

Социальная креативность: понятие и особенности развития у студентов психологических специальностей

Прогресс в любой сфере жизнедеятельности определяется наличием необходимого творческого потенциала, то есть способности к созданию принципиально новых, нестандартных способов решения возникающих человеком задач: экономических, политических, технических, гуманитарных и др. Вполне очевидно, что социальный заказ на творческую личность будет неуклонно возрастать.

Психологической основой творческого мышления является креативность, обеспечивающая главную особенность творческого процесса – порождение новых идей (Дж.Гилфорд, П.Торренс, Р.Стернберг, С.Медник, А.Маслоу, К.Роджерс, Г.Уоллес, К.Урбан, Э.Боно, 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 и др.). Разработка проблемы творчества на теоретическом и эмпирическом уровне относится к числу традиционных и лишь частично разработанных в психологии. Существующие в этой области исследования сконцентрированы на описании общих вопросов творческого процесса безотносительно к его содержательному контексту. Эмпирические исследования, как правило, построены на предметном материале: геометрическом, алгебраическом, шахматном и т. п. (М.Вертгеймер, О.К.Тихомиров, Я.Л.Пономарев, Д.Б.Богоявленская и др.), а их результаты получили необоснованно широкую интерпретацию. Эта закономерность приводит к искажению научной истины и затрудняет разработку методов диагностики и технологий формирования креативности, ориентированных на специалистов, работающих с людьми.

В нашей работе социальная креативность понимается как способность к гибкой организации новых форм социального взаимодействия и быстрому разрешению проблемных ситуаций. Креативность в сфере общения наряду с общими характеристиками обладает рядом отличительных особенностей от предметной креативности: по содержанию (А.А.Поппель), уровню сложности решаемых задач (Е.Ю.Чичук), происхождению (Н.А.Тюрьмина), динамике развития (А.Е.Ильиных), функциональному пространству (А.Е.Банюхова) и др.

А.А.Поппель выделяет следующие компоненты социальной креативности: общую способность к самоактуализации, социальную мотивацию, коммуникативную чувствительность, социальное воображение.

А.Е.Ильиных 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 дополнительно включает:

- мотивационные параметры: стремление к самосовершенствованию, личностному росту, самоактуализации, стремление к творческому характеру взаимодействия;
- когнитивные параметры: вербальная оригинальность, проявляющаяся в поиске новых речевых конструкций в повседневных коммуникативных ситуациях;
- коммуникативные параметры: вербальная чувствительность как способность использовать языковые средства адекватно ситуации общения и воспринимать информацию без смысловых искажений; невербальная чувствительность как способность адекватно использовать в общении различные виды невербальной коммуникации; поведенческая чувствительность, 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.

Основными функциями социальной креативности являются:

1) творческое приспособление человека к изменяющимся условиям его социальной среды;

2) эффективное взаимодействие с людьми в тактическом и стратегическом направлениях;

3) стратегическое планирование межличностных событий и прогнозирование динамики их развития;

4) мотивационная функция;

5) расширение и углубление социальной компетентности;

6) саморазвитие в контексте активного интересубъектного взаимодействия личности.

Социальная креативность относится к профессионально важным качествам любого представителя человековедческой профессии, и психолога-практика – в частности. Это подтверждается тем, что процесс профессионального общения психолога и клиента характеризуется достаточно высокой степенью неопределённости, сложности, непредсказуемости, неполнотой и противоречивостью условий. Отсюда понятно, что это взаимодействие – неизбежно творческий процесс, требующий от психолога проявления гибкости, нестандартности мышления, то есть креативности.

Роль развития тех качеств, которые являются профессионально важными, особенно велика в период юности, когда интенсивно развиваются жизненные перспективы, новые взгляды на отношения между людьми, на себя самого. Кроме того, в период получения профессии, когда человек стал более или менее выраженным приверженцем (адептом) некоторой профессиональной общности происходят очень существенные изменения самосознания, направленности личности, информированности, умелости и других сторон индивидуальности. Формируется профессиональная пригодность, выражающаяся в сочетании успешности учебно-профессиональной, трудовой деятельности с удовлетворенностью избранным путем. Если социальная креативность не была сформирована в естественных условиях, до момента выбора профессии «психолог», то одной из задач обучения в вузе может быть целенаправленное формирование указанного качества у будущих специалистов.

Наше исследование имеет своей целью раскрыть особенности развития социальной креативности у студентов-психологов. Зная эти закономерности, можно разработать программу психологического сопровождения развития.

Для достижения цели исследования был использован метод измерения, реализуемый с помощью конкретного психодиагностического инструментария: методики «Определение социальной креативности личности». Она позволяет с помощью самооценки поведения в нестандартных ситуациях жизнедеятельности определить уровень социальной креативности личности. В первом этапе работы приняли участие студенты Национального исследовательского университета – Белгородского государственного университета 1-5 курсов очного, очно-заочного отделения, а также получающие психологическое образование на базе первого высшего. Такая выборка позволила «усреднить» полученные результаты вне зависимости от уровня интеллекта, профессиональных знаний, жизненного опыта и другим параметрам.

Всех испытуемых на основе их ответов можно разделить на три группы: с низким уровнем развития социальной креативности (набравшие от 18 до 69 баллов), со средним (в

неё вошли те студенты, которые набрали от 70 до 114 баллов) и с высоким (юноши и девушки, сумма баллов ответов которых составила от 115 до 162 баллов).

Результаты психологической диагностики позволили установить следующие факты. Уровень развития социальной креативности по выборке в целом характеризуется как средний (равен 109,6 баллов).

6,9% обследованных студентов-психологов обладают низко развитой социальной креативностью. То есть их чувствительность к проблеме, возможность предлагать разные варианты поведения в ситуациях общения, способность выбирать лучшую из них, находчивость, изобретательность и проработанность гипотетических вариантов исхода ситуации проявляются незначительно. Кроме того, уверенность в своем решении вопреки возникшим затруднениям, умение брать на себя ответственность за нестандартную позицию и мнение, содействующее решению проблемы, как правило, для этой группы студентов не характерны.

51,7% студентов факультета психологии относятся к группе со средним уровнем развития социальной креативности. Эти студенты-психологи не во всех ситуациях ощущают тонкие, неопределенные, сложные особенности взаимоотношений между людьми; лишь время от времени выдвигают различные идеи в данных условиях, предлагают дополнительные детали, идеи, версии или решения. Проявление воображения и чувства юмора характерно периодически. Кроме того, демонстрировать поведение, которое является неожиданным, оригинальным, но полезным для решения проблемы общения, обследованные юноши и девушки способны не во всех ситуациях, как и воздерживаться от принятия первой пришедшей в голову, типичной, общепринятой позиции.

41,4% студентов-психологов обладают высоко развитой социальной креативностью: гибкость, оригинальность, разработанность, независимость, изобретательность и продуктивность идей в области человеческого взаимодействия характерны для данной группы в большинстве случаев, что приносит свой результат – отсутствие конфликтов или их конструктивное разрешение, устойчивые и гармоничные межличностные отношения, признанный авторитет окружающих. Эти юноши и девушки обладают уверенным стилем поведения с опорой на себя.

Получается, не многим меньше половины испытуемых обладают высоко развитой способностью тонко анализировать ситуации человеческого общения, выделять существенные моменты и на основе этого генерировать значительное количество вариантов своего поведения и выбирать наиболее конструктивный из них. В контексте будущей профессиональной деятельности можно сказать, что креативность в сфере общения не является развитой на оптимальном уровне у студентов-психологов. Это значит, что в программу обучения будущих психологов имеет смысл включать дисциплины, ориентированные не только на формирование знаниевых компетенций, но и те, которые создадут условия для развития профессионально важных качеств, в том числе, социальной креативности.

Работа выполнена в рамках конкурса грантов 2012 года для реализации краткосрочных проектов по направлениям развития науки, технологий и техники «Инициатива» в НИУ «БелГУ», проект ВКГИ 015-2012.