

What should geography be in the 21st Century? Creative!

Aká by mala byť Geografia v 21. storočí? Kreativná!

Ivan ANDRÁŠKO

Masarykova univerzita, Geografický ústav SAV, geoganry@mail.muni.cz, geoganry@savba.sk

Abstract

The paper can be considered a direct reaction to the heading of the conference „Geography for life in 21st century“. The key topic of the paper is the creativity of thinking and research approaches in geography, perceived by the author as one of the most determining aspects of the discipline's future.

Keywords: creativity, geography, research

Kľúčové slová: kreativita, geografia, výskum

Predkladaný príspevok je v prvom rade úvahou týkajúcou sa nosnej témy konferencie „Geografia pre život v 21. storočí“. Napriek tomu nejde o výstup vytvorený len z dôvodu konania danej konferencie. Naopak, táto udalosť mi poslúžila najmä ako „zámienka“ pre zhromaždenie niekoľkých, dlhšiu dobu odkladných poznámok. Ako to už občas býva, ukázalo sa, že ich sumarizácia bude v tomto prípade náročnejšia, ako sa mohlo zdať. Výsledok sa teda žiaľ nezhoduje s pôvodnou predstavou, napriek tomu je možné ho vnímať ako jeden z prvých pokusov aspoň skromne prispieť do diskusie týkajúcej sa súčasného stavu a najmä možností smerovania geografie v budúcnosti.

Aká by teda mala byť geografia v 21. storočí? Komplexná, fyzická, humánna, sociálna, aplikovaná, regionálna (či „rekonštruovaná“ regionálna), idiografická, nomotetická,...? Domnievam sa, že vzhľadom na rôzne uhly pohľadu môžu byť v podstate všetky odpovede správne. Doplním ešte jednu odpoveď, vlastnú: geografia by v 21. storočí mala byť kreatívna. Hoci tento názor vyznieva vzhľadom na tvorivosť „prirodzene“ obsiahnutú vo vedeckej práci triviálne, pokúsím sa aspoň v stručnosti naznačiť, čo ma k nemu vedie.

Niektoré metageograficky orientované príspevky, ktoré som mal v poslednej dobe možnosť si prečítať (napr. Matlovič 2006 a 2007, Paulov 2006, Hynek 2008, Sýkora 2008 a ďalší) môžu na prvý pohľad vytvárať dojem, že súčasná geografia je v prvom rade „uzlíkom“ problémov, dilem a dichotómií. Napriek tomu, že L. Sýkora (2008) súvisiacu diskusiu do istej miery „upokojuje“, zostáva v čitateľovi vyššie uvádzaných príspevkov pocit akejsi neurčitosti. Je situácia geografie vzhľadom na jej zameranie, zázemie, jej „tmel“ (ako uvádza R. Matlovič (2006)) naozaj tak „zložitá“, alebo sme skrátka len dospeli do situácie, kedy, obrazne povedané, pre stromy nevidíme les?

Ako odchovanec „mičianovskej školy“ akceptujem dva základné aspekty, ktoré podľa môjho názoru robia (okrem iného) geografiu – je to (prioritne) aspekt priestorovosti a (sekundárne) aspekt syntetickosti. Ak tieto dva aspekty považujem za pevný a určujúci (a logický) základ, zvyšok toho čo geografiu utvára (a čo utvára geografia!) je naprosto „otvorený“ - okrem iného i novým myšlienkam, resp. čo najväčšej produkcii nových myšlienok a poznatkov - je otvorený kreativite (hoci tento názor iste pôsobí ako značná simplifikácia, občas je potrebné veci povedať oveľa jednoduchšie a stručnejšie, ako by si boli zaslúžili). Ako by sme teda mohli nazerať na problematiku kreativity a jej význam pre geografiu?

Termín kreativita pochádza z latinského slova „creare“ - tvoriť, plodiť, stvoriť, tvorivosť a pod. (Tóthová 2006). Výkladový slovník na stránkach Kognitívneho serveru Univerzity Hradec Králové definuje kreativitu ako schopnosť takých kognitívnych procesov, ktoré vedú k novým riešeniam, mentálnym modelom, hypotézam, teda k vytváraniu nových myšlienok, inovácií... Kreativita je podľa tohto zdroja zároveň jednou z podmienok úspešnej vedeckej práce (<http://fim.uhk.cz/cogn/?Module=dictionary>, 27. 8. 2010). Hoci existuje celá rada definícií kreativity, túto som zvolil zámerne vzhľadom na poslednú vetu v nej, odkazujúcu na to, prečo považujem aj na pôde geografie za osožné sa kreativitou zaoberať. Názor, že kreativita je jednou z podmienok úspešnej vedeckej práce zároveň môžeme prepojiť s ďalším (i keď diskutabilným) názorom, podľa ktorého „v doterajšej histórii ľudstva bola najviac cenenou a vyzdvihovanou schopnosťou inteligencia. Vývinové trendy naznačujú, že v tomto tisícročí tomu tak nebude. Najväčšiu hodnotu pre ľudstvo bude mať ľudská tvorivosť, schopnosť vytvárať niečo nové...“ (Tóthová 2006, s. 24). Tým by sme teda mohli aspoň rámcovo naznačiť význam kreativity pre geografiu v 21. storočí.



XXII SJEZD ČESKÉ GEOGRAFICKÉ SPOLEČNOSTI OSTRAVA 2010



Definícia Sternberga a Lubarta (1995) vystihuje (dva) základné prvky toho, čo je podstatou kreativity - je to schopnosť vytvárať výstupy, ktoré sú nové (originálne, neobvyklé) a zároveň využitelné (užitočné). Ak by sme sa ďalej zaujímali o to, odkiaľ sa kreativita berie, narazili by sme na viacero prístupov. Niektoré napr. dávajú kreativitu do súvislosti s tzv. konvergentným a divergentným myslením. Konvergentné myslenie vedie k jednému (vhodnému, správne) riešeniu problému. Divergentné riešenie sa spája s vytvorením viacerých (rôznych) odpovedí na daný problém. Môže napr. znamenať, že sa pozrieme na tú istú vec ako ostatní, ale vidíme ju inak. Hoci prevláda skôr názor, že podstatou kreatívneho myslenia je myslenie divergentné, viaceré výskumy naznačujú, že v tvorivom myslení môže striedavo prevažovať konvergencia i divergencia. Toto je však len jedna zo širokého spektra možností prístupov k chápaniu kreativity.

Pri pokuse o vzťahnutie tejto problematiky do oblasti vedeckého skúmania sa ako veľmi výstižný javí Csikszentmihalyiho (1996) prístup, ktorý zdôrazňuje najmä interakciu medzi jednotlivcom, oblasťou a sférou. Jednotlivec (výskumník) v tomto poňatí vychádza zo znalostí a informácií vzťahujúcich sa k danej oblasti (napr. geografii), ktoré pod vplyvom kognitívnych procesov, osobnostných črt a motivácie transformuje alebo rozširuje. Sféru tvoria osoby, ktoré kontrolujú a ovplyvňujú oblasť (geografi, predstavitelia príslušných inštitúcií). Prostredníctvom nich dochádza k vyhodnocovaniu a selekcii nových myšlienok. Tie sú uchovávané v rámci oblasti, ktorá zabezpečuje ich predávanie ďalším jednotlivcom či budúcim generáciám. Konkrétne kreatívne myšlienky či projekty potom podľa Gardnera (1993) vychádzajú z anomálií v rámci systému (napr. napätie medzi „súperiacimi“ názormi) alebo z nesúladu medzi jednotlivcom, oblasťou a sférou.

Ďalšou možnosťou konceptualizácie kreativity je teória Sternberga a Lubarta (1995 a 1999). Podľa nej si kreativita vyžaduje súbeh šiestich vzájomne prepojených zdrojov: intelektuálnych schopností, vedomostí, resp. poznatkov, spôsobu myslenia, osobnosti, motivácie a prostredia.

Z intelektuálnych schopností sú podľa Sternberga (1985, in Sternberg 1999) osobitne dôležité a) syntetizujúca schopnosť vidieť problémy novým spôsobom a „uniknúť“ obmedzeniam konvenčného premýšľania, b) analytická schopnosť rozpoznať, ktorá nová myšlienka je hodná nasledovania a ktorá nie, c) prakticko-kontextuálna schopnosť presvedčiť ostatných o hodnote určitej myšlienky. Dôležitý je tiež vyvážený súbeh týchto schopností.

Vzťah vedomostí a poznatkov ku kreativite je problematický. Sú totiž nevyhnutnosťou, ale môžu byť i obmedzením. Potrebujeme o danej oblasti vedieť dosť na

to, aby sme ju dokázali rozvíjať (nemôžeme sa dostať ďalej, ak nevieme, kde sa nachádzame). Zároveň však poznatky môžu vyústiť do „zaužívaných“ či uzavretej perspektívy, neumožňujúc tak vidieť problémy inak ako v minulosti (Frensch a Sternberg 1989, in Sternberg 1999).

Pokiaľ ide o spôsob uvažovania, Sternberg (1997, in Sternberg 1999) v danom ohľade hovorí o preferencii uvažovania novými, príp. neobvyklými spôsobmi. Taktiež považuje za potrebné myslieť zároveň globálne i lokálne. Inak povedané rozpoznať, ktoré otázky či problémy sú dôležité a ktoré nie.

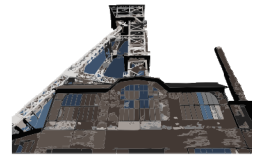
K osobnostným atribútom, podstatným z hľadiska kreativity, môžeme podľa Sternberga a Lubarta (1995) zaradiť napr. ochotu prekonať prekážky a prijímať riziká, či toleranciu voči nejednoznačnosti. Podstatná je ochota „vzdorovať davu“, t.j. postaviť sa konvenciám.

Dôležitá pre kreativitu je tiež osobná motivácia. Kreativita sa spája skôr s „potrebou“ venovať sa danej problematike (dalo by sa hovoriť o láske ku svojej práci), ako s motiváciou na základe odmeny.

Posledným z vyššie uvádzaných zdrojov kreativity je prostredie poskytujúce podporu a oceňujúce kreatívne myšlienky.

Som presvedčený, že každý z uvádzaných podnetov sa týka nás všetkých. Ak pominieme niektoré intelektuálne schopnosti, ktorých úroveň je zrejme predovšetkým vrodenná, zostáva nám naďalej slušná skupina námetov na premýšľanie. Uvediem aspoň niektoré z nich.

1. Vzhľadom na schopnosť presvedčať o hodnote vlastných myšlienok, ako aj (nielen) nových výsledkov práce geografov, ocitáme sa na problematickej pôde. Celospoločenskú akceptáciu práce geografa by som si za výraznú označiť nedovolil. Stačí spomenúť problémy s publikovaním vo významných periodikách, schopnosť vytvárať obraz geografie ako (aj) aplikovanej vedy, či obraz geografa v očiach laickej verejnosti („ten, kto pozná hlavné mestá všetkých štátov“).
2. Vedomosti a poznatky sú aspektom mimoriadne diskutabilným. Na jednej strane ako geografi získavame nové poznatky neustále, no neustále by sme mali byť aj kreatívni. Otázka teda je, kedy je „už dosť, ale ešte nie príliš mnoho“ (nazdávam sa, že ideálne je tomto prípade doktorandské štúdium). Pri tejto otázke je potrebné spomenúť tiež demotivačné faktory. Kreativita môže v akademickom prostredí narážať na značné prekážky. Najmä v počiatočných fázach sa môže spájať s tvrdeniami, ktoré sú skôr dohadmi. Je bežné, že určitý čas tápeme (jednotlivé časti ešte



nie sú sformované do kreatívneho riešenia). Taktiež sa hľadanie niečoho nového sa spája s rizikom, že výsledok a jeho autor budú okolím vysmiati (obrazne povedané v 21. storočí „objavíme Ameriku“).

3. Spôsob uvažovania je vlastný každému z nás a je v prvom rade odrazom individuality (i keď vplyv „profesionálnej deformácie“ je iste nezanedbateľný). Myslieť novým, originálnym spôsobom je nepopierateľne niečím, čo sa nedá „naordinovať“. Zrejme je v tomto prípade súvislosť so záverečnou poznámkou predchádzajúceho odstavca, kedy sa prijímaním nových výziev vystavujeme riziku nepochopenia či kritiky. Nesmieme však zabúdať na to, že akceptácia a rozvoj nových pohľadov a koncepcií môže byť práve tou cestou, ktorú súčasná geografia potrebuje.
4. Otázkou individuality sú zrejme i osobnostné atribúty kreativity. Nie každý musí mať potrebu postaviť sa konvenciám (obzvlášť ak ich považuje za vyhovujúce). Ak sa však niekto konvenciám vzoprie a dokáže niesť s tým súvisujúce riziká, zaslúži si zrejme našu pozornosť a podporu.
5. Samostatnou kapitolou je motivácia. Pracovné alebo platové podmienky, či dokonca spoločenské uznanie v prípade mnohých geografov nezodpovedajú ich (oprávneným) nárokom a potrebám. Napriek tomu som v tomto prípade optimista – súčasný, hoci zďaleka nie ideálny stav, ako aj napredovanie českej a slovenskej geografie naznačujú, že je tu stále dosť (pracovitých a kreatívnych) geografov, ktorí s motiváciou nemajú problém. Svedčí to o tom, že geografii skutočne považujú napriek mnohým problémom za zmysluplnú súčasť svojho života.
6. Zrejme jedným z najdiskutabilnejších aspektov kreativity v geografii je prostredie (počínajúc jednotlivými pracoviskami a končiac snád' až na medzinárodnej úrovni). Každý z nás má možnosť položiť si otázku, ako v tomto ohľade vníma okolité prostredie a akým spôsobom sa ho sám pokúša ovplyvňovať. Ak totiž má byť zabezpečená akceptácia nových a užitočných myšlienok, musíme to byť mi sami, kto ich bude nielen vytvárať, ale aj akceptovať.

Vyššie uvádzané aspekty však predstavujú len zlomok námetov na diskusiu týkajúcu sa kreativity a geografie. Uvádzam preto niekoľko otázok, ktoré považujem pre ďalšie napredovanie disciplíny za podnetné:

1. existujú špecifické predpoklady pre (vyššiu) kreativitu na poli geografie?
2. je kreativita na poli geografie výsledkom úsilia niekoľkých jednotlivcov alebo je viac-menej „rovnomerne“ rozložená medzi väčšinu?
3. ako môžeme rozpoznať sklony ku zvýšenej kreativite a využiť ich v prospech geografie a ako

rozpoznať vyššiu mieru tvorivosti u študentov geografie a ako ju u nich rozvíjať?

4. aký je vzťah medzi kreativitou a systémom fungovania vedy na báze vedeckých projektov, resp. grantov a „zakázok“ pochádzajúcich od verejného či súkromného sektora?
5. aké techniky by bolo možné využiť pri podpore kreativity v rámci geografického výskumu a vzdelávania?

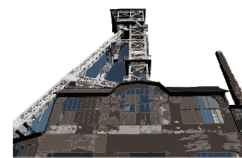
Napokon sa dostávame k otázke, prečo vlastne geografia potrebuje nové nápady, resp. či ich nemá dosť (viaceré východiská som už naznačil, ale prečo nebyť konkrétnejší). Nemyslím si, že českí a slovenskí geografi nemajú dostatok kreativity. Stačí námatkovo spomenúť prácu Blažeka a Rochovskej 2006, Rochovskej et al. 2007, Šušku 2008, Daňka 2009 alebo Siweka 2009 (upozorňujem, že ide skutočne len o námatkový výber), ale i celé spektrum prác venovaných metageografickým otázkam. Zo „starších“ prác by som rád osobitne spomenul príspevok J. Káru (1993). Napriek tomu sa domnievam, že ak dlhodobo nedokážeme riešiť niektoré tradičné „bolesti“ našej geografie, nezostávajú nám nič iné, ako zamerať našu kreativitu práve týmto smerom. Čím viac bude totiž nových podnetov, tým vyššia je pravdepodobnosť, že sa nimi objavia tie skutočne smerodajné. Ich účelom by malo byť napr.:

- prekonať „obvyklé“ geografické dilemy či dichotómie (napr. fyzická vs. humánna geografia), či pretrvávajúcu vágnosť niektorých tém (napr. regionálny rozvoj),
- priblížiť geografii verejnosti a spopularizovať ju – napr. prostredníctvom tém, ktoré sú verejnosti myšlienkovito blízke,
- zmeniť a ďalej formovať imidž geografie v očiach verejnosti i odborníkov,
- robiť z negeografických (či „málo geografických“) tém témy geografické – nie však odklonom od základov disciplíny, ale naopak ich aplikáciou, ktorá je (vzhľadom na priestorový aspekt) logická („know your basics, be creative“)
- vytvárať predpoklady pre riešenie aktuálnych, spoločensky potrebných tém,
- inovovať už existujúce témy a prispieť k ich rozvoju v zmysle teórie, metodológie i aplikácii,
- podporiť flexibilitu, inovatívnosť, invenciu, fantáziu, myšlienkovú odvahu a ďalšie, ktoré s kreativitou úzkou súvisia a majú teda pre geografii podobný význam,
- zbaviť geografii defenzívneho postoja a spraviť ju viac asertívnou.

Príspevok by som namiesto obvyklého zhrnutia rád ukončil slovami L. Sýkoru a P. Pavlíka, ktoré z hľadiska vzťahu geografie (geografa) a kreativity vyznievajú optimisticky: „Geograf je na rozdiel od väčšiny špecialistů pracujících v ostatních společenských vědách



XXII SJEZD ČESKÉ GEOGRAFICKÉ SPOLEČNOSTI OSTRAVA 2010



disciplínách obdařen „geografickou představivostí“, která mu umožňuje pohled z jiného úhlu vedoucí k identifikaci takových stránek reality, které ostatním odborníkům unikají“ (Sýkora a Pavlínek 1993, s. 2).

Použité zdroje:

BLAŽEK, M., ROCHOVSKÁ, A. (2006): Feministické geografie. Geografika, Bratislava, 188 s.

CSIKSZENTMIHALYI, M. (1996): Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention. HarperCollins, New York, 456 s.

DANĚK, P. (2009): Kéralský model rozvoje: alternativní interpretace. Geographia Cassoviensis, 2, s. 43 – 91.

GARDNER, H. (1993): Creating Minds: An anatomy of creativity seen through the lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham, and Gandhi. Basic Books, New York, 464 s.

HYNEK, A. (2009): Politika české geografie. In: Lipský, Z., Popková, K., Poštolka, V., Šmída, J. (eds.): GEODNY Liberec 2008 – sborník příspěvků. Technická univerzita v Liberci, Liberec, s.108–113.

KÁRA, J. (1993): Spor o paradigma, geografický výzkum a společenská praxe. In: Sýkora, L. (ed.): Teoretické přístupy a vybrané problémy v současné geografii. Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy, Praha, s. 4 – 8.

MATLOVIČ, R. (2006): Geografia – hľadanie tmelu (k otázke autonómie a jednoty geografie, jej externej pozície a inštitucionálneho začlenenia so zreteľom na slovenskú situáciu). Acta Facultatis Studiorum Humanitatis et Naturae Universitatis Prešoviensis, Folia Geographica, 9, s. 6 - 43.

MATLOVIČ, R. (2007): Hybridná idiograficko-nomotetická povaha geografie a koncept miesta s dôrazom na humánnu geografiiu. Geografický časopis, 59, s. 3 – 23.

PAULOV, J. (2006): K problému idiografickosti a nomotetickosti geografie s osobitným zreteľom na regionálnu geografiiu. Acta Geographica Universitatis Comenianae, 47, s. 27 – 33.

ROCHOVSKÁ, A., BLAŽEK, M., SOKOL, M. (2007): Ako zlepšiť kvalitu geografie: o dôležitosti kvalitatívneho výskumu v humánnej geografii. Geografický časopis, 59, s. 323 – 358.

SIWEK, T. (2009): Příjmení jako indikátor původu obyvatelstva Českého Těšína. In: Lipský, Z., Popková, K., Poštolka, V., Šmída, J. (eds.): GEODNY Liberec 2008 – sborník příspěvků. Technická univerzita v Liberci, Liberec, s. 123 – 129.

STERNBERG, R. J. (1999): Handbook of Creativity. Cambridge University Press, 335 s.

STERNBERG, R. J., LUBART, T. I. (1995): Defying the crowd: cultivating creativity in a culture of conformity. Free Press, New York, 326 s.

STERNBERG, R. J., LUBART, T. I. (1999): The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms. In: Sternberg, R. J. (ed.): Handbook of Creativity. Cambridge University Press, Cambridge, s. 3-15.

SÝKORA, L. (2008): Idiografická nebo nomotetická koncepcie v geografii: kontraproduktivní spor o povahu a podstatu poznání. Geografický časopis, 60, s. 299 – 315.

SÝKORA, L., PAVLÍNEK, P. (1993): Úvod: geografie v kontextu společenských věd. In: Sýkora, L. (ed.): Teoretické přístupy a vybrané problémy v současné geografii. Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy, Praha, s. 1 – 3.

ŠUŠKA, P. (2008): Urbánna transformácia a historické dedičstvo – prípad Bratislavy. Geographia Cassoviensis, 2, s. 176 – 180.

TÓTHOVÁ, M. (2006): Rozvoj tvorivosti na 1.stupni ZŠ. Katedra pedagogiky PF UKF, Nitra, 86 s.

Adresa autora:

Mgr. Ivan Andráško, PhD.

Geografický ústav

Přírodovědecká fakulta Masarykovy univerzity

Kotlářská 2

611 37 Brno

geoganry@mail.muni.cz