

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ ЛИЧНОСТИ

Писарева Виктория Юрьевна

Национальный Исследовательский Университет
«Белгородский государственный университет», г. Белгород

В настоящее время креативность является одним из наиболее противоречивых и наименее изученных явлений современной психологии, так как активные исследования по данной проблеме стали проводиться только в начале 50-х годов прошлого века. Проведённый анализ исследований по данной проблеме позволил М.Эдвардс прийти к выводу: «Независимо от того, какое определение мы даём креативности, она до сих пор остаётся аморфным и крайне трудным для понимания концептом». Действительно, накоплен значительный содержательный материал, однако не существует единой теории креативности, как и признанных оснований для классификации феномена.

Одни авторы предлагают дифференцировать креативность в зависимости от видов деятельности, в которых проявляются незаурядные способности. В соответствии с этим выделяют математическое, музыкальное, научное, техническое, литературное, художественное творчество и т.п.

Другие исследователи предлагают анализировать творческие способности, не связанные с конкретными областями деятельности. Например, концепция одарённости А.М.Матюшкина раскрывает её как общую предпосылку к творчеству, которая может проявляться в любой профессии, в науке и искусстве; как предпосылку становления и развития творческой личности. Автор выделяет интеллектуальную, академическую, творческую, социальную, лидерскую, психомоторную, духовную одарённости и др. [3].

Есть тенденция делить креативность на малую и большую, относя к первой проявление нестандартности и оригинальности в обыденных ситуациях, а ко второй – существенное влияние на культуру и общество в целом.

Если говорить о дифференциации креативности в связи с содержанием жизненной активности человека, то социальное бытие человека имеет две основные формы: форму предметной деятельности и форму общения. Соответственно, выделяется креативность в предметной сфере и социальной.

Фокус нашего внимания нацелен на осмысление феномена и структуры социальной креативности. Бесспорно, что реальный процесс общения характеризуется достаточно высокой степенью неопределённости, сложности, непредсказуемости, неполнотой и противоречивостью условий. Отсюда понятно, что человеческое взаимодействие – неизбежно творческий процесс.

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 [2]. Креативность в области общения имеет свою специфику и требует самостоятельного изучения и анализа.

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 уча-

стников, 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.

Большая значимость феномена социальной креативности и дефицит соответствующих исследований позволили определить данную тему как актуальную и требующую дальнейшей проработки. Рассмотрим существующие точки зрения на структуру социальной креативности.

А.А.Попель выделяет следующие компоненты социальной креативности: общую способность к самоактуализации; социальную мотивацию, кото-

рая выражает потребность индивида в постоянных социальных контактах и мотивационные установки на общение с другими людьми; коммуникативную сенситивность; социальное воображение, позволяющее моделировать дальнейшее развитие социальной ситуации на основе обратной связи [4].

А.Е.Ильиных, изучая структуру социальной креативности, соглашается с взглядами на составляющие феномена А.А.Поппеля. Однако, учитывая, что в соответствии с принципом системности любое психологическое явление целесообразно рассматривать в комплексе с другими психологическими свойствами, в структуру социальной креативности следует включить:

- мотивационные параметры: творческая позиция, стремление к самосовершенствованию, личностному росту, самоактуализации, стремление к творческому характеру взаимодействия;

- когнитивные параметры: вербальная оригинальность как нестандартность использования вербальных средств, речи, проявляющаяся в поиске новых речевых конструкций в повседневных коммуникативных ситуациях;

- коммуникативные параметры: вербальная сенситивность как способность использовать языковые средства адекватно ситуации общения и воспринимать информацию без смысловых искажений; невербальная сенситивность как способность адекватно использовать в общении различные виды невербальной коммуникации; поведенческая сенситивность, проявляющаяся в способности адекватно интерпретировать поведение других людей, а также использовать различные поведенческие стили во взаимодействии с другими людьми в соответствии с социальной ситуацией;

- эмоциональные параметры: продуктивное взаимодействие, невозможное без способности понять и почувствовать эмоциональное состояние партнера; эмпатия как важный компонент в структуре, поскольку сопровождает процесс общения и способствует поддержанию эмоционального фона в условиях проявления социального творчества;

- экзистенциальные параметры: аутентичность личности, наличие цели в жизни, осмысленность, ощущение временной перспективы [5].

А.Е. Банюхова, рассмотрев существующие исследования по данной проблеме, разделяет точку зрения А.Е.Ильиных [1, с. 32-34].

Вышесказанное демонстрирует специфичность феномена социальной креативности, недопустимость переноса закономерностей становления и развития предметной креативности на социальную. Кроме того, данный факт ставит вопрос о диагностике социальной креативности личности, которая до настоящего момента исследовалась с помощью инструментария, нацеленного на изучение отдельных её компонентов. Такой подход, имея право на существование, однако, не является рациональным. Разработка психодиагностической методики, изучающей уровень социальной креативности, является следующей задачей нашей работы.

Литература:

1. Банюхова А.Е. Возможности развития социальной креативности студентов/ Ананьевские чтения – 2010. Современные прикладные направления и проблемы психологии: Материалы научной конференции, 19–21 октября 2010 г. Часть 1 / Отв. ред. Л.А.Цветкова. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2010. – 631 с.
2. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Отв. ред. Ю. Забродин. - М.: Наука, 1989. - 449 с.
3. Матюшкин А.М. Концепция творческой одаренности // Вопросы психологии. 1989, N 6, с. 29–33.
4. Попель А.А. Психологические условия развития социальной креативности студентов в процессе профессиональной подготовки: дис. ... канд. психол. наук. Нижний Новгород, 2005. 24 с.
5. А.Е. Ильиных Социальная креативность личности: психологическая структура. Известия Саратовского университета. 2011. Т. 11. Сер. Философия. Психология. Педагогика, вып. 3, С. 74-76.