać zrealizowane, co nie wyklucza wprowadzania pewnych dewiacji. Dewiacje (jako formy nowości) muszą mieścić się jednak w racjonalnych normach twórczości. Sądzę więc, że o ile ujmowanie kreatywności z perspektywy procesu jest dopuszczalne, to założenie, że proces ten jest „ślepy", jest nieprzekonujące.

Gdy zaś analizujemy kwestię oddzielenia kreatywności od dzieła, to pojawia się pytanie – w jaki sposób uznać daną kreatywną aktywność za coś twórczego (nowego) i użytkowego? Możliwe jest to jedynie przez pryzmat idei, która się „zrodziła". Gdy przyjmiemy, że procesu kreatywnego nie można oceniać, to pojawia się pytanie, w jaki sposób możemy stwierdzić, że ów proces jest kreatywny? Dodatkowo, przyjęte przez Runco założenie, że proces kreatywny prowadzi do zaistnienia jakiejś nowości w świecie, samo w sobie jest stwierdzeniem wartościującym ten proces – mówimy wtedy o wartości nowości[50]. Agnieszka Lekka-Kowalik, zajmująca się analizą wartości w nauce, twierdzi, że kiedy dopuścimy w nauce istnienie wartości epistemicznych, wtedy istnieje możliwość dopuszczenia również

[48] Leszek Kopciuch, „Wartość działania kreatywnego," w: *Kreatywność w edukacji, sztuce i biznesie*, red. Zdzisław. J. Czarnecki, Makary Stasiak i Leszek Kuras (Łódź: Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, 2018), 32.

[49] Tenże, *Kryzysy, kreatywność i wartości*, 147.

[50] Tamże, 159–165.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

wartości pozapoznawczych[51]. Można analogicznie zastanowić się, czy gdy dopuścimy istnienie pewnych wartości w procesie kreatywności (wartość nowości), nie doprowadzi to do możliwości dodawania do procesu kreatywnego innych możliwych wartości.

Zakończenie

Zarysowane w artykule stanowiska nie dają jednoznacznej odpowiedzi, w jaki sposób powinniśmy wartościować kreatywność. Każde z trzech przedstawionych ujęć posiada poważne mankamenty teoretyczne, które wymagają dalszej dyskusji i refleksji. Gdybyśmy jednak musieli zdecydować się na przyjęcie jednej z zaprezentowanych teorii, wydaje się, że podejście prezentowane przez McLarena jest najmniej problematyczne. Oczywiście pozostają dwa problemy. Pierwszy jest związany z relatywizmem; drugi wiąże się z redukcją kreatywności do wytworów. Tego typu redukcja wydaje się bardziej racjonalna niż redukcja, która proponuje Runco, u którego właściwe dzieła i idee zostają całkowicie odłączone od aktu działania (procesu) kreatywnego. Wydaje się, że w tego typu ujęciu nie można nic powiedzieć o kreatywności. Bo czy jesteśmy w stanie pokazać, że osoba podziwiająca malownicze widoki ze szczytu góry poszukuje inspiracji dla swojego nowego dzieła lub, że po prostu obserwuje okolicę – bez uzyskania wiedzy o pewnej idei (pomyśle), który dana osoba uzyska (chociażby w postaci pewnej myśli)? Tę myśl zaś, wydaje się, można już ocenić, bo w zależności od tego, czy to będzie powieść kryminalna, czy poradnik dla włamywacza, możemy rozpoznać jej potencjalne skutki i na tej podstawie dokonać jej wartościowania jako dobrej lub złej.

Okazuje się więc, że w kwestii wartościowania kreatywności wiele pozostaje wciąż do przebadania. Przedstawione przeze mnie problemy prowadzą do postawienia pytania, czym właściwie jest kreatywność? Odpowiedź na to skomplikowane pytanie prawdopodobnie zbliżyłoby nas do odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób powinniśmy wartościować kreatywność.

[51] Por. Agnieszka Lekka-Kowalik, „Why Science cannot be Value-Free," *Science and Engineering Ethics*, 2010, nr 16: 36.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

Bibliografia

Cropley, Arthur. „The Dark Side of Creativity: What Is It?." W: *The dark side of creativity*, red. David Cropley i Arthur Cropley, 1–14. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

Csikszentmihalyi, Mihaly. *Creativity: flow and the psychology of discovery and invention.* New York: HarperCollins Publishers, 2013.

Florida, Richard. *Narodziny klasy kreatywnej: oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*. Tłum. Tomasz Krzyżanowski i Michał Penkala. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2010.

Gascón, Luis Daniel i James C. Kaufman. „Both Sides of the Coin? Personality, Deviance, and Creative Behavior." W: *The dark side of creativity*, red. David Cropley i Arthur Cropley, 235–254. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

James, Keith i Aisha Taylor. „Positive Creativity and Negative Creativity (and Unintended Consequences)." W: *The dark side of creativity*, red. David Cropley i Arthur Cropley, 33–56, Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

Kopciuch, Leszek. *Kryzysy, kreatywność i wartości*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2015.

Kopciuch, Leszek. „Wartość działania kreatywnego." W: *Kreatywność w edukacji, sztuce i biznesie*, red. Zdzisław J. Czarnecki, Makary Stasiak, i Leszek Kuras, 29–40. Łódź: Wydawnictwo Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi, 2018.

Krąpiec, Mieczysław Albert. „Powszechna Encyklopedia Filozofii, hasło: wartość". http://www.ptta.pl/pef/pdf /w/wartosc.pdf (dostęp 13.07.2018).

Król, Danuta. „Rachunkowość kreatywna a rachunkowość agresywna." *Financial Sciences Financial Sciences,* 2015, nr 2: 11–21.

Lekka-Kowalik, Agnieszka. *Odkrywanie aksjologicznego wymiaru nauki.* Lublin: Wydawnictwo KUL, 2008.

Lekka-Kowalik, Agnieszka. „Why Science cannot be Value-Free.*" Science and Engineering Ethics*, 2010, nr 16: 33-41.

Lizut, Rafał. *Technika a wartości: spór o aksjologiczną neutralność artefaktów*. Lublin: Wydawnictwo Naukowe Academicon, 2014.

McLaren, B. Robert. „The dark side of creativity." W: *Encyclopedia of creativity*. Red. Steven Pritzker i Marc A. Runco. San Diego: Academic Press, 1999.

McLaren, B. Robert. „The dark side of creativity." *Creativity Research Journal Creativity Research Journal* 6*,* nr 1–2 (1993): 137–144.

Runco, Marc i Albert Rothenberg. „Creativity Research. A Historical View." W: *The Cambridge handbook of creativity*. Red. James C. Kaufman i Robert J. Sternberg, 3-19. New York, Cambridge: Cambridge University Press, 2010. http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511763205.

Runco, Marc. *Divergent thinking*. Seattle: Special Child Publications, 1991.

Runco, Marc. „Insight for Creativity, Expression for Impact." Creativity Research Journal 8, nr 4 (1995): 377–390.

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

Runco, Marc. „A Hierarchical Framework for the Study of Creativity." *New Horizons in Education* 55, nr 3 (2007): 1–9.

Runco ,Marc. „Creativity Has No Dark Side." W: *The dark side of creativity.* Red. David Cropley i Arthur Cropley, 15–32. Cambridge: Cambridge University Press, 2010. http://site.ebrary.com/id/10400507.

Runco, Marc i Aaron Kozbelt i Ronald Beghetto. „Theories of Creativity." W: *The Cambridge handbook of creativity*. Red. James C. Kaufman i Robert J. Sternberg, 20–47. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2010, http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511763205.

„19-latek sprawcą "informatycznego napadu". Jego plecak szybko wypełniły banknoty." http://www.rmf24.pl/fakty/swiat/news-19-latek-sprawca-informatycznego-napadu-jego-plecak-szybko-w,nId,2565063 (dostęp 06.06.2018).

Summary

Doubts about the valuation of creativity

In the article, I make analyses related to possible ways of evaluating creativity. I present three possible shots: 1) colloquial, which captures creativity as something good; 2) the approach about the "dark side of creativity", proposed by Robert McLaren, who claims that creativity can be rated as good or bad depending on its effects; 3) the view of Mark Runco, who claims that creativity cannot be valued. I analyse the above-mentioned concepts, pointing out their theoretical problems.

Keywords: creativity, values, valuation, „dark side of creativity", Mark Runco, Robert McLaren

Summarised and translated by Kamil Szymański

Zusammenfassung

Zweifel um die Auswertung der Kreativität

Im Artikel werden die möglichen Auswertungsweisen der Kreativität untersucht. Ich stelle drei mögliche Herangehensweisen dar: 1) die alltägliche, die die Kreativität als etwas Gutes auffasst; 2) die von Robert McLaren vorgeschlagene Herangehensweise, die die „dunkle Seite der Kreativität" akzentuiert und die Kreativität je nach ihren Folgen als gut oder böse einstuft;

Pobrane z czasopisma **http://kulturaiwartosci.journals.umcs.pl**
Data: 01/11/2026 07:29:07

3) die Herangehensweise von Mark Runco, nach dem die Kreativität sich nicht bewerten lässt. Bei der Analyse der Konzepte wird auf theoretische Probleme hingewiesen.

Schlüsselworte: Kreativität, Werte, Auswertung, „dunkle Seite der Kreativität“, Marc Runco, Robert McLaren

Ins Deutsche übersetzt von Anna Pastuszka

Information about Author:

KAMIL SZYMAŃSKI, PhD student in cognitive science and social communication at the Faculty of Philosophy and Sociology, UMCS, Lublin, PhD student in Philosophy at the Faculty of Philosophy, KUL, Lublin; address for correspondence: Pl. Marii Curie-Skłodowskiej 4, PL 20-031 Lublin; e-mail: szym.kamil@gmail.com

(cc) BY-NC-ND