

# Vaizduotė ir kūrybiškumas kaip kultūros vertybės Lietuvos gyventojų sąmonėje

Aida Savicka

Lietuvos kultūros tyrimų instituto Šiuolaikinės Lietuvos kultūros skyrius  
Department of Contemporary Lithuanian Culture at Lithuanian Culture Research Institute  
[aida.savicka@gmail.com](mailto:aida.savicka@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4290-1005>

**Santrauka.** Vaizduotė ir kūrybiškumas tampa tomis žmogiškosiomis savybėmis, kurios imamos suvokti kaip esminės, ieškant naujų sprendimų, kaip atsiliepti į šiuolaikinio pasaulio keliamus iššūkius. Pripažįstant, kad kūrybiškumas yra ne tik individuali, bet ir bendruomeninė savybė, vis daugiau dėmesio skiriama jį skatinančios kultūrinės ir socialinės aplinkos, kurioje vertinamas žaismingumas ir vaizduotė, saviraiškos laisvė, vyrauja atvirumas įvairovei bei pakantumas rizikai ir nesėkmėms, kūrimui. Vienas iš pamatinių tokios aplinkos elementų yra bendra visuomenėje vyraujanti nuostata, kad vaizduotė yra svarbus žmogiškosios veiklos dėmuo. Šiame straipsnyje, pasitelkiant *Europos vertybių tyrimo* (EVT) duomenis, analizuojamas Lietuvos visuomenės požiūris į vaizduotės ugdymo svarbą, skirtingų socialinių-demografinių grupių nuostatų skirtumai ir šių nuostatų dinamika 1990–2017 metais.

**Pagrindiniai žodžiai:** vaizduotė, kūrybiškumas, kūrybinė klasė, Europos vertybių tyrimas.

## Imagination and Creativity as Cultural Values: Dynamics of Societal Attitudes in Lithuania

**Abstract.** Imagination and creativity are emerging as human qualities that are seen as essential to finding new solutions to the challenges of the contemporary world. Recognizing that creativity is not only an individual, but also a communal trait, there is an increasing focus on creating a cultural and social environment that is conducive to creativity, where playfulness and imagination are valued, where freedom of expression is encouraged, and where openness to diversity and a tolerance for risk-taking and failure prevail. One of the fundamental elements of such an environment is the common societal perception that imagination is an important part of human activity. Using the data of the *European Values Study*, this article analyzes the attitude of Lithuanian society towards the importance of fostering of imagination, its socio-demographic differences and the dynamics of this attitude in 1990–2017.

**Keywords:** imagination, creativity, creative class, European Values Study.

Received: 21/06/2023. Accepted: 17/11/2023.

Copyright © 2023 Aida Savicka. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Licence, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

## Įvadas

Pastarųjų dešimtmečių technologinė pažanga iš esmės keičia žmonių kasdienio gyvenimo įpročius, darbo pobūdį ir bendravimo būdą. Vienas iš svarbių pokyčių yra tas, kad dėl informacijos sklaidos kanalų gausos žinios nebėra asimetriškai pasiskirsčiusios tarp tam tikrų visuomenės grupių, ir visiems, turintiems interneto ryšį ir bent bazinius kompiuterinius įgūdžius, reikiamą informaciją rasti tampa vis lengviau. Šiandien ne tiek žinių turėjimas, kiek gebėjimas jas teisingai panaudoti tampa vienu iš svarbiausių žmogiškųjų įgūdžių. Kūrybiškumas<sup>1</sup>, suprantamas kaip gebėjimas generuoti originalias ir vertingas idėjas, tampa svarbus ne tik vadinamųjų „kūrybinių“ profesijų atstovams, bet ir vis platesniam darbuotojų ratui. Ne mažiau reikšminga technologinės pažangos pasekmė yra ir ta, kad technologijos vis plačiau pasitelkiamos žmogiškajam darbui pakeisti, o neretai gali būti netgi už jį efektyvesnės. Sparčiai plečiantis dirbtinio intelekto pritaikymo sritims, šie procesai paliečia jau ne vien rutininį fizinį darbą ar duomenų analizę, bet ir tradiciškai žmogiškuoju santykiu ar menine veikla grįstas profesijas. Tad pagrindiniu žmogaus pranašumu ir geidžiamiausiu ateities gebėjimu tampa kūrybinis intelektas, nes tik juo žmogus gali varžytis su technologija, neturinčia fantazijos, gebėjimo svajoti, emocinės kompetencijos, kontekstinio mąstymo, socialinių įgūdžių, atsakomybės prisiėmimo (Gardner 2000; Pink 2005; Pölönen 2021; Poláková et al. 2023). Būtent kūrybinis intelektas, pagrįstas išlavinta vaizduote, leidžia mums įsivaizduoti dalykus, kurių nėra, kelti hipotezes, spręsti iškilusias problemas ir formuluoti naujas, įžvelgti naujas galimybes.

Būtina pabrėžti, kad šiame straipsnyje apie kūrybiškumą kalbama plačiąja prasme (kitaip tariant, apie „mažąjį K“ (angl. *little C*), kuris reiškiasi įvairoje kasdienėje veikloje), neapsiribojant aukštąja menine kūryba ir jos rezultatais, kūrybinių industrijų atstovų veikla (vadinamoju „didžiuoju K“ (angl. *big C*), kuris pasiekia genialumo lygį), nes kūrybiškumas ir vaizduotė gali būti produktyviai pasitelkiami įvairiausiose veiklos srityse (Richards 2007; Kaufman and Beghetto 2009). Kažkada sieta pirmiausia su vaikišku žaismingumu ar fikcija, vaizduotė vis labiau vertinama kaip produktyvumą skatinantis bruožas, svarbus bet kokios profesijos žmogui. Kartu ji pripažįstama kaip vienas svarbiausių žmogiškųjų gebėjimų ateities kartoms, nes vaizduotė, kitaip nei rutininis darbas ar analitinis mąstymas, siejama su išskirtinai žmogišku gebėjimu sukurti kažką kokybiškai visiškai naują, nepagrįsta dedukcijai reikalingomis prielaidomis<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Lietuvių kalboje susiduriama su terminų *kūrybiškumas* ir *kūrybingumas* vartosenos kasdienėje ir mokslinėje kalboje neapibrėžtumu. Neretai šie terminai vartojami pramainiui, kaip sinonimai, tačiau kartais daroma perskyra tarp *kūrybiškumo* kaip žmogaus gebėjimo sukurti tai, kas nauja, savita, ir *kūrybingumo* kaip tokio kūrybos proceso ar jo rezultato apibūdinimo (Daujotytė 2010). Anglakalbėje tradicijoje, iš kurios ateina didžiausias mokslinis įdirbis šioje srityje, abi šios prasmės nusakomos vienu žodžiu, todėl analogiška problema nekyla. Išsamią kiekybinę *kūrybiškumo* ir *kūrybingumo* sąvokų vartosenos lietuvių autorių mokslinėse publikacijose analizę ir jų turinio tyrimą atlikęs Gediminas Beresnevičius (2022) daro išvadą, kad šių sąvokų prasmės mokslinėje vartosenoje yra tapačios (vartojamos apibūdinant kūrėją, kūrybos procesą bei jo rezultatą), tačiau labiau įsitvirtinusi ir platesnė yra *kūrybiškumo* sąvoka, todėl jis siūlo mokslinėje vartosenoje apsiriboti šiuo vienu terminu (tuo ir vadovaujamas šiame straipsnyje).

<sup>2</sup> Vaizduotės kaip išskirtinai žmogiško gebėjimo klausimas sparčios dirbtinio intelekto plėtros

Suvokiant, kad kūrybiškumas yra lavinamas bendražmogiškas gebėjimas (Boden 2004; Stephensen 2022), vis daugiau dėmesio skiriama jam skleisti palankioms socialinėms ir kultūrinėms sąlygoms, kurių sąrašas – ir visuomenėje vyraujančios nuostatos. Tad atsizvelgiant į kūrybiškumą kaip reikšmingo ateities visuomenių konkurencingumo veiksnio potencialą, aktualu kelti klausimus, kaip galime apibūdinti kultūrinės kūrybiškumo prielaidas Lietuvos visuomenėje? Kaip mūsų šalies visuomenė vertina vaizduotės kaip žmogiškojo gebėjimo, kurį galima skatinti, lavinti ir ugdyti, svarbą? Kokia yra šios nuostatos dinamika ir paplitimas skirtingose socialinėse grupėse? Kokios yra šios kaitos varomosios jėgos?

Siekiant atsakyti į šiuos klausimus, toliau šiame straipsnyje trumpai apžvelgiamos socialinės kūrybiškumo teorijos, atskleidžiančios kultūrinį ir socialinį kūrybiškumo sąlygotumą. Šių teorijų prielaidos vėliau empiriškai tiriamos – analizuojama nuostatos dėl vaizduotės kaip žmogiškojo gebėjimo, kurį galima skatinti, lavinti ir ugdyti, svarbos dinamika mūsų šalyje ir šios nuostatos įsitvirtinimo lygis kitų Europos šalių kontekste. Kitame straipsnio skyriuje kūrybiškumo ir vaizduotės kaip žmogiškojo išteklių pasiskirstymo Lietuvos visuomenėje netolygumai nagrinėjami iš kūrybinės klasės ir socialinių kartų teorijos perspektyvų. Galiausiai dėmesys sutelkiamas į kūrybiškumo kaip asmenybės bruožo paplitimą, siekiant nustatyti, kokia Lietuvos gyventojų dalis laiko save kūrybiškais žmonėmis, kurioms socialinėms grupėms tai būdinga labiau ir ar vaizduotės svarbos akcentavimas pasireiškia kaip kūrybinės asmenybės savybė.

## **Socialinės kūrybiškumo teorijos**

Nors moksliniai kūrybiškumo tyrimai buvo pradėti psichologijos srityje, analizuojant individualius asmenybinius ir motyvacinus veiksnius (Cox 1926; Guilford 1950; Stein 1953; Albert 1969; MacKinnon 1970; Barron 1995; Helson 1996; Feist 1999; Runco 2004; 2007), ilgainiui ši tematika patraukė ir kitų disciplinų atstovų – sociologų, ekonomistų – dėmesį (Becker 1982; Collins 1998; 2005; Florida 2002; Lazzaretti 2013; Greffe 2016; Reckwitz 2017; Cerisola 2019). Kūrybiškumo tyrinėtojai šią sąvoką paprastai apibūdina labai plačiai – kaip gebėjimą sukurti kažką kokybiškai naujo. Nors kūrybiškumas ir vaizduotė yra skirtingos sąvokos, jos glaudžiai tarpusavyje susijusios. Vaizduotė – tai gebėjimas mintyse susikurti tiesioginiame jutiminiame suvokime neegzistuojančius vaizdinius, tyrinėti įvairias perspektyvas, įsivaizduoti alternatyvią tikrovę, peržengiant žinomo pasaulio ribas. Bendriausia prasme vaizduotę suprantame kaip mentalinį naujų, anksčiau nematytų vaizdinių, nepatirtų pojūčių ir

---

kontekste kelia ypač karštas diskusijas, nes mokslininkai labai priešaringai vertina dirbtinio intelekto kūrybiškumo potencialą: vieni laikosi nuomonės, kad dirbtinio intelekto naudojami algoritmai gali būti laikomi kūrybiškais pagal žmogiškuosius standartus (Wellner 2018; Miller 2019), o kiti prieštarauja, kad algoritmais grįsti procesai tegali būti laikomi generavimu, o ne kūryba tikrąja to žodžio prasme, nes pastaroji įtraukia intenciją bei prasmę, kurių dirbtinio intelekto veikimas stokoja (Hertzmann 2018). Sutarimas šiuo klausimu gali būti sunkiai pasiekiamas jau vien todėl, kad kūrybiškumo samprata yra socialiai, kultūriškai, ideologiškai ir technologiškai sąlygota (Reckwitz 2017), o įtakos jos raidai gali turėti ir patys bandymai sukurti „dirbtinį kūrybiškumą“, paremti tam tikra specifine kūrybiškumo samprata (Stephensen 2022).

idėjų – tiek galimų, tiek neįmanomų – formavimosi procesą, kuris bent iš dalies yra pagrįstas turima patirtimi, nors gali būti ir labai nuo jos nutolęs. Neapsiribodama turimomis žiniomis, vaizduotė iš esmės yra beribė. O kūrybiškumas – tai gebėjimas generuoti naujus sumanymus, originalius problemų sprendimus, nukreipiant vaizduotės idėjas apčiuopiamomis formomis, nesvarbu, ar tai būtų meninė išraiška, moksliniai eksperimentai ar verslumas. Tad vaizduotė yra kūrybiškumo šaltinis (Audi 2018; Baehr 2018), leidžiantis išsilaisvinti iš įprasto mąstymo, mesti iššūkį nusistovėjusioms normoms ir numatyti naujas galimybes, o šis vaizduotės ir kūrybiškumo ryšys buvo patvirtintas ir empiriškai (Gonzales et al. 1997). Dėl to vaizduotė ir jos skatinamas kūrybiškumas yra ypač svarbūs turimas žinias pritaikant inovatyviems senų ar naujai išskylančių problemų sprendimams.

Vienas iš kūrybiškumo tyrinėtojų Johnas Howkinsas (2010) kūrybiškumą apibūdina kaip sunkiai apibrėžiamą ir visada sąlygišką, subjektyvų dalyką, kurio esmė – esamų idėjų panaudojimas kuriant naujas. Jis įvardija tris esmines sąlygas kūrybiškumui skleisti: asmenį, originalumą ir prasmę, tačiau akcentuoja ir tai, kad kūrybiškumas nėra tik asmeninė praktika, nes bent kai kurios kūrybiškumo formos geriau reiškiasi grupėje (Howkins 2007). O Charlesas Leadbeateris kūrybiškumą apibrėžia kaip naujus įvairių sudedamųjų dalių derinius – naują esamo kūrinio interpretaciją, naujų medžiagų, stiliaus ar perspektyvos naudojimą – ir atkreipia ypatingą dėmesį į tai, jog skaitmeninės technologijos suteikia naujų galimybių kūrybiškam bendradarbiavimui, sukurdamos platformą ir puoselėdamos kultūrą, kurioje daugiau žmonių nei bet kada gali dalintis informacija ir idėjomis bei jas vystyti (Leadbeater 2008). Taigi kūrybiškumas ir vaizduotė veikia ne tik individualiu, bet ir kolektyviniu lygmeniu, nes jais galima dalintis, juos skatinti, lavinti – todėl jie gali tobulėti ir kaip kolektyvinė, bendruomeninė savybė. Jie tampa ne mažiau svarbūs nei žinojimas ir informacijos valdymas. Tačiau kitaip nei žinojimo atveju, nėra būdų tiesiogiai mokyti vaizduotės ar kūrybiškumo – čia galima kalbėti labiau apie sužadimą, drąsinimą, puoselėjimą bei vertės akcentavimą (Audi 2018). Todėl žvelgiant iš socialinių mokslų perspektyvos, dėmesys atkreipiamas į socialines bei kultūrinės sąlygas, skatinančias kūrybiškumą ar jam trukdančias (Becker 1982; Witt and Beorkrem 1989; Amabile et al. 1990; Lubart 1990; 2010; Csikszentmihalyi 1996; Simonton 2003; Runco 2004; Collins 1998; 2005; Sawyer 2006; Hemlin et al. 2008; Kharkhurin and Samadpour Motallebi 2008; Amabile 2011).

Mihaly Csikszentmihalyi (1996) kūrybiškumą apibūdina kaip trijų dėmenų – kultūros, naujovę į simbolinį kultūros lauką atnešančio žmogaus ir legitimuojančios aplinkos, kurią sudaro simbolinio kapitalo ekspertai – sąveikos rezultata. Jis pripažįsta, kad socialinė aplinka formuoja tiek pačią kūrybiškumo sampratą, tiek jo ugdymo būdus, tiek galiausiai – kūrybiškumo vertinimo standartus. Nors mokslininkas neneigia individualių kūrybiškai asmenybei būdingų bruožų svarbos, jis akcentuoja, kad įvairūs aplinkos veiksniai (tokie kaip gyvenimo sąlygos, kūrybinė terpė, palankiai susiklosčiusios aplinkybės ir kiti) yra pernelyg reikšmingi, kad kūrybiškumas būtų tiriamas vien kaip asmeninė savybė. Net tais atvejais, kai kalbama apie genialų kūrybiškumą kaip individualią savybę, turime nepamiršti, kad tokie kūrėjai taip pat remiasi kultūriniais ir socialiniais pagrindais, kuris jiems teikia simbolius, idėjas, materialinius

ištekliais, technologijas, taisykles ir normas, net jei jų nepaisoma. Svarbų indėlį į sociologinius kūrybiškumo tyrimus įnešė Randallas Collinsas (1998; 2005), pabrėžiantis socialinę kūrybinio veiksmo prigimtį ir ypatingą dėmesį atkreipiantis į tiesioginių tarpasmeninių santykių ir kasdienių ritualų svarbą pačiam kūrybos procesui bei socialinės aplinkos svarbą – šio kūrybos proceso rezultato pripažinimui ir įvertinimui. Anot R. Collinso, kūrybiškumui puoselėti reikalingi tam tikri ištekliai, ir ne tik ekonominiai ar kultūriniai, bet ir emociniai (tokie kaip siekis, entuziazmas, džiaugsmas, liūdesys ar susierzinimas), nes jie skatina skirtingus veikimo būdus. Kultūrinę kūrybiškumo prigimtį akcentuoja ir Toddas I. Lubartas (1990), sakydamas, jog socialinė ir kultūrinė aplinka gali kūrybiškumą tiek skatinti, tiek slopinti, nes ji formuoja tam tikrus pasaulėžiūros būdus ir nukreipia kūrybinę veiklą į tam tikras sritis bei socialines grupes.

Kalbant apie visuomenių raidos perspektyvas, nuolat kyla diskusijos ir apie galimą kūrybiškumo, kad ir koks sunkiai apčiuopiamas daugialypis reiškinys jis būtų, poveikį ekonomikos vystymuisi. Vis didesnę reikšmę įgauna žmogiškojo kapitalo teorijos, postuluojančios, kad būtent žmogiškosios kompetencijos bei technologinė pažanga, o nebe politiniai, instituciniai, istoriniai ar geografiniai veiksniai tampa lemiančiu ekonomikos varikliu šiuolaikinėje visuomenėje, ir pripažįstančios, kad kūrybiškumas kaip vienas iš žmogiškųjų išteklių yra pagrindinė varomoji inovacijų jėga (Florida 2002; Howkins 2007; Lazzarotti 2013; Greffe 2016). Vienas iš šio požiūrio šalininkų Richardas Florida (2002) kalba apie „kūrybinę klasę“ kaip pagrindinę poindustrinės visuomenės ekonomikos varomąją jėgą. Anot jo, šiuolaikinėje visuomenėje vis labiau įsigali kūrybinis etosas, nes apie trečdalis darbo jėgos užsiima įvairia kūryba pragyvenimui, ir čia kalbama ne tik apie meninę kūrybą, bet kūrybiškumą ir inovacijas įvairiose kitose veiklos sferose. Tai lemia platų besikeičiančių žmonių gyvenimo pasirinkimų sindromą, apimančią kintančias vertybes, nuostatas, gyvenimo būdą, estetinį jausmą, asmeninius santykius, laiko paskirstymą ir darbo organizavimo principus. R. Floridai antrina Heineris Rindermannas ir Jamesas Thompsonas (2011), kurie teigia, kad didelių kompetencijų kūrybinę klasę yra atsakinga tiek už ekonomikos augimą, tiek už stabilų demokratijos vystymąsi. Jau kalbama apie tai, kad žmonija, perėjusi industrinio amžiaus laikotarpį, dabar žengia žingsnį iš informacinio amžiaus į vaizduotės amžių. Tam raginama ruošti neatidėliojant, atitinkamai peržiūrint bei pertvarkant nacionalines švietimo programas, pirmenybę teikiant žmogaus kūrybiškumo ugdymui. Empirinių prielaidos, kad kūrybiškumas gali būti vienas iš veiksnių, turinčių netiesioginę teigiamą įtaką ekonominiam vystymuisi, pagrindimą pateikia ir Silvia'os Cerisola'os (2019) kultūros paveldo svarbos socialiniam ir ekonominiam regiono vystymuisi ekonometrinio tyrimo rezultatai. O teigiamas kūrybiškumo pasekmes iš psichologinės perspektyvos tiriantys mokslininkai daugiausia dėmesio skiria kūrybiškumo ir žmogaus subjektyvios, emocinės bei psichologinės gerovės ryšiui (Tamannaifar and Motaghedifard 2014; Ceci and Kumar 2016; Conner et al. 2018).

Taigi kūrybiškumas šiuolaikinėje kultūroje įgauna tiek savaiminės, tiek instrumentinės vertybės statusą, per jo prizmę vertinant pasiekimus įvairiose žmogaus veiklos sferose: kūrybiškumas vertinamas dėl jo indėlio į technologinę pažangą, ekonomikos augimą, asmeninį tobulėjimą, kultūrinį praturtinimą, švietimą ir teigiamų socialinių pokyčių skatinimą. Investavimo į kūrybiškumą būtinybę pabrėžiantys psichologai Robertas J. Sternbergas ir Toddas

I. Lubartas (1993) išskiria šešetą tarpusavyje susijusių kūrybiškumo šaltinių, kurių valdymas leidžia padidinti kūrybiškumo pasiekimus: intelektinius procesus, žinias, intelektinį stilių, asmenybę, motyvaciją ir aplinkos kontekstus.

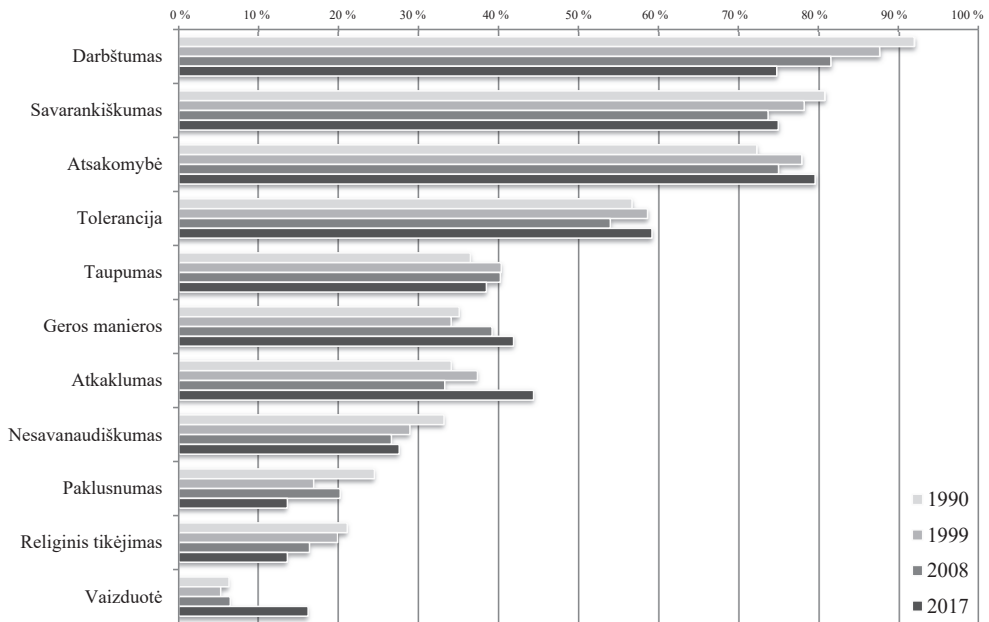
Reikia pripažinti, kad kūrybiškumas yra mažai mūsų šalies mokslininkų tyrinėta sritis, o įdirbis ateina pirmiausia iš edukologijos ir psichologijos mokslų<sup>3</sup>, todėl kūrybiškumo kultūrinio ir socialinio sąlygotumo problematika yra likusi nuošalyje. Kaip išimtis galima paminėti pavienius atskirų mokslininkų tyrimus, dažniausiai susijusius su edukacijos proceso dalyviais, kuriuose bent iš dalies aptariamas ir socialinių bei kultūrinės aplinkos veiksnių įtakos kūrybiškumo raidai klausimas (pavyzdžiui, Beresnevičius 2010; Girdzijauskienė 2012; Balundė ir Grakauskaitė-Karkockienė 2014; Grakauskaitė-Karkockienė 2016; Samašonok et al. 2018). Tačiau plačios aprėpties reprezentatyvių tyrimų šioje srityje mūsų šalyje nėra atlikta.

### Kultūrinės kūrybiškumo prielaidos Lietuvos visuomenėje

Kalbant apie kultūrinės ir socialinės aplinkos įtaką kūrybiškumui, tarp svarbių veiksnių įvardijamos visuomenėje vyraujančios kultūrinės nuostatos, vertybės ir įsitikinimai, kurie formuoja atitinkamą visuomenės narių pasaulio suvokimą ir daro įtaką individualiai elgsenai (Hofstede 2001; Glăveanu et al. 2016; Kwan et al. 2018). Todėl svarbu įvertinti šias kultūrinės kūrybiškumo prielaidas Lietuvos visuomenėje, tiriant nuostatas dėl vaizduotės kaip žmogiškojo gebėjimo, kurį galima skatinti, lavinti ir ugdyti, svarbos. Vertingas duomenų šaltinis čia gali būti *Europos vertybių tyrimas* (EVT)<sup>4</sup>. Jo metu respondentams pateikiamas vienuolikos ugdytinių vaikų savybių sąrašas, iš kurio jie gali pasirinkti iki penkių svarbiausių savybių. Į sąrašą, be vaizduotės, įtrauktos tokios savybės kaip savarankiškumas, sunkus darbas, atsakomybės jausmas, geros manieros, tolerancija ir pagarba kitiems žmonėms, taupumas (pinigų ir daiktų taupymas), ryžtas (atkaklumas), religinis tikėjimas, nesavanaudiškumas ir paklusnumas. Duomenys rodo, kad vaizduotė 1990, 1999 ir 2008 metų apklausose buvo rečiausiai įvardijama kaip svarbi ugdytina vaikų savybė Lietuvoje, ją paminėdavo vos 5–6 procentai apklaustųjų. Tačiau 2017 metais matyti jau kita situacija, kai iš paskutinės – vienuoliktosios – vietos vaizduotės ugdomo svarba staiga pakilo į devintąją, aplenkdamą religinį tikėjimą ir paklusnumą, kurių svarba tiriamuoju laikotarpiu tolydžio mažėjo: vaizduotės svarbą jau paminėjo net 16 procentų apklaustųjų (žr. 1 paveikslą).

<sup>3</sup> G. Beresnevičiaus (2022) atlikto 1979–2019 m. lietuvių tyrėjų paskelbtų 426 mokslinių publikacijų, kurių pavadinime buvo minimas kūrybiškumas, tyrimo duomenimis, edukologijos sričiai priskirtinos publikacijos sudarė net 61,5 proc., o psichologijos – 23,9 proc.

<sup>4</sup> EVT yra tarptautinis ilgalaikis vertybių tyrimas, renkantis duomenis apie platų gyventojų vertybinių nuostatų spektrą. Kas devynerius metus pagal standartizuotą metodiką ir klausimyną atliekamas reprezentatyvus tyrimas Lietuvoje buvo organizuotas 1990, 1999, 2008 ir 2017 metais, jame dalyvavo atitinkamai 1000, 1018, 1500 ir 1448 respondentai (apklausas atliko *Baltijos tyrimai*). Daugiau informacijos apie EVT galima rasti svetainėje <https://europeanvalues-study.eu/>. Duomenų byla, naudota šiame straipsnyje pristatomame tyrime, yra viešai pasiekama GESIS duomenų archyve: EVS (2022). *EVS Trend File 1981–2017*. GESIS, Cologne. ZA7503 Data file Version 3.0.0, <https://doi.org/10.4232/1.14021>.



1 paveikslas. **Vaizduotės ir kitų ugdytinių vaikų savybių svarba Lietuvoje 1990–2017 m.** (respondentų, paminėjusių konkrečią savybę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)

Toks staigus anksčiau stabilios nuostatos pokytis pastarojoje apklausoje yra gana netikėtas, nes įprastomis sąlygomis vertybinės nuostatos linkusios kisti nuosekliau. Galima kelti hipotezę, kad vaizduotės svarba visuomenėje didėja dėl viešajame lauke vis dažniau pasigirstančių diskusijų šia tema (kaip vienas iš pavyzdžių gali būti paminėtas kūrybingo žmogaus kaip ilgalaikės valstybės pažangos strategijos ašies akcentavimas<sup>5</sup>), o tai didina kūrybiškumo reikšmės tolesnei žmonijos raidai įsisąmoninimą ir stiprina kūrybiškumo imperatyvą (Reckwitz 2017); įtakos gali turėti ir besikeičianti kūrybiškumo samprata, kai nuo kūrybiškumo kaip genialaus talento sampratos pereinama prie kūrybiškumo kaip lavintino bendražmogiško gebėjimo sampratos (Stephensen 2022).

Norint geriau suvokti vaizduotės svarbos vertinimus mūsų visuomenėje ir vykstančio pokyčio mastą, vertinga EVT duomenų bazės suteikiama lyginamosios perspektyvos tarp skirtingų Europos šalių galimybė. Šių duomenų analizė atskleidžia, kad vaizduotės svarba per pastarąsias keturias tyrimo bangas, kuriose dalyvavo Lietuva (1990–2017 m.), daugiau ar mažiau reikšmingai varijavo ir daugumoje kitų Europos šalių (žr. 1 lentelę). Įdomu, kad Vakarų Europos šalyse tiriamuoju laikotarpiu pokytis vyko nebūtinai nuostatos stiprinimo kryptimi (pavyzdžiui, Ispanijoje, Danijoje, Islandijoje laikotarpiu tarp pirmojo ir paskutinio tyrimo vaizduotės svarbos akcentavimas sumenko), o Rytų Europos šalyse tai yra dominuojanti tendencija. Nepaisant šio

<sup>5</sup> Žr. Lietuvos pažangos strategija „Lietuva 2030“ ([https://e-seimas.lrs.lt/rs/lasupplement/TAP/TAI.S.423800/45a6c4cce8a3835f3c3f3b4625587aff/format/ISO\\_PDF/](https://e-seimas.lrs.lt/rs/lasupplement/TAP/TAI.S.423800/45a6c4cce8a3835f3c3f3b4625587aff/format/ISO_PDF/)).



reikšmingo pokyčio, vaizduotės ugdymo svarba vis dar išlieka mažiausiai akcentuojama Rytų Europos šalyse, o turtingiausių Europos valstybių – ir ypač Skandinavijos – gyventojai vertina vaizduotę kur kas labiau. Spėlioti, kas čia yra priežastis, o kas – pasekmė, yra gana spekuliatyvu (ar Vakarų Europos visuomenės labiau vertina vaizduotę, nes jos yra labiau pasiturinčios, ar jos yra labiau pasiturinčios, nes labiau vertina vaizduotę), tačiau labiausiai tikėtina, kad šių dviejų veiksnių įtaka yra abipusė.

1 lentelė. **Vaizduotės svarba Europos šalyse 1990–2018 m.** (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)\*

Šalis	EVT banga			
	1990–1993 (proc.)	1999–2001 (proc.)	2008–2010 (proc.)	2017–2018 (proc.)
Norvegija	31,3	–	30,8	43,8
Švedija	40,4	40,9	37,8	41,8
Ispanija	42,3	33,0	21,1	35,5
Danija	37,2	36,9	32,0	34,8
Didžioji Britanija	17,3	38,3	29,9	33,4
Islandija	49,4	18,3	19,5	33,2
Suomija	26,6	29,2	24,9	30,6
Vokietija	31,1	28,2	27,1	29,1
Nyderlandai	23,1	32,4	22,9	28,9
Čekija	4,5	7,0	17,5	25,2
Prancūzija	22,7	17,6	16,3	22,3
Austrija	24,3	22,5	21,5	20,7
Bulgarija	16,3	19,0	25,2	20,1
Italija	17,1	12,5	12,1	19,4
Kroatija	–	–	15,3	18,7
Lenkija	9,9	12,3	23,1	16,3
Lietuva	6,3	5,3	6,5	15,9
Rusija	–	6,7	14,9	15,9
Vengrija	9,4	10,8	16,3	15,8
Latvija	11,4	7,1	19,2	15,6
Estija	12,8	11,2	10,1	15,4
Baltarusija	-	10,3	9,9	14,4
Slovakija	7,6	2,6	9,8	12,3
Slovėnija	9,8	12,4	6,3	11,5

\* *Pastaba.* Trūkstanti duomenys reiškia, kad šalis nedalyvavo atitinkamoje EVT bangoje.



## Kūrybiškumas ir vaizduotė kaip žmogiškasis išteklius

Kūrybiškumas ir vaizduotė tampa vis svarbesniu žmogiškuoju ištekliumi, kuris nėra tolygiai pasiskirstęs visuomenėje. Keliant klausimą, ar vaizduotė kaip kūrybiškumo pagrindas yra labiau vertinama tam tikrose socialinėse grupėse, reikia atsižvelgti į keletą dalykų. Visų pirma, vaizduotė kaip vertybė yra labiau akcentuojama tam tikruose visuomenės sluoksniuose, kuriuos būtų galima apibūdinti kaip „kūrybinę klasę“. Šią sampratą išpopuliarinęs R. Florida (2002) aiškiai neįvardija su šia socialine kategorija siejamų sociodemografinių jai priklausančių žmonių charakteristikų, tačiau galima išskirti keletą jo minimų svarbiausių bruožų. Tai yra išsimokslinę, tolerantiški, atviri pokyčiams, inovatyvūs ir verslūs žiniais ir kūryba pagrįstų profesijų atstovai, miestų gyventojai, vertinantys estetišką aplinką. Taip pat tikėtina, kad vaizduotės svarbos vertinimai gali būti susiję su respondentų amžiumi, nes, kaip rodo ankstesnių empirinių tyrimų rezultatai, su juo susijęs ir kūrybiškumas: jauname amžiuje jis sparčiai auga, apie 40-uosius metus pasiekia piką, o vėliau mažėja, tačiau ši trajektorija priklauso ir nuo kūrybos srities, nes vienoms svarbesnė drąsa, veržlumas, lankstumas, nekonformistinis mąstymas, o kitoms – sukaupta ekspertinė patirtis (Simonton 1975; 1988; Abra 1989). Tačiau būtina akcentuoti, kad vaizduotės svarbos vertinimų sąsaja su amžiumi, jei tokia būtų nustatyta, galėtų būti sąlygota tiek žmogaus amžiaus tarpsnių, tiek socialinių kartų kaitos, tiek plataus masto vertybinių nuostatų pokyčių visoje visuomenėje efekto. Atsižvelgiant į visa tai, galima formuluoti tokias hipotezes ir jas patikrinti, remiantis EVT duomenimis:

H1<sup>a</sup>: Jaunesni žmonės vaizduotę linkę akcentuoti labiau nei sulaukusieji 40-ies metų ar vyresni, tačiau jaunimui pereinant į vyresnį amžių, ši jų nuostata silpnėja. (*Alternatyvi hipotezė*: H1<sup>b</sup>: Jaunesni žmonės vaizduotę linkę akcentuoti labiau nei sulaukusieji 40-ies metų ar vyresni, ir jaunimui pereinant į vyresnį amžių ši jų nuostata nesilpnėja.)

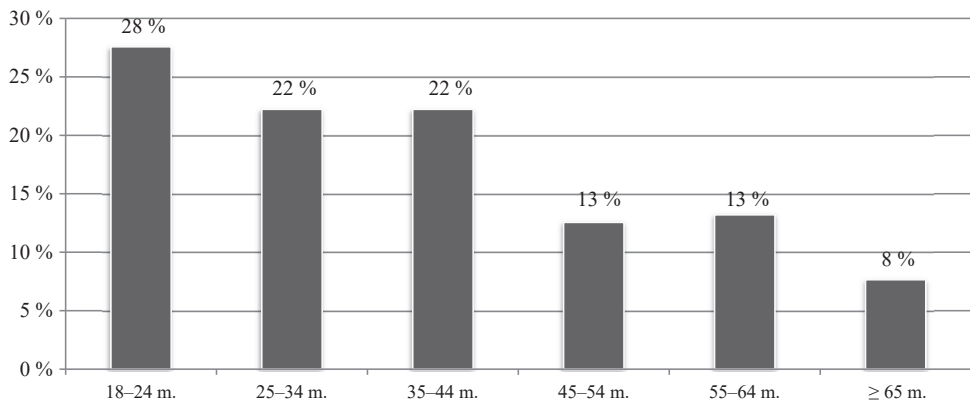
H2: Kiekvienos jaunesnės socialinės kartos atstovai vaizduotę linkę akcentuoti labiau nei vyresnių kartų.

H3: Didesnį išsimokslinimą įgiję žmonės, taip pat gaunantieji didesnes pajamas bei gyvenantieji labiau urbanizuotose vietovėse vaizduotę linkę akcentuoti labiau.

H4: Žiniais ir kūryba pagrįstų profesijų atstovai vaizduotę linkę akcentuoti labiau nei tarnautojai, paslaugų sferos, darbininkiškų ar žemės ūkio profesijų atstovai.

Siekiant patikrinti suformuluotas hipotezes, pradžioje buvo atlikta respondentų amžiaus įtakos vaizduotės kaip ugdytinios vaikų savybės svarbos vertinimams analizė. 2017 metais Lietuvoje atliktos apklausos duomenimis, jaunesni žmonės vaizduotę linkę akcentuoti labiau: jauniausios amžiaus grupės – 18–24 metų – atstovų pritarimas teiginiui, kad vaizduotė yra svarbi ugdytina savybė, siekė 28 procentus, vyriausioje amžiaus grupėje – 65 metų ir vyresnių – pritariančiųjų tebuvo 8 procentai, o didžiausias pokytis įvyksta apie 45-uosius gyvenimo metus (žr. 2 paveikslą). Ši vaizduotės svarbos akcentavimo kovariacija su žmonių amžiumi yra statistiškai reikšminga ( $r = -0,190^6$ ).

<sup>6</sup> Čia ir toliau analizėje pateikiamos Spearmano koreliacijos koeficiento reikšmės; visais atvejais  $p < 0,01$ ,  $n > 1300$ .



2 paveikslas. **Vaizduotės svarba skirtingose amžiaus grupėse Lietuvoje 2017 m.** (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)

Kyla klausimas, ar polinkis vaizduotę akcentuoti labiau yra tam tikro amžiaus žmonių charakteristika, susijusi su to amžiaus tarpsnio specifika, ar vis dėlto galime kalbėti apie tam tikrą kultūrinį poslinkį link kūrybiškumo sureikšminimo visoje visuomenėje? Anksčiau pristatyti šios nuostatos ilgalaikės dinamikos Lietuvos visuomenėje duomenys, rodantys aiškia jos stiprėjimo tendenciją, negali būti paaiškinti žmogaus amžiaus tarpsnių specifika, ypač senstančioje visuomenėje. Tad jei čia susidaro plataus masto kultūrinio perėjimo efektas, kiek jis reiškiasi kaip kartų kaitos rezultatas? Kadangi EVT yra ilgalaikis tyrimas, jo duomenys leidžia atsakyti į klausimą, ar kiekviena socialinė karta laikui bėgant vaizduotę ima vertinti labiau, ar pokytį lemia tik jauniausių kartų nuostatos?

Prieš pereinant prie empirinių duomenų analizės, reikia trumpai apibrėžti čia vartojamą socialinių kartų sampratą, kuri pagrįsta kartų teorijos prielaidomis (Mannheim [1923] 1952; Howe and Strauss 1991). Socialinė karta – tai ne teoriškai sukurta demografinė tam tikru laikotarpiu gimusių žmonių kategorija, bet realus socialinis reiškinys; tai žmonės, kurių asmenybės formavosi ir brendo tuo pačiu istoriniu laikotarpiu panašioje socialinėje ir kultūrinėje aplinkoje, veikiami tų pačių visuotinės svarbos socialinių, ekonominių, politinių, kultūrinių ir technologinių procesų, dėl to formavosi panašios tos pačios kartos narių pamatinės vertybinės nuostatos, mąstymo ir veikimo būdai, nepaisant daugybės individualių jų socializacijos veiksmų. Pratęsiant L. Žilinskienės ir M. Ilic su kolegomis (Zilinskiene and Ilic 2022) pasiūlytą Lietuvos gyventojų socialinių kartų periodizavimą, šiame tyrime skiriamos tokios kartos:

- Tarpukario karta (g. 1918–1940 m.).
- Pirmoji sovietmečio karta (g. 1941–1959 m.).
- Antroji sovietmečio karta (g. 1960–1969 m.).
- Paskutinioji sovietmečio karta (g. 1970–1979 m.).
- Pereinamoji karta (g. 1980–1989 m.).
- Šių autorių į klasifikaciją neįtraukta Pirmoji nepriklausomybės karta (g. 1990–2000 m.).

Socialinės kartos yra statistiškai reikšmingas vaizduotės svarbos vertinimą diferencijuojantis veiksnys ( $r = 0,147$ ), ir šiuo požiūriu ypač išsiskiria Pirmosios nepriklausomybės kartos atstovai: jie vaizduotės svarbą akcentuoja gerokai labiau nei bet kurios ankstesnės kartos atstovai būdami jų amžiaus. Šie rezultatai patvirtina H2 hipotezę ir siejasi su postmaterializmo teorijos prielaidomis, kad šiuolaikinėje visuomenėje per kartų kaitą vyksta giluminiai kultūriniai pokyčiai, apibūdinami kaip pirmenybės perkėlimas nuo tradicinių normų ir autoritetų link individo, labai vertinančio savarankiškumą, gyvenimo kokybę ir saviraišką, emancipacijos (Inglehart and Welzel 2005), o saviraiškos vertybės kaip tik ir apima kūrybiškumo ir vaizduotės ugdymą.

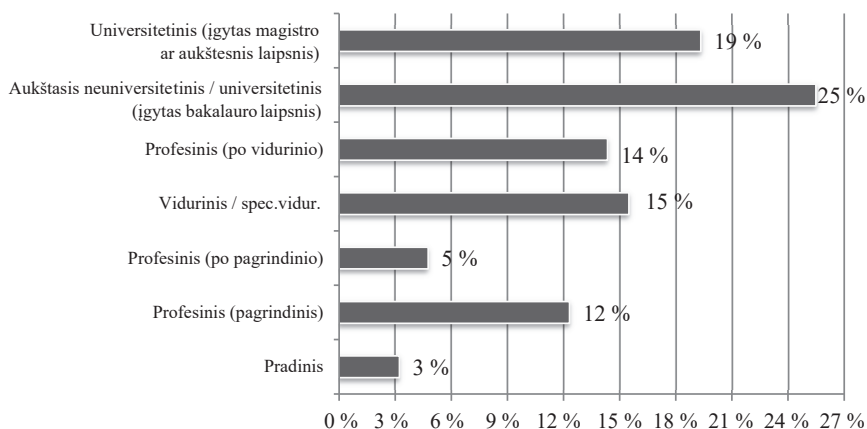
Grįžtant prie amžiaus efekto ir siekiant jame atskirti žmogaus amžiaus tarpsnių bei socialinių kartų įtaką, reikia palyginti skirtingų kartų vaizduotės svarbos vertinimus, jų atstovams būnant to paties amžiaus, ir vertinimus kartų viduje, jų atstovams pereinant iš vieno amžiaus tarpsnio į kitą. 2 lentelėje pateikti tokios analizės duomenys ir Kruskalio–Walliso vidurkių lyginimo testo rezultatai leidžia daryti dvi pagrindines išvadas: 1) Lietuvoje vaizduotės svarbos vertinimai kartų viduje reikšmingai nesusilpnėja, o trijų jauniausių kartų atveju tendencija yra aiškiai priešinga, tai patvirtina H1<sup>b</sup> hipotezę; 2) vaizduotės svarbos vertinimų palyginimas pagal kartas atskirai kiekvienoje amžiaus grupėje rodo, kad vaizduotės akcentavimas kiekvienoje vėlesnėje kartoje reikšmingai stiprėja. Tai leidžia teigti, kad vaizduotės svarbos akcentavimų skirtumus lemia ne tiek specifinių žmogaus amžiaus tarpsnių, kurie galėtų būti siejami su stipresniu vaizduotės akcentavimu, efektas, kiek plataus masto kultūrinis poslinkis link vaizduotės sureikšminimo visoje visuomenėje, vykstantis kaip kartų kaitos rezultatas (kuris netgi amortizuoja anksčiau aptartąjį dėsnį, jog paprastai sendami žmonės mažiau dėmesio skiria vaizduotei kaip svarbiai žmogaus savybei).

2 lentelė. Skirtingų kartų atstovų vaizduotės svarbos vertinimai atskirais amžiaus tarpsniais Lietuvoje 1990–2017 m. (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)

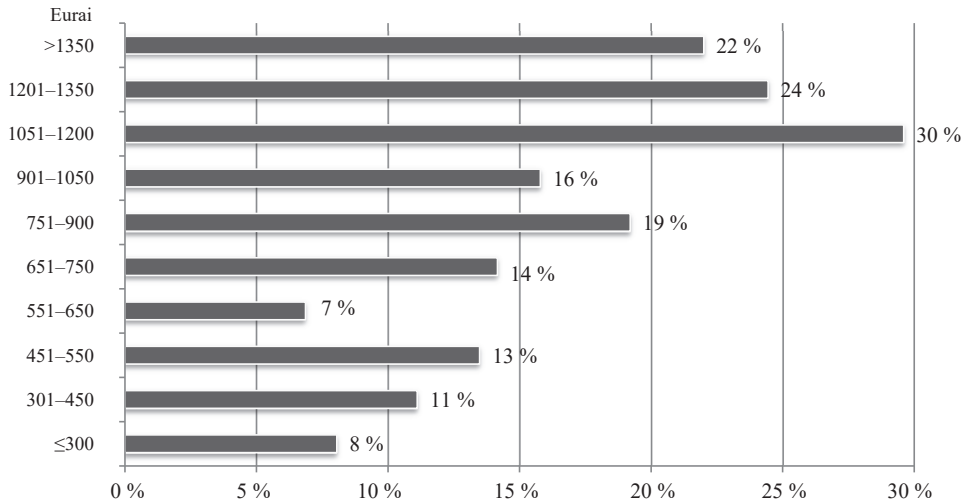
Karta	Amžiaus grupė						Kruskalio–Walliso testo rezultatai kiekvienai kartai
	18–24 m. (proc.)	25–34 m. (proc.)	35–44 m. (proc.)	45–54 m. (proc.)	55–64 m. (proc.)	≥ 65 m. (proc.)	
Tarpukario	–	–	–	5,5	2,2	4,1	$p = 0,273$ $H(2) = 2,595$ $N = 860$
Pirmoji sovietmečio	–	11,7	7,0	3,8	7,6	7,8	$p = 0,037$ $H(4) = 10,243$ $N = 1478$
Antroji sovietmečio	8,7	6,6	4,8	10,7	13,2	–	$p = 0,032$ $H(4) = 10,575$ $N = 947$
Paskutiniai sovietmečio	8,3	8,1	13,4	14,4	–	–	$p = 0,109$ $H(3) = 6,046$ $N = 755$

Karta	Amžiaus grupė						Kruskalio–Walliso testo rezultatai kiekvienai kartai
	18–24 m. (proc.)	25–34 m. (proc.)	35–44 m. (proc.)	45–54 m. (proc.)	55–64 m. (proc.)	≥ 65 m. (proc.)	
Pereinamoji	10,8	16,0	24,2	–	–	–	p = 0,009 H(2) = 9,379 N = 519
Pirmoji nepriklausomybės	21,7	29,9	0¢	–	–	–	p = 0,179 H(1) = 1,807 N = 256
Kruskalio–Walliso testo rezultatai kiekvienai amžiaus grupei	p = 0,000, H(3) = 19,563, N = 736	p = 0,000, H(4) = 31,625, N = 768	p = 0,000, H(3) = 34,686, N = 865	p = 0,000, H(3) = 19,465, N = 856	p = 0,000, H(2) = 15,383, N = 719	p = 0,020, H(1) = 5,371, N = 871	

Kalbant apie vaizduotę kaip tam tikros kūrybinės klasės atributą, vienas svarbiausių demografinių rodiklių yra respondentų išsimokslinimas. Atlikta EVT duomenų analizė patvirtina, kad išsimokslinimas turi įtakos vaizduotės svarbos vertinimams: iš pradinį išsimokslinimą įgijusių žmonių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną savybę paminėjo 3 procentai respondentų, o įgijusiųjų aukštąjį išsimokslinimą šis rodiklis viršija 20 procentų (žr. 3 paveikslą). Vaizduotės svarbos vertinimams įtakos turi ir finansinė respondentų padėtis: didesnių pajamų namų ūkiuose gyvenantys žmonės vaizduotę vertina gerokai labiau nei mažiau pasiturintys (žr. 4 paveikslą). Vaizduotės kaip svarbios ugdytinios savybės akcentavimo sąsaja su abiem šiais kintamaisiais yra nors nelabai stipri (atitinkamai  $r = 0,125$  ir  $r = 0,162$ ), tačiau statistiškai reikšminga.



3 paveikslas. Vaizduotės svarba skirtingose išsimokslinimo grupėse Lietuvoje 2017 m. (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)

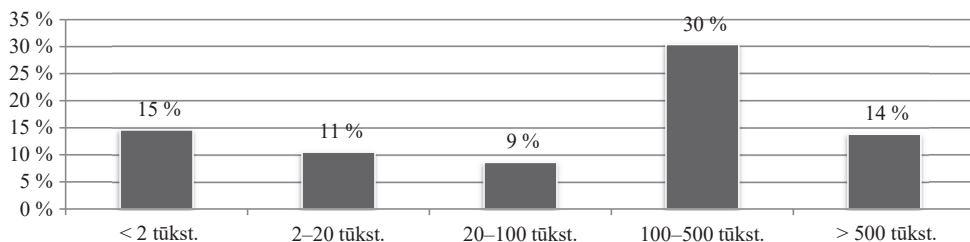


4 paveikslas. **Vaizduotės svarba skirtingų pajamų namų ūkiuose gyvenančių žmonių grupėse Lietuvoje 2017 m.** (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)

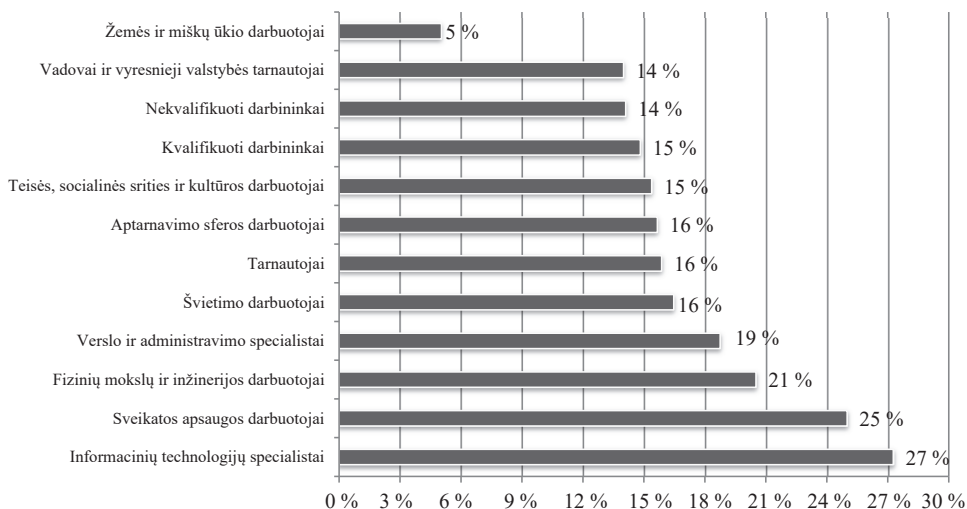
Dar viena su vadinamąja kūrybine klase siejama sociodemografinė charakteristika yra gyvenimas miestuose, nes čia telkiasi šios klasės atstovams patrauklūs technologijų, kultūros ir meno, dizaino, mokslinių tyrimų bei inovacijų centrai, čia verda aktyvus socialinis ir kultūrinis gyvenimas, skatinantis kūrybiškumą ir kuriantis kūrybinei klasei palankią aplinką. Tad kyla klausimas, ar urbanizuotose vietovėse gyvenantys Lietuvos gyventojai yra linkę labiau akcentuoti vaizduotę kaip kūrybiškumo pamatą? EVT duomenys neatskleidžia dėsningo ryšio tarp respondentų gyvenamosios vietovės urbanizacijos lygio ir vaizduotės svarbos vertinimų: kaimo vietovių ir sostinės gyventojų nuostatos sutampa, o labiausiai vaizduotę akcentuoja gyvenantieji 100–500 tūkst. gyventojų turinčiuose miestuose (žr. 5 paveikslą). Tačiau tai nebūtinai paneigia kūrybinės klasės koncentracijos miestuose idėją, nes šiuos rezultatus galima sieti ir su technine problema: Lietuvos administracinis suskirstymas nebeatitinka gyvenimo realybės, kai miestų prieigose esančios kaip kaimiškos klasifikuojamos seniūnijos faktiškai jau yra įgavusios miesto tipo teritorijai būdingus bruožus (Burneika et al. 2017; Baranauskienė 2019). Tai neleidžia daryti pagrįstų išvadų apie urbanizacijos sąsajas su vaizduotės svarbos vertinimais. Taigi H3 hipotezė pasitvirtina iš dalies.

Kaip kūrybinės klasės požymis svarbi ir respondentų profesija (ji EVT tyrime buvo identifikuota pagal Tarptautinį standartinį profesijų klasifikatorių ISCO-08). Lietuvoje daugumos profesijų atstovų vaizduotės svarbos akcentavimas atitinka bendrą šios nuostatos lygį visuomenėje ir svyruoja apie 14–16 procentų, tačiau iš bendro konteksto labai ryškiai išsiskiria dirbantieji žemės ir miškų ūkyje, kur vaizduotę kaip ugdytiną savybę paminėjo vos kas dvidešimtas respondentas; o labiau nei kiti vaizduotės svarbą pabrėžė informacinių technologijų, sveikatos srities, fizinių mokslų ir inžinerijos darbuotojai bei verslo ir administravimo specialistai (žr.

6 paveikslą). Tačiau nparametrinio vidurkių palyginimo testo, taikant Kruskalio–Walliso kriterijų, rezultatai nepatvirtina, kad šie skirtumai būtų statistiškai reikšmingi.



5 paveikslas. **Vaizduotės svarba pagal gyvenamosios vietos tipą Lietuvoje 2017 m.** (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)



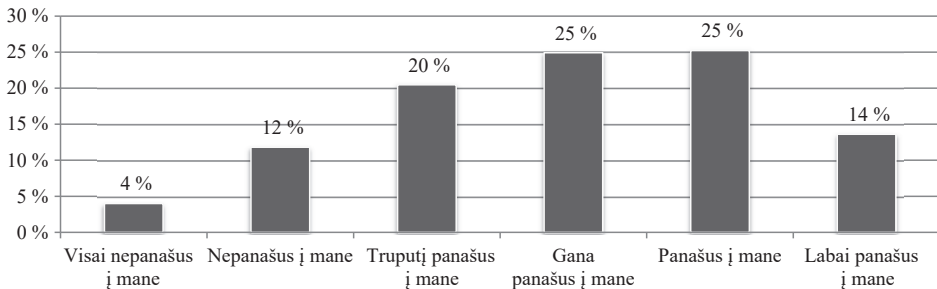
6 paveikslas. **Vaizduotės svarba skirtingų profesijų atstovams Lietuvoje 2017 m.** (respondentų, paminėjusių vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę, dalis)

Čia reikia pažymėti, kad pats R. Florida (2002) kūrybinei klasei priskiria labai platų profesijų ratą, neapsiribodamas vien menine kūryba pagrįstomis profesijomis, bet įtraukdamas ir mokslo, technologijų bei žinijos darbuotojus – inžinierius, teisininkus, verslininkus, gydytojus, pedagogus (taigi bemaž visus, išskyrus darbininkus, tarnautojus, aptarnavimo sferos ir žemės ūkio darbuotojus). Pakartojus ankstesnę analizę pagal taip plačiai apibrėžtą kūrybinę klasę (kurios apibrėžimą kaip ginčytiną pripažįsta pats R. Florida), Kruskalio–Walliso testas parodė statistiškai reikšmingus kūrybinės klasės vaizduotės svarbos vertinimų skirtumus tik nuo žemės ūkio darbuotojų, o reikšmingų skirtumų nuo tarnautojų ir aptarnavimo sferos darbuotojų nebuvo nustatyta. Tai reiškia, kad H4 hipotezė turi būti atmesta.

Apibendrinant pristatytą empirinių duomenų analizę galima teigti, kad vaizduotės ugdymo svarba įvairiose socialinėse grupėse akcentuojama nevienodai, ir ryškiausias skirtis čia brėžia socialinės kartos, amžiaus, išsimokslinimo ir pajamų faktoriai. Tačiau gilesnei statistinei analizei, įvertinančiai ne tik šių veiksnių įtaką vaizduotės akcentavimui, bet ir sudėtingus jų tarpusavio ryšius, kol kas trukdo pernelyg maža vaizduotę akcentuojančiųjų dalis bendroje populiacijoje – ši dalis net ir paskutinėje tyrimo bangoje nesudarė nė penktadalio respondentų.

## Vaizduotės svarbos akcentavimas kaip kūrybinės asmenybės savybė

Neabejotinai vaizduotės svarbos diferenciacija negali būti paaiškinta vien demografiniais veiksniais – būtina atsižvelgti ir į tai, kiek ji susijusi su respondentų kūrybiškumu kaip tam tikra asmenybine charakteristika. Siekiant atsakyti į šį klausimą, taip pat galima pasitelkti EVT duomenis, nes į 2017 metų EVT klausimyną Lietuvoje buvo įtraukta S. H. Schwartzo asmens vertybinių orientacijų skalė<sup>7</sup>. Joje, be kitų apibūdinimų, respondentų buvo prašoma įsivertinti savo kūrybiškumą, atsakant į klausimą, ar jie laiko save visai nepanašiais, nepanašiais, truputį panašiais, gana panašiais, panašiais ar labai panašiais į žmogų, kuriam svarbu generuoti naujas idėjas ir būti kūrybingam ir kuris mėgsta viską daryti savaip, originaliai. Atsakymų analizė atskleidžia, kad Lietuvos gyventojai save laiko labiau kūrybiškais nei nekūrybiškais (žr. 7 paveikslą).

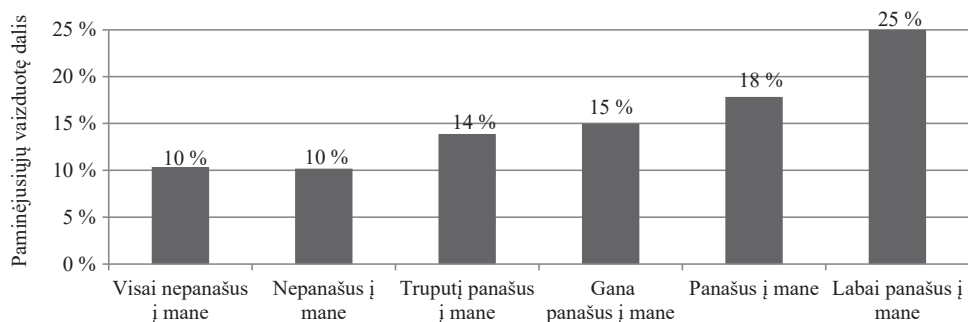


7 paveikslas. Lietuvos gyventojų savo kūrybiškumo vertinimas 2017 m.

*Klausimas:* Kiek šis žmogus yra panašus ar nepanašus į Jus? Jam (jai) svarbu generuoti naujas idėjas ir būti kūrybingam. Jis (ji) mėgsta viską daryti savaip, originaliai.

<sup>7</sup> S. H. Schwartzo vertybių teorija išskiria dešimt motyvaciniu požiūriu skirtingų vertybių, būdingų visoms kultūroms (savirealizaciją, stimuliaciją, hedonizmą, pasiekimus, galią, saugumą, konformizmą, tradiciją, rūpinimąsi, universalizmą), ir jas sujungia į keturias platesnes vertybines orientacijas: savęs peržengimą, konservatyvumą, savęs įtvirtinimą ir atvirumą pokyčiams (Schwartz 1992; Schwartz et al. 2001). Šioms vertybėms tirti naudojamas portretinis vertybių klausimynas, kuriame pateikiamas 21 trumpas asmenybės apibūdinimas, įvardijantis su konkrečia vertybine orientacija susijusius žmogaus tikslus, siekius ar norus, prašant įvertinti kiekvieno apibūdinimo panašumą ar nepanašumą į respondentą pagal šešių balų skalę. S. H. Schwartzo asmens vertybinių orientacijų skalė buvo įtraukta tik į 2017 m. Lietuvoje atliktos EVT apklausos klausimyną, todėl neturime duomenų tarptautiniam palyginimui ar analizei iš socialinių kartų perspektyvos.

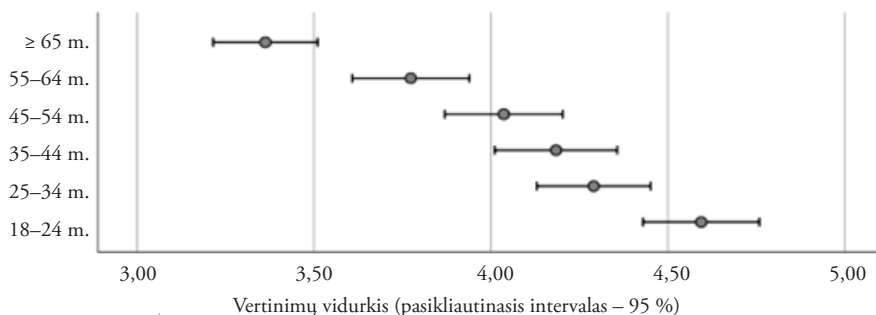




8 paveikslas. **Vaizduotės svarba pagal respondentų įsivertintą kūrybiškumą Lietuvoje 2017 m.**

*Klausimas:* Kiek šis žmogus yra panašus ar nepanašus į Jus? Jam (jai) svarbu generuoti naujas idėjas ir būti kūrybingam. Jis (ji) mėgsta viską daryti savaip, originaliai.

Savo kūrybiškumo įsivertinimas ir anksčiau aptartas vaizduotės svarbos akcentavimas yra tarpusavyje susiję reiškiniai: save kūrybiškais laikantys žmonės labiau nei kiti linkę akcentuoti vaizduotę kaip ugdytiną savybę (žr. 8 paveikslą). Tačiau net ir tarp labiausiai save kūrybiškais laikančių žmonių vaizduotės svarbos pripažinimas nėra absoliutus, nes tarp jų paminėjusiųjų vaizduotę kaip svarbią ugdytiną vaikų savybę buvo 25 procentai, o tarp visiškai savęs kūrybiškais nelaikančių žmonių tokių buvo 10 procentų (šių kintamųjų atveju  $r = 0,108$ ). Toks vertinimų atotrūkis yra sąlygiškai nedidelis, atsižvelgiant į tai, kad būtent vaizduotė yra laikoma pagrindine varomąja kūrybinio proceso jėga.

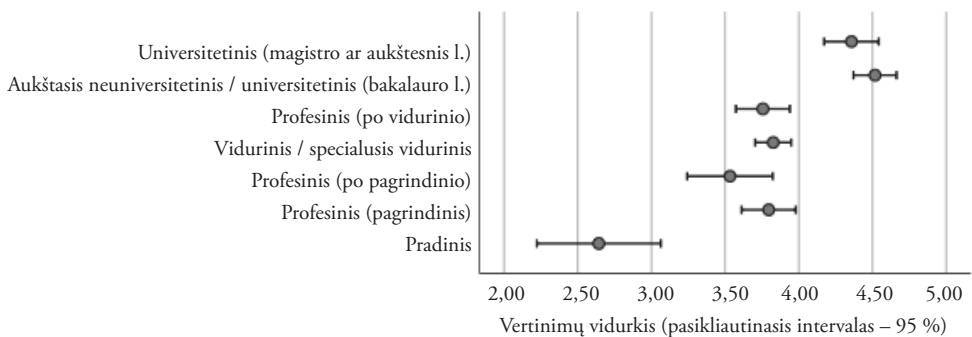


9 paveikslas. **Skirtingoms amžiaus grupėms priklausančių respondentų kūrybiškumo įsivertinimo vidurkiai Lietuvoje 2017 m.**

*Klausimas:* Kiek šis žmogus yra panašus ar nepanašus į Jus? Jam (jai) svarbu generuoti naujas idėjas ir būti kūrybingam. Jis (ji) mėgsta viską daryti savaip, originaliai (1 = visai nepanašus į mane, 2 = nepanašus į mane, 3 = truputį panašus į mane, 4 = gana panašus į mane, 5 = panašus į mane, 6 = labai panašus į mane).

Todėl verta atidžiau panagrinėti, koks gi yra save kūrybiškais laikančių Lietuvos gyventojų demografinis paveikslas? Kaip ir galima tikėtis, paralelės su vaizduotės ugdymo svarbos

vertinimus diferencijuojančiais veiksniais yra akivaizdžios. Vienas svarbiausių veiksnių ir šiuo atveju yra amžius ( $r = -0,304$ ): kiekvienos jaunesnės amžiaus grupės atstovai savo kūrybiškumą vertina labiau nei vyresni žmonės (žr. 9 paveikslą). Sunku spręsti, kiek tai susiję su amžiaus tarpsnių, o kiek – su kartų kaitos efektu, nes šis klausimas respondentams buvo užduotas tik 2017 metų tyrime. Savo kūrybiškumo vertinimams įtakos taip pat turi respondentų išsimokslinimas ir namų ūkio pajamos (žr. 10 ir 11 paveikslus; atitinkamai  $r = 0,218$  ir  $r = 0,235$ ). Tačiau visiškai nepasitvirtino kūrybinės klasės teorijos hipotezė, kad didmiesčių gyventojai laiko save kūrybiškesniais, o tai vėlgi gali būti siejama su anksčiau aptarta šalies administracinio suskirstymo problema. Tad tik kai kurie su kūrybine klase siejami demografiniai respondentų požymiai – išsimokslinimas ir pajamos – iš tiesų reikšmingai diferencijuoja kūrybiškais save laikančių žmonių pasiskirstymą (ir netgi labiau nei vaizduotės ugdymo svarbos vertinimus).

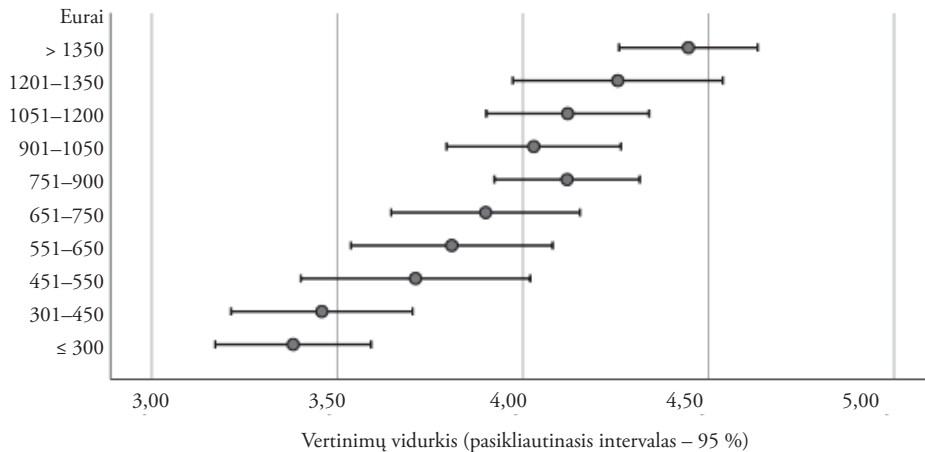


#### 10 paveikslas. Respondentų kūrybiškumo įsivertinimas pagal įgytą išsimokslinimą Lietuvoje 2017 m.

*Klausimas:* Kiek šis žmogus yra panašus ar nepanašus į Jus? Jam (jai) svarbu generuoti naujas idėjas ir būti kūrybingam. Jis (ji) mėgsta viską daryti savaip, originaliai (1 = visai nepanašus į mane, 2 = nepanašus į mane, 3 = truputį panašus į mane, 4 = gana panašus į mane, 5 = panašus į mane, 6 = labai panašus į mane).

Kadangi visi aptarti demografiniai veiksniai (amžius, išsimokslinimas, pajamų lygis, gyvenamosios vietos tipas) ir vaizduotės kaip ugdytinios savybės akcentavimas yra statistiškai reikšmingai susiję tarpusavyje, buvo sukurtas jų galimybių santykius su respondentų įsivertintu kūrybiškumu atskleidžiantis logistinės regresijos modelis. Jo rezultatai rodo, kad kontroliuojant kitų veiksnių įtaką, ne tik išsimokslinimo lygis ir amžius, bet ir gyvenamosios vietos tipas turi reikšmingą savarankišką įtaką įsivertintam kūrybiškumui, o namų ūkio pajamų ir vaizduotės ugdymo svarbos suvokimo įtaka tampa statistiškai nereikšminga. Iš modelio išėjus du pastaruosius kintamuosius, jo aiškinamoji geba faktiškai nesumažėja, o kitų nepriklausomų kintamųjų galimybių santykio koeficientai pasikeičia nereikšmingai: didesnis išsimokslinimas galimybę, kad žmogus laikys save kūrybingu, didina 1,18 karto, gyvenimas labiau urbanizuotoje vietoje – 1,11 karto, o jaunesnis amžius – 1,03 karto (regresijos rezultatai pateikti 3 lentelėje).

Tai reiškia, kad pagrindiniai kūrybiškumo veiksniai (jų svarbos tvarka) yra išsimokslinimas, gyvenamosios vietos tipas ir amžius, o kitų veiksnių – pajamų lygio, vaizduotės svarbos akcentavimo – kovariacija su kūrybiškumu yra nulėmta jų pačių sąsajų su šiais kintamaisiais.



11 paveikslas. **Respondentų kūrybiškumo įsivertinimas pagal namų ūkio pajamas Lietuvoje 2017 m.**

*Klausimas:* Kiek šis žmogus yra panašus ar nepanašus į Jus? Jam (jai) svarbu generuoti naujas idėjas ir būti kūrybingam. Jis (ji) mėgsta viską daryti savaip, originaliai (1 = visai nepanašus į mane, 2 = nepanašus į mane, 3 = truputį panašus į mane, 4 = gana panašus į mane, 5 = panašus į mane, 6 = labai panašus į mane).

3 lentelė. **Koreguotas dvinarės logistinės regresijos modelis**

	<b>B</b>	<b>S. E.</b>	<b>Wald</b>	<b>df</b>	<b>Sig.</b>	<b>Exp(B)</b>
Išsimokslinimas	0,162	0,036	20,033	1	0,000	1,175
Amžius_atvirkštinė skalė	0,030	0,003	80,845	1	0,000	1,031
Gyvenamosios vietos tipas	0,102	0,039	7,007	1	0,008	1,108
Constant	1,084	0,266	16,639	1	0,000	2,956

Pastaba. N = 1437.

Chi kvadratas 142,704; df = 3; p = 0,000.

Teisingo klasifikavimo procentas 66,8.

Nagelkerke = 0,130.

## Apibendrinimas

Vaizduotė ir kūrybiškumas yra unikalios žmogiškosios savybės, nepaklūstančios pasitelkus aukštąsias technologijas diegiamam įvairių užduočių vykdymo automatizavimui, todėl šiuolaikinėje visuomenėje jos tampa vis svarbesnės dėl jų vaidmens skatinant inovacijas ir gebėjimą prisitaikyti prie sparčiai kintančios aplinkos. Šių savybių svarbos didėjimas atspindi ne tik technologinius, bet ir plataus masto kultūrinius pokyčius šiuolaikinėje visuomenėje, siejamus su

saviraiškos ir savirealizacijos vertybinės orientacijos sustiprėjimu bei kūrybinės klasės formavimuisi. Tai patvirtina EVT duomenys, kurių analizė atskleidžia akivaizdžius kultūrinius skirtumus Europoje: vaizduotės kaip ugdytinos vaikų savybės svarba labiau akcentuojama Vakarų nei Rytų Europos šalyse, nors ši perskyra per tris pastaruosius dešimtmečius turi tendenciją silpnėti.

Kalbant apie Lietuvą, vaizduotės svarbos dinamika 1990–2008 metų laikotarpiu negali būti įvertinta vienprasmėškai, tačiau 2017 metais įvyksta ryškus lūžis – labai staigus šios nuostatos sustiprėjimas visuomenėje. Nepaisant jo, Europos kontekste Lietuva drauge su daugeliu kitų Rytų Europos šalių išlieka vaizduotę mažiausiai akcentuojanti visuomenė. Kalbant apie vaizduotę ir jos skatinamą kūrybiškumą kaip tam tikros kūrybinės klasės atributą, mūsų šalyje surinkti duomenys iš dalies patvirtina kūrybinės klasės teorijos prielaidas, nes kaip svarbiausi su asmenybės kūrybiškumu susiję sociodemografiniai rodikliai buvo identifikuoti išsismokslinimas, gyvenamosios vietos urbanizacijos lygis, amžius, profesinė veikla bei pajamos (kurie patys gali daryti vienas kitam ciklišką įtaką), iš kurių reikšmingiausi yra pirmieji trys. Pristatytas tyrimas taip pat parodo, kad vaizduotės svarbos didėjimas mūsų šalyje bent iš dalies pasireiškia kaip socialinių kartų kaitos rezultatas – jaunesnės kartos kūrybiškumui suteikia didesnę kultūrinę vertę, ir šiuo požiūriu ypač išsiskiria Pirmoji nepriklausomybės karta.

Stiprėjanti kūrybinė klasė gali didinti visuomenės pranašumą, skatindama inovacijas, tarpsritinį bendradarbiavimą, ekonominį vystymąsi, kultūrinę įvairovę ir skirdama daugiau dėmesio žmonių gyvenimo kokybės klausimams – socialiniams, politiniams ar aplinkosauginiams. Tačiau kadangi asmenybės kūrybiškumo ugdymo galimybės nemaža dalimi priklauso nuo kultūrinės ir socialinės aplinkos, kurioje ji bręsta, tai lemia kūrybinio potencialo vystymo netolygumus skirtingose visuomenės grupėse, o dėl to gal – ir grėsmes dėl naujų socialinių skirčių formavimosi: tiek gilėjančius regioninius skirtumus tarp kūrybiškumo centrų ir periferijų, tiek specifinių įgūdžių ar išsilavinimo stokojančių žmonių pasilikimą kūrybinės visuomenės užribyje. Čia reikšmingas vaidmuo tenka bendrojo lavinimo mokyklai, kuriai derėtų sparčiau vaduotis iš standartizuoto ugdymo ir pasiekimų vertinimo, dėmesį sutelkiančio į žinių ir faktų perteikimą, o ne į tyrinėjimą, potyrius, problemų sprendimą ir pakantumą klaidoms, kurie ugdo vaizduotę, intuityją, atvirumą naujoms idėjoms ir pokyčiams, drąsą rizikuoti. Žvelgiant į ateitį, kūrybiškumo kaip bendražmogiško įgūdžio, kurį galima ir būtina lavinti, mokymas turėtų būti kiekvieno mokomojo dalyko programos pamatinis principas, taip atskleidžiant platų jo raiškos ir pritaikomumo lauką. Visuomenės konkurencinio potencialo didinimui reikalingas deramas kūrybiškumo svarbos ateities pasaulyje suvokimas, pakankamas dėmesys jo ugdymui (kad ir kokio pobūdžio būtų veikla) ir jam palankios kultūrinės aplinkos puoselėjimas.

Neišvengiama, kad ateityje diskusijos apie kūrybiškumą intensyvės, prisitaikydamos prie technologinių, kultūros, švietimo ir visuomenės vertybių pokyčių. Tikėtina, kad toliau tobulėjant technologijoms dėmesio centre atsiders jau dabar nemažai diskusijų keliantis dirbtinio intelekto kūrybiškumo potencialo klausimas, tačiau siekiant į jį atsakyti pirmiausia reikia sutarimo dėl pačios kūrybiškumo sampratos ir atitinkamai – naujų kūrybiškumo vertinimo standartų.

## Literatūra

- Abra, Jock. 1989. „Changes in Creativity with Age: Data, Explanations, and Further Predictions“, *The International Journal of Aging and Human Development* 28 (2): 105–126. <https://doi.org/10.2190/E0YT-K1YQ-3T2T-Y3EQ>
- Albert, Robert S. 1969. „Genius: Present-day Status of the Concept and Its Implications for the Study of Creativity and Giftedness“, *American Psychologist* 24 (8): 743–753. <https://doi.org/10.1037/h0027996>
- Amabile, Teresa M.; Goldfarb, Phyllis; Brackfield, Shereen C. 1990. „Social Influences on Creativity: Evaluation, Coaction, and Surveillance“, *Creativity Research Journal* 3 (1): 6–21. <https://doi.org/10.1080/10400419009534330>
- Amabile, Teresa M. 2011. *Componential Theory of Creativity*. Boston, MA: Harvard Business School.
- Audi, Robert. 2018. „Creativity, Imagination and Intellectual Virtue“ in Berys Gaut and Matthew Kieran (eds.) *Creativity and Philosophy*. London: Routledge: 25–41. <https://doi.org/10.4324/9781351199797-2>
- Baehr, Jason. 2018. „Intellectual Creativity“ in Berys Gaut and Matthew Kieran (eds.) *Creativity and Philosophy*. London: Routledge: 42–59. <https://doi.org/10.4324/9781351199797-3>
- Balundė, Audra; Grakauskaitė-Karkockienė, Daiva. 2014. „Meninio profilio studentų kūrybiškumo ir gimimo eilės sąsajos“, *Ugdymo psichologija* 25: 62–73. <https://doi.org/10.15823/up.2014.05>
- Baranauskienė, Viktorija. 2019. „Kaimiškų teritorijų identifikavimo problema: Lietuvos seniūnijų atvejis“, *Geografijos metraštis* 52: 55–72. <https://doi.org/10.5200/GM.2019.4>
- Barron, Frank. 1995. *No Rootless Flower: An Ecology of Creativity*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Becker, Howard Saul. 1982. *Art Worlds*. Los Angeles: University of California Press.
- Beresnevičius, Gediminas. 2010. *Kūrybiškumo ir kūrybinio mąstymo edukacinės dimensijos. Daktaro disertacija*. Šiauliai: Šiaulių universitetas.
- Beresnevičius, Gediminas. 2022. „Kūrybiškumo ir kūrybingumo sąvokų Lietuvos autorių mokslinėse publikacijose vertosena bei prasmių analizė“, *Psichologija* 68: 8–20. <https://doi.org/10.15388/Psichol.2022.48>
- Boden, Margaret A. 2004. *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203508527>
- Burneika, Donatas; Ubarevičienė, Rūta; Valatka, Vytautas; Baranauskaitė, Aušra; Pociūtė-Sereikienė, Gintarė; Daugirdas, Vidmantas; Krupickaitė, Dovilė. 2017. *Lietuvos metropoliniai regionai. Gyventojų erdvinė diferenciacija XXI a. pradžioje*. Vilnius: Lietuvos socialinių tyrimų centras.
- Ceci, Michael W.; Kumar, V. K. 2016. „A Correlational Study of Creativity, Happiness, Motivation, and Stress from Creative Pursuits“, *Journal of Happiness Studies* 17: 609–626. <https://doi.org/10.1007/s10902-015-9615-y>
- Cerisola, Silvia. 2019. *Cultural Heritage, Creativity and Economic Development*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Collins, Randal. 1998. *The Sociology of Philosophies. A Global Theory of Intellectual Change*. Belknap: Harvard University Press.
- Collins, Randall. 2005. *Interaction Ritual Chains*. Princeton: Princeton University Press.
- Conner, Tamlin S.; DeYoung, Colin G.; Silvia, Paul J. 2018. „Everyday Creative Activity as a Path to Flourishing“, *The Journal of Positive Psychology* 13: 181–189. <https://doi.org/10.1080/17439760.2016.1257049>
- Cox, Catharine Morris. 1926. *Genetic Studies of Genius: Vol. 2. The Early Mental Traits of Three Hundred Geniuses*. Stanford: Stanford University Press.
- Csikszentmihalyi, Mihaly. 1996. *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Perennial.

- Daujotytė, Viktorija. 2010. „Kūrybingumas ir kūrybiškumo atpažinimas“, *Mokslo Lietuva: Lietuvos mokslininkų laikraštis* 3 (425): 1–2.
- Feist, Gregory J. 1999. „Personality in Scientific and Artistic Creativity“ in Robert J. Sternberg (ed.) *Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press: 273–296. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807916.016>
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class – and How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Perseus Book Group.
- Gardner, Howard E. 2000. *Intelligence Reframed: Multiple Intelligences for the 21st Century*. New York: Basic Books.
- Girdzijauskienė, Rūta. 2012. „Kūrybiškumui ugdyti palanki aplinka Lietuvos mokyklose“, *Tiltai* 4: 79–91.
- Glăveanu, Vlad Petre (ed.). 2016. *The Palgrave Handbook of Creativity and Culture Research*. London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-46344-9>
- Gonzales, Marí Angeles; Campos, Alfredo; Pérez, María José. 1997. „Mental Imagery and Creative Thinking“, *Journal of Psychology* 13 (4): 357–364. <https://doi.org/10.1080/00223989709603521>
- Grakauskaitė-Karkockienė, Daiva. 2016. „Mokytojų kūrybiškumo raiškos specifiniai ypatumai ir jų reikšmė edukacijos procese“, *Pedagogika* 121 (1): 5–22. <https://doi.org/10.15823/p.2016.01>
- Greffé, Xavier. 2016. „From Culture to Creativity and the Creative Economy: A New Agenda for Cultural Economics“, *City, Culture and Society* 7 (2): 71–74. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2015.12.008>
- Guilford, Joy Paul. 1950. „Creativity“, *American Psychologist* 5: 444–454. <https://doi.org/10.1037/h0063487>
- Helson, Ravenna. 1996. „In Search of the Creative Personality“, *Creativity Research Journal* 9: 295–306. [https://doi.org/10.1207/s15326934crj0904\\_1](https://doi.org/10.1207/s15326934crj0904_1)
- Hemlin, Sven; Allwood, Carl Martin; Martin, Ben R. 2008. „Creative Knowledge Environments“, *Creativity Research Journal* 20 (2): 196–210. <https://doi.org/10.1080/10400410802060018>
- Hertzmann, Aaron. 2018. „Can Computers Create Art?“, *Arts* 7 (2): 18. <https://doi.org/10.3390/arts7020018>
- Hofstede, Geert. 2001. *Culture’s Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. London: Sage Publications.
- Howe, Neil; Strauss, William. 1991. *Generations: The History of America’s Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company.
- Howkins, John. 2007. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Howkins, John. 2010. *Creative Ecologies: Where Thinking Is a Proper Job*. London: Transaction Publishers. <https://doi.org/10.4324/9780203794463>
- Inglehart, Ronald; Welzel, Christian. 2005. *Modernization, Cultural Change, and Democracy. The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790881>
- Kaufman, James C.; Beghetto, Ronald A. 2009. „Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity“, *Review of General Psychology* 13: 1–12. <https://doi.org/10.1037/a0013688>
- Kharkhurin, Anatolij V.; Samadpour Motalleebi, Shirin N. 2008. „The Impact of Culture on the Creative Potential of American, Russian, and Iranian College Students“, *Creativity Research Journal* 20: 404–411. <https://doi.org/10.1080/10400410802391835>
- Kwan, Letty Y.-Y.; Leung, Angela K.-y.; Liou, Shyhnan. 2018. „Culture, Creativity, and Innovation“, *Journal of Cross-Cultural Psychology* 49 (2): 165–170. <https://doi.org/10.1177/0022022117753306>
- Lazzeretti, Luciana (ed.). 2013. *Creative Industries and Innovation in Europe. Concepts, Measures and Comparative Case Studies*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203112571>
- Leadbeater, Charles. 2008. *We-Think: The Power of Mass Creativity*. London: Profile Books.



- Lubart, Todd I. 1990. „Creativity and Cross-Cultural Variation“, *International Journal of Psychology* 25: 39–59. <https://doi.org/10.1080/00207599008246813>
- Lubart, Todd I. 2010. „Cross-Cultural Perspectives on Creativity“ in James C. Kaufman and Robert J. Sternberg (eds.) *The Cambridge Handbook of Creativity*. New York: Cambridge University Press: 265–278. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511763205.017>
- MacKinnon, Donald W. 1970. „The Personality Correlates of Creativity: A Study of American Architects“ in Philip E. Vernon (ed.) *Creativity*. Harmondsworth: Penguin: 289–311.
- Mannheim, Karl. 1952 [1923]. „The Problem of Generations“ in Paul Kecskemeti (ed.) *Essays on the Sociology of Knowledge*. London: Routledge & Kegan Paul: 276–322.
- Miller, Arthur I. 2019. *The Artist in the Machine: The World of AI-powered Creativity*. London: The MIT Press.
- Pink, Daniel H. 2005. *A Whole New Mind: Moving from the Information Age to the Conceptual Age*. New York: Riverhead Books.
- Poláková, Michaela; Suleimanová, Juliet Horváthová; Madzík, Peter; Copuš, Lukáš; Molnárová, Ivana; Polednová, Jana. 2023. „Soft Skills and Their Importance in the Labour Market Under the Conditions of Industry 5.0“, *Heliyon* 9 (8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e18670>
- Pölönen, Perttu. 2021. *Future Skills*. New Jersey: Viva Editions.
- Reckwitz, Andreas. 2017. *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New*. Cambridge: Polity Press.
- Richards, Ruth. 2007. „Everyday Creativity: Our Hidden Potential“ in Ruth Richards (ed.) *Everyday Creativity and New Views of Human Nature: Psychological, Social, and Spiritual Perspectives*. Washington: American Psychological Association: 25–53. <https://doi.org/10.1037/11595-001>
- Rindermann, Heiner; Thompson, James. 2011. „Cognitive Capitalism: The Effect of Cognitive Ability on Wealth, as Mediated Through Scientific Achievement and Economic Freedom“, *Psychological Science* 22 (6): 754–763. <https://doi.org/10.1177/0956797611407207>
- Runco, Mark A. 2004. „Personal Creativity and Culture“ in Sing Lau, Anna N. N. Hui and Grace Y. C. Ng (eds.) *Creativity: When East Meets West*. Singapore: World Scientific Publishing: 9–21. [https://doi.org/10.1142/9789812567192\\_0002](https://doi.org/10.1142/9789812567192_0002)
- Runco, Mark A. 2007. *Creativity: Theories, Themes, and Issues*. San Diego, CA: Academic Press.
- Samašonok, Kristina; Petruelytė, Ala; Straškienė, Giedrė. 2018. „Meninio, socialinio ir technologijos mokslų studijų srities studentų kūrybiškumo ypatumai“, *Mokslas ir edukaciniai procesai* 2 (27): 33–43.
- Sawyer, R. Keith. 2006. *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Schwartz, Shalom H. 1992. „Universals in the Content and Structure of Values: Theory and Empirical Tests in 20 Countries“, *Advances in Experimental Social Psychology* 25: 1–65. [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, Shalom H.; Melech, Gila; Lehmann, Arielle; Burgess, Steven; Harris, Mari; Owens, Vicki. 2001. „Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement“, *Journal of Cross-Cultural Psychology* 32: 519–542. <https://doi.org/10.1177/0022022101032005001>
- Simonton, Dean Keith. 1975. „Age and Literary Creativity: A Cross-Cultural and Transhistorical Survey“, *Journal of Cross-Cultural Psychology* 6: 259–277. <https://doi.org/10.1177/002202217563001>
- Simonton, Dean Keith. 1988. „Age and Outstanding Achievement: What Do We Know After a Century of Research?“, *Psychological Bulletin* 104 (2): 251–267. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.104.2.251>
- Simonton, Dean Keith. 2003. „Creative Cultures, Nations, and Civilizations: Strategies and Re-



- sults“ in Paul B. Paulus and Bernard A. Nijstad (eds.) *Group Creativity: Innovation Through Collaboration*. New York: Oxford University Press: 304–325. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195147308.003.0014>
- Stein, Morris I. 1953. „Creativity and Culture“, *The Journal of Psychology* 36: 311–322. <https://doi.org/10.1080/00223980.1953.9712897>
- Stephensen, Jan Løhmann. 2022. „Artificial Creativity: Beyond the Human, or Beyond Definition?“, *Transformations* 36: 19–37.
- Sternberg, Robert J.; Lubart, Todd I. 1993. „Investing in Creativity“, *Psychological Inquiry: An International Journal for the Advancement of Psychological Theory* 4 (3): 229–232. [https://doi.org/10.1207/s15327965pli0403\\_16](https://doi.org/10.1207/s15327965pli0403_16)
- Tamannaefar, Mohammad Reza; Motaghedifard, Mahshad. 2014. „Subjective Well-being and Its Subscales Among Students: The Study of Role of Creativity and Self-efficacy“, *Thinking Skills and Creativity* 12: 37–42. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2013.12.003>
- Wellner, Galit. 2018. „Posthuman Imagination: From Modernity to Augmented Reality“, *Journal of Posthuman Studies* 2 (1): 45–66. <https://doi.org/10.5325/jpoststud.2.1.0045>
- Witt, L. Alan; Beorkrem, Mark N. 1989. „Climate for Creative Productivity as a Predictor of Research Usefulness and Organizational Effectiveness in an R&D Organization“, *Creativity Research Journal* 2 (1–2): 30–40. <https://doi.org/10.1080/10400418909534298>
- Zilinskiene, Laima; Ilic, Melanie (eds.). 2022. *Soviet and Post-Soviet Lithuania – Generational Experiences*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003023050>