

La créativité [Creativity]

Constant Bonard* & Jerrold Levinson**

*Swiss Center for Affective Sciences & University of Geneva. Contact : constant.bonard@unige.ch.

** University of Maryland, College Park.

Abstract:

Creativity is nowadays used to predicate many different sorts of things. Although in philosophy it is mostly discussed with respect to the arts, one can talk about it in sciences, sports, entrepreneurship, politics, pedagogy, or in more mundane situations as with culinary or humorous creativity. In what sense are all these forms of creativity alike? What is it that makes them valuable as such? How does creativity differ from close-by parents like originality, inventiveness, or intelligence? The purpose of this entry is (i) to answer such questions by analyzing philosophical and psychological studies on creativity and (ii) to give a characterization of what creativity really is.

Forthcoming in *Dictionnaire des valeurs*, Editions d'Ithaque, Paris. Do not cite this pre-print version.

Texte à paraître dans *Dictionnaire des valeurs*, Editions d'Ithaque, Paris. Ne pas citer cette version.

0. Introduction

La créativité est une valeur aujourd'hui abondamment conférée à des objets fort divers. Ainsi, bien qu'elle soit principalement discutée dans le domaine de l'art, on en parle souvent à propos des sciences, du sport, de l'entrepreneuriat, de la politique, de la pédagogie ou encore de situations plus ordinaires, telles que la créativité culinaire ou humoristique. En quoi ces diverses formes de créativité se ressemblent-elles ? Qu'est-ce qui fait leur valeur et en quoi se distinguent-elles de proches parentes comme l'originalité, l'inventivité ou l'intelligence ?

1. Composants de la créativité

Une caractérisation générale de la créativité met en avant trois aspects. Premièrement, la créativité est la valeur d'une création, production ou invention (l'action créatrice) intentionnelle. Deuxièmement, elle doit être à la fois nouvelle, originale ou inédite ainsi que pertinente, utile* ou valorisée au sein du domaine auquel elle est considérée appartenir. Troisièmement, la créativité peut également devenir la valeur d'un objet créé ou la qualité d'un créateur. (Cette description est en partie inspirée par [Boden, 2004 ; Gardner, 2001 ; Gaut, 2010 ; Mumford, 2003].)

Quant au dernier point, notons que la créativité peut avoir trois porteurs : premièrement une action créatrice, deuxièmement son objet créé et troisièmement, en tant que qualité, une personne. Ces trois porteurs jouissent d'une certaine indépendance les uns vis-à-vis des autres. Ainsi, une action créatrice, comme utiliser un rouleau compresseur pour peindre, peut être créative sans que l'objet créé le soit, par exemple, parce que la toile a ainsi été détruite. Par ailleurs, il est possible que Sam, dont on ne peut pas dire que la créativité fasse partie de ses qualités, puisse, pour une fois, faire preuve de créativité dans une décoration de table et cela à la fois dans sa conception (c'est-à-dire dans l'action créatrice) et dans le résultat (c'est-à-dire dans l'objet créé). En d'autres termes, quelqu'un qui n'a pas la qualité d'être créatif en tant que personne peut l'être de façon momentanée, tout comme quelqu'un qui n'est pas sot peut faire une sottise. Ainsi, lorsque la créativité s'attache au premier porteur mentionné (l'action créatrice), cela n'implique ni que le deuxième type de porteur (l'objet créé, par exemple le tableau écrasé par le rouleau compresseur) ni que le troisième (la personne, par exemple Sam) soient également créatifs.

Il existe toutefois des relations de dépendance existentielle entre ces porteurs : bien qu'il ne conviendrait pas de dire de Sam qu'il est une personne créative, il doit forcément avoir été créatif s'il a su élaborer une décoration créative ; *avoir été* créatif (l'action créatrice) n'implique pas d'*être* créatif (la qualité d'une personne), mais si quelque chose est créatif alors quelqu'un a été créatif. En d'autres termes, il n'y a pas d'objet créatif sans création dénuée de créativité. (« Création », mot ambigu, est ici entendue comme le processus menant à un objet créé, c'est-à-dire comme une action créatrice, et ne se réfère pas à un objet créé. Notons également qu'« action » est ici entendue en un sens large : les actions mentales, comme élaborer un plan, en faisant partie.) D'autre part, bien qu'il semble acceptable de dire qu'une personne est créative même si elle ne produit pas d'objet créatif, il semblerait pour le moins étrange d'attribuer la qualité de créativité à une personne qui n'aurait jamais produit ne serait-ce qu'une idée de création, c'est-à-dire qui n'aurait jamais été l'agent d'une action créatrice. Par exemple, même si l'on avait systématiquement empêché Beethoven de créer quoi que ce soit après ses trente ans, il n'aurait, semble-t-il, pas cessé d'être une personne créative pour autant — étant donné qu'il aurait sans doute gardé la forte potentialité de créativité qui faisait sa qualité —, mais si on l'avait lobotomisé pour l'empêcher d'avoir la moindre idée de création, il semble bien qu'il aurait alors cessé d'être une personne créative. Ainsi, il semble que si le deuxième porteur mentionné (un objet créé) ou le troisième (une personne) fait preuve de créativité, alors il doit exister au préalable une action créatrice qui est elle-même créative. Rappelons que cette action peut néanmoins être aussi modique que le simple acte mental d'élaborer un plan. Toutefois, par ailleurs, si une personne a la qualité d'être créative, cela ne veut pas dire qu'il existe nécessairement d'objet créé qui le soit (comme dans le cas où l'on empêche Beethoven de créer).

L'action créatrice — *a minima* l'action mentale —, premier constituant de la description ci-dessus, serait donc essentielle à la créativité et impliquée par les deux autres porteurs, lesquels ne sont pas essentiels à toute créativité.

Par ailleurs, en rapport avec le premier point de la caractérisation ci-dessus, si le sujet crée sans intention (par exemple en tant que somnambule), on ne qualifiera pas sa production de créative. C'est aussi pour cette raison, semble-t-il, qu'on se refuserait d'accorder cette valeur aux productions d'un ordinateur (bien qu'on pourrait qualifier de créatif le créateur du programme informatique). Ainsi, il semble donc nécessaire qu'il y ait une certaine *intention* entrant en jeu, au sens de volonté consciente. (Notons en passant que, pour de nombreux philosophes, l'intention est partie intégrante de l'action ; selon ce point de vue, la qualité intentionnelle de l'action créatrice serait donc redondante.)

Toute création intentionnelle n'est pas pour autant créative. Il faut, entre autres, qu'elle possède un élément de *nouveauté*, *d'inédit* ou *d'originalité*. Cela fait partie du deuxième point de la caractérisation ci-dessus. Mais cela ne suffit pas non plus à la créativité. Un graffiti peut faire preuve de nouveauté, une composition peut être inédite et l'élaboration d'une théorie originale, sans pour autant que ces objets soient créatifs. Il faut encore que cette création possède un certain *intérêt*, une certaine *pertinence*, une certaine *valeur* en tant qu'innovation : ainsi les graffitis de Jean-Michel Basquiat, par leur à-propos dans le milieu de l'art de l'époque, sont généralement considérés comme créatifs, ce qui n'est pas nécessairement le cas de toutes les inscriptions murales de cette sorte, même quand ces dernières font preuve de nouveauté. Autre exemple : une mélodie écrite en se basant sur le hasard peut être tout à fait inédite et manquer complètement de créativité, mais celles qu'a élaborées John Cage dans *Music of Changes* furent créatives par, entre autres, la cohérence et le discernement des raisons ayant amené le musicien au développement de processus aléatoires dans la musique contemporaine. Enfin, il me semble que le personnage du *Malade imaginaire* ayant établi l'hypothèse selon laquelle l'opium fait dormir en raison de sa *virtus dormativa*, certes, fait preuve d'originalité mais pas de créativité ; contrairement à la théorie de la relativité générale, cette hypothèse manque tout à fait de pertinence en tant que théorie scientifique (elle est toutefois créative en tant que plaisanterie ; Molière, contrairement à son personnage, a fait preuve de créativité en l'élaborant).

Pour qu'il y ait créativité, il faut donc qu'il y ait une possibilité d'innovation. Or cette caractéristique requiert non seulement une création, mais également, dernier point de la caractérisation ci-dessus, un *domaine*, c'est-à-dire un ensemble de créations regroupées par une certaine filiation historique, telle une tradition*, qui puisse fonctionner comme point de comparaison quant à la plus ou moins grande innovation de l'objet évalué. Ainsi, d'un point de vue épistémologique, si nous ne connaissons pas l'origine de la création, nous ne pouvons juger de sa créativité : une copie parfaite des *Demoiselles d'Avignon* ne sera pas créative, bien que la peinture de Picasso, identique par son apparence, le soit à un haut degré. Qui plus est, d'un point de vue ontologique également, la créativité dépend du domaine

historique auquel la création appartient. Au sein du domaine de la représentation picturale occidentale, *Les Demoiselles d'Avignon* est un tableau créatif en vertu des moyens d'expression picturaux qu'il applique (utilisation de différentes perspectives, transformation des visages en sortes de masques africains, amplification des techniques cézaniennes, etc.), mais ne possède aucune créativité quant à son médium, à savoir la peinture à l'huile sur toile.

2. Créativité psychologique, historique et minimale

La relation entre la créativité d'un objet et le domaine auquel il appartient n'est pas aussi simple que cela puisse paraître dans l'exemple des *Demoiselles d'Avignon*. Pour illustrer cela, prenons comme exemple la première peinture jamais réalisée. Son élaboration aura certes été créative par rapport aux autres formes d'activités humaines la précédant, mais il semble que cette relation historique ne soit pas suffisante pour expliquer en quoi la peinture en question est créative : la relation doit, en quelque sorte, passer par les *connaissances* du sujet l'ayant réalisée. Ainsi, si quelqu'un recréait cette même peinture aujourd'hui en la copiant, cette dernière ne serait pas créative. Toutefois, si c'était le membre d'une communauté depuis toujours isolée sur une île déserte qui réinventait par lui-même l'art pictural en recréant, par hasard, la même peinture, ne dirions-nous pas qu'il a fait preuve d'autant de créativité que celui qui a historiquement fait la première peinture ? Il semble que cela soit le cas. La raison est que, comme cela a déjà été évoqué, la création, pour être créative, doit être non seulement intentionnelle, mais le type d'intention en question détermine en partie la créativité.

Cela ne signifie pas que le créateur, pour qu'il fasse preuve de créativité, doive nécessairement avoir l'intention d'être créatif. Ainsi, il est probable que Mozart, en composant le thème de sa 38^e symphonie, ait eu l'intention, d'une part, d'exprimer certaines émotions et, d'autre part, de rester dans les canons de beauté de ce genre de musique et qu'il n'ait en rien voulu être créatif, original ou innovant. Il ne fait toutefois aucun doute qu'il ait fait preuve de créativité dans cette composition. L'action créatrice, pour être créative, ne requiert pas d'avoir pour but la créativité, mais semble toutefois posséder certaines particularités quant à sa composante intentionnelle, dont les suivantes.

En effet, les actions intentionnelles sont téléologiques dans le sens où le sujet qui les accomplit vise un but. Une action créative est téléologique d'une façon particulière en cela que le but ne peut jamais être tout à fait déterminé : si le processus pour faire quelque chose est créatif, alors le sujet ne peut connaître la finalité de ce processus, car s'il connaît cette finalité, le sujet aura déjà été créatif [Gaut, 2010]. Ainsi, le membre de la communauté isolée et l'homme préhistorique ont fait preuve d'une grande créativité en partie parce que le but de leur intention créatrice ne pouvait pas être clairement défini, contrairement au cas de copie.

À ce sujet, on peut distinguer la créativité psychologique (P-créativité) et la créativité historique (H-créativité) [Boden, 2004]. On parle de H-créativité lorsque ce qui est créatif est une innovation

historique (la première peinture, la première fois que quelqu'un a fait du feu, l'invention de l'imprimante), alors qu'il suffit qu'une chose soit innovante dans la vie d'un individu pour être P-créative (la première fois qu'un enfant dessine un lion avec des ailes, la première fois qu'on a l'idée de se faire porter malade pour ne pas aller à l'école). La H-créativité est ainsi un cas spécial de P-créativité. Cette distinction repose sur une différenciation de domaine de comparaison ; la P-créativité étant innovante vis-à-vis d'un domaine personnel mais pas nécessairement historique (historique est ici à prendre dans un sens absolu, du Big Bang à maintenant, et non pas seulement comme ce qui est connu des historiens).

La créativité historique touche souvent à l'extrême supérieur du spectre de la créativité, et c'est souvent ces sommets qui sont discutés à propos de cette valeur. On peut toutefois également se demander en quoi consiste l'autre extrême de ce spectre, que l'on pourrait appeler la créativité minimale.

Les moustiques ne font certainement pas preuve de créativité, mais on pourrait se demander si l'on peut l'attribuer, dans une version très modique, aux oiseaux utilisant les voitures pour écraser la coque de leurs noix ou aux singes prouvant leur capacité à trouver par eux-mêmes la solution à des problèmes jusque-là trop ardu.

Il y a toutefois des raisons de croire que ce ne sont pas là d'authentiques cas de créativité, mais plutôt des preuves d'intelligence. Ces exemples animaliers ne possèdent en effet pas l'aspect du *mode de pensée divergent*, qui est, selon de nombreux psychologues, un trait distinguant créativité et intelligence [Gardner, 2001, 42-43]. Une façon de le présenter est la suivante. Les sujets atteignant un bon score aux tests d'intelligence ont tendance à converger dans leurs réponses : étant donné un problème, un puzzle ou une énigme, ils donnent souvent la même solution, celle qui est considérée comme correcte. Au contraire, pour atteindre un score supérieur aux tests de créativité, les résultats doivent être différents de la façon conventionnelle de penser et, si possible, uniques. Ces tests peuvent par exemple se baser sur le nombre de manières d'utiliser une brique dans une situation donnée ou encore sur l'éventail de titres possibles trouvés pour un texte. Cette distinction en tête, il semble en effet plus adéquat de qualifier les singes et les oiseaux mentionnés d'intelligents plutôt que de créatifs.

Un candidat plus plausible au rang de créativité minimale serait les enfants inventant des histoires avec leur poupée, confectionnant des tartes avec de la pâte à modeler ou utilisant une banane pour imiter un adulte au téléphone. En effet, quand les enfants jouent à faire semblant, ils se rapprochent de cas typiques de créativité littéraire : ils créent des histoires originales et souvent très inventives, font preuve d'imagination et poussent très loin des suppositions qu'ils savent irréelles. Notons, en passant, que, comme ces jeux de faire-semblant sont observés chez tout enfant normal dès l'âge de huit mois, la créativité minimale peut, comme la capacité de parler ou de rire, être considérée comme un universel chez l'humain et même comme une capacité spécifique à cette espèce [Carruthers, 2002]. Il ne s'agit pas ici de traiter de toutes les facettes de la créativité, mais mentionnons en passant certains aspects

importants absents de cette entrée. Pour un éventail d'autres problèmes philosophiques liés à la créativité, voir l'article de Gaut [2010] et ceux regroupés par Gaut et Livingston [2003]. Pour des considérations psychologiques, notamment sur la valeur **intrinsèque** que possède l'expérience créatrice d'un point de vue phénoménologique, le *flow* artistique censé expliquer en partie la motivation des créateurs, voir l'excellent livre de Gardner [2001]. Dans un autre genre, l'ouvrage devenu classique de Tatariewicz *A History of Six Ideas* propose une histoire du terme « créativité », de Platon au XX^e siècle, laquelle est fort intéressante, pertinente et fertile pour toute recherche sur cette valeur.

3. Conclusion

Bien que, durant la grande majorité de l'histoire occidentale, la créativité n'ait pas été reconnue comme une valeur importante, jusqu'à être tout à fait ignorée, on considère aujourd'hui qu'elle joue un rôle central dans certains domaines, et en particulier dans l'art. Ainsi, si l'idéal de l'art a été l'imitation durant la période classique et l'expression pendant le romantisme, il est aujourd'hui commun de considérer la créativité comme une valeur alternative essentielle à la production artistique. Il est également intéressant de noter que cette valorisation grandissante dans les domaines artistiques — certainement liée, entre autres, à la montée de l'art conceptuel, au développement de certaines technologies comme la photographie, à la popularisation des médias artistiques, à la démocratisation du statut d'artiste ainsi qu'à une certaine dévalorisation des prouesses techniques — a également été suivie d'un intérêt grandissant pour cette valeur dans d'autres domaines, tels que la science ou l'entrepreneuriat, attestant peut-être d'un besoin de démarcation de plus en plus présent dans tous les domaines de notre société.

4. Bibliographie

BODEN M., 2004. *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*, London, Routledge.

CARRUTHERS P., 2002. « Human Creativity: Its Cognitive Basis, its Evolution and its Connections with Childhood Pretence », *British Journal for the Philosophy of Science* 53, 2, 225-249.

GARDNER H., 2001. *Les formes de la créativité*, Éditions Odile Jacob, Paris.

GAUT B., 2010, « The Philosophy of Creativity », *Philosophy Compass* 5, 12, 1034-1046.

GAUT B., LIVINGSTON P. (eds.), 2003. *The Creation of Art: New Essays in Philosophical Aesthetics*, Cambridge University Press, Cambridge.

MUMFORD M. D., 2003. « Where Have We Been, Where Are We Going? Taking Stock in Creativity Research », *Creativity Research Journal* 15, 107-120.

TATARKIEWICZ W., 1980. *A History of Six Ideas*, Polish Scientific Publishers, Warszawa.