

# СОЦИАЛЬНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ КАК УСЛОВИЕ ИХ ГОТОВНОСТИ К ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Писарева Виктория Юрьевна

Национальный Исследовательский Университет

«Белгородский государственный университет», г. Белгород

Усложнение и изменчивость современного мира обуславливают запрос общества на личность с креативными характеристиками. Д.В. Ушаков отмечает, что творчество сегодня всё больше воспринимается как основа общественного прогресса. Потребность в творческом потенциале является естественной необходимостью, которую осознаёт и отдельный человек, стремящийся к полноценному бытию [7].

Проблема креативности имеет давнюю историю. Долгое время эта важная психологическая характеристика вызывала споры, и целые поколения психологов отрицали её значимость. Множество работ по данной проблеме связано с именами зарубежных психологов (Т.Амабайль, Ф.Барон, Дж.Гилфорд, Е.Торренс, С.Медник, Дж.Рензулли, А.Маслоу, К.Роджерс, Р.Стернберг, Г.Уоллес, К.Урбан, Э.Боно и др.). В отечественной психологии особый вклад в исследование этого направления внесли фундаментальные работы таких исследователей, как И.А.Бескова, Д.Б.Богоявленская, Е.П.Варламова, Н.Ф.Вишнякова, В.В.Гагай, В.Н.Дружинин, Л.Б.Ермолаева-Томина, А.М.Матюшкин, Я.А.Пономарёв, С.Ю.Степанов, В.Н.Козленко и др.

Накоплен значительный содержательный материал, который дал определённые результаты как в теоретическом, так и в практическом отношении, однако единой и стройной теории креативности до сих пор не существует.

Возможность спецификации креативности узко решает проблему обозначения свойства в конкретных сферах бытия человека (в частности, социальной креативности – в общественной сфере). Сложно представить личность в инновационной деятельности без наличия у неё творческого начала, а профессиональную деятельность психолога – без высоко развитой социальной креативности.

Стоит отметить, для всех человековедческих профессий социальное творчество и обеспечивающая его социальная креативность – необходимые профессионально важные качества, нужные специалисту для решения быстро меняющихся условий профессионального общения. Несомненно, социальной креативностью должны обладать психологи, направляющие свои профессиональные усилия на формирование условий для изменения жизни клиента. Чем раньше в процессе профессионализации студенты-психологи

приобретут обозначенные качества, тем более эффективной будет их профессиональная деятельность впоследствии.

Становится явным, что изучение социальной креативности имеет большое значение не только для общества в целом, но и для профессиональных сообществ, а создание условий для развития социальной креативности может стать одним из приоритетов развития высшего профессионального психологического образования. Для корректной постановки задач обучения будущих психологов имеет смысл уточнить теоретическое содержание необходимой для них компетенции – социальной креативности.

Прежде всего, отметим недостаточную разработанность термина «социальная креативность», отсутствие его в психологических словарях при существовании различных подходов к его рассмотрению, разработок, исследований, посвящённых данной тематике (Т.Н.Березина, А.Н.Воронин, А.А.Голованова, Д.Л.Джонсон, Н.П.Мальтеникова, А.А.Попель, Г.В.Сорокоумова, Е.Л.Солдатова, И.Э.Стрелкова, Е.Ю.Чичук, А.Л.Южанинова и др.).

Бесспорно, что реальный процесс общения характеризуется достаточно высокой степенью неопределённости, сложности, непредсказуемости, неполнотой и противоречивостью условий. Отсюда: психологическое мышление должно быть творческим процессом.

В психологической литературе доминируют исследования, посвященные анализу креативности в сфере деятельности «человек – предмет», кроме того, существует тенденция к автоматическому переносу результатов, выполненных на предметном материале, в область взаимоотношений людей. Нами поддерживается критика Б.Ф.Ломова о необоснованности полного переноса, изложения знаний об индивидуальной деятельности человека в мире вещей и в мире людей [4]. Креативность как свойство мышления обнаруживает себя в области общения, имеет свою специфику и требует самостоятельного изучения и анализа.

Обратимся к психологической литературе, касающейся обозначенного феномена с целью получить ответы на вопросы: в чём состоит специфика социальной креативности? В чем состоят принципиальные различия между предметной и социальной креативностью?

Анализ показал, что достаточно часто учёные указывают на креативные проявления личности в сфере общения.

По А.А.Довганю [8], критерием новизны в отношении межличностного взаимодействия является процесс выхода за пределы традиционного. Согласно Г.С.Батищеву, процесс творчества – это со-творчество в разрешении проблем-противоречий, а гармонические отношения – сотворческие. Творческое общение трактуется им как установление глубинной универсальной общности между субъектами.

У.В.Кала в исследованиях использует понятие «креативность в общении» [2, 3], рассматривая его в широком и узком смыслах. Так, широкое понимание данного вида креативности подразумевает творческое отношение к общению, узкое – его включенность в это отношение. Сущность этого явления, по

У.В.Кала, состоит в умении и способности модифицировать своё поведение, готовности преобразить существующую ситуацию.

Другое направление исследований креативности в сфере общения связано с экспериментальными процедурами на материале непосредственно межличностных взаимоотношений субъектов.

Так, А.А.Бодалёв затрагивает вопросы, связанные с социальным воображением, интуицией и творчеством. Социальное воображение проявляется в умении представить «себя на месте другого, увести себя самого на место другого, представить себе мысли, чувства, поведение другого при изменении цели общения, появлении в нём новых участников» [1].

Л.А.Петровская в структуре межличностного общения выделяет продуктивный и репродуктивный её компоненты. Творческий, продуктивный потенциал личности подключается в ходе решения проблемных ситуаций общения [6].

Т.Ю.Осинова [5] исследовала психологические условия развития коммуникативной креативности у студентов технических вузов. Ею обнаружены качественное своеобразие явления коммуникативной креативности, сложность и непрямолнейность её взаимосвязей с иными аспектами творческих способностей. Общая творческая способность в коммуникативном процессе включает «способность пластично и адекватно изменять переставший быть продуктивным опыт общения, а также создание новых целей, оригинальных средств и способов взаимодействия (нового опыта), «выходов за пределы» барьеров, стереотипов, установок, принципов и привычек».

Мнения исследователей по вопросу о соотношении высоких креативных возможностей в сферах «человек – человек» и «человек – предмет» разделились. Существует одна точка зрения, что они коррелируют между собой (К.Роджерс, А.Маслоу, Е.Роя, А.Л.Галин, Ю.Д.Бабаева, О.Ю.Щербакова, Е.Л.Яковлева, А.М.Матюшкин, Н.Ю.Хрящева). Согласно другому мнению, они не совпадают: если у человека доминирует развитие творческих способностей в какой-либо одной из сфер деятельности, то они либо отсутствуют, либо затрудняют проявление в других (Дж.Фримен, Ф.Баррон, Г.Айзенк, Н.В.Хазратова, В.Н.Дружинин, Дж.Гидфорд, В.Н.Козленко). Анализ этих работ свидетельствует о том, что способные индивиды отличаются особой эмоциональной уязвимостью. Обладание исключительными творческими качествами создаёт сложные психологические барьеры в социальных отношениях.

Обзор исследований по интересующей проблематике показал, что она актуальна для многих исследователей, но ещё недостаточно глубоко изучена. Так, по нашему мнению, понятие «социальная креативность» охватывает продуктивные процессы, участвующие в разрешении проблемных ситуаций, возникающих в социальной сфере жизни людей, в политике, в образовании, в управлении и т.п. Или, другими словами, социальная креативность - способность к гибкой организации новых форм социального взаимодействия:

успешной инновационной деятельности коллектива или социального творчества отдельного индивида.

Креативность в сфере общения отличается от предметной креативности рядом особенностей, обусловленных, прежде всего, спецификой её объекта – человека. В предметной деятельности субъект имеет дело с вполне реальными материальными объектами, свойства и закономерности которых вписываются в естественнонаучную парадигму мира. Субъект-субъектная схема взаимодействия характеризуется равенством психологических позиций участников, обоюдной активностью сторон, при которой каждая не только испытывает воздействия, но и сама в равной степени содействует другой; взаимным проникновением партнёров в мир чувств и переживаний друг друга.

Отличительная особенность социальной креативности состоит также в более раннем её происхождении. Она начинает формироваться с младенческого возраста по мере включения ребёнка в систему жизненно важных отношений с окружающими людьми.

Развитие социальной креативности имеет очень важное значение для каждого человека, поскольку проблемные задачи психологического содержания являются более распространёнными среди людей, чем предметные. В реальных жизненных обстоятельствах они часто требуют безотлагательного принятия решения, поэтому по сравнению с предметной креативностью здесь острее встаёт проблема последствий этих решений, которые при неудачах сопровождаются более глубокими переживаниями.

Изучаемые виды креативности имеют различия и по пространству функционирования. Предметная креативность должна быть хорошо развита у инженеров, архитекторов, механиков, биологов и других представителей сферы «человек – предмет». Коммуникативная креативность необходима для представителей человековедческих профессий: педагогов, врачей, практических психологов, социальных работников, политиков и т.п.

Получается, что креативность в сфере общения наряду с общими характеристиками обладает рядом отличительных особенностей от предметной креативности: по содержанию, уровню сложности решаемых задач, происхождению, динамике развития, функциональному пространству и др. Сказанное позволяет сделать вывод о специфичности путей создания условий для развития социальной креативности у студентов-психологов, проектирование которых достойно стать темой отдельного психологического эксперимента.

#### Литература:

1. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982.-200 с.
2. Кала У.В. Формирование у старшеклассников творческого отношения к общению. Дисс. канд. педаг. наук. — Тарту, 1982. — 281 с.
3. Кала У.В. О креативности в сфере общения// Проблемы детской и педагогической психологии. Обзорная информация НИИ ОП АПН СССР. Вып. IX. Москва, 1976. — С. 35-38.

4. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Отв. ред. Ю. Забродин. - М.: Наука, 1989. - 449 с.
5. Осина Т.Ю. Психологические условия развития коммуникативной креативности у студентов технического вуза: Дисс.канд. психол. наук.: 19.00.07. Томск, 2000. - 198 с.
6. Петровская Л. А. Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. - 168с.
7. Ушаков Д.В. Современные исследования творчества. 2005 // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2005. т. 2. № 4.
8. Чичук Е.Ю. Социальная креативность как компонент самоактуализации личности в социономической деятельности // Человек. Общество. Управление: науч.-Инф. Журн. Краснодар: КубГУ, 2006. Спец. вып. № 1.