

А. Е. Банюхова, О. С. Шемелина

Личностные аспекты креативности

В исследовании сделана попытка изучения социальной креативности как комплексного качества личности, позволяющего находить оригинальные и конструктивные решения в ситуациях межличностного взаимодействия. В структуре взаимосвязанных элементов социальной креативности обнаруживается единство мотивационных, коммуникативных, интеллектуальных и экзистенциальных параметров.

Ключевые слова: типы креативности, социальная креативность, самоактуализация, социальный интеллект, эмпатия.

A. E. Banyukhova, O. S. Shemelina

Personal Aspects of Creativity

In the research an attempt of studying social creativity as a complex characteristic of personality is made, allowing to find original and constructive decisions in situations of interpersonal interaction. In the structure of interrelation elements of social creativity the unity of motivational, communicative, intellectual and existential parameters is found out.

Key words: types of creativity, social creativity, self-actualization, social intelligence, empathy.

Комплексный взгляд получает все большее распространение на креативность: рассматривается функциональная структура взаимодействующих когнитивных и личностных составляющих творческой личности, а также взаимозависимость индивида и его окружения на протяжении всего процесса творческой деятельности. Следовательно, творческий потенциал человека может проявляться не только в предметной сфере, но и в сфере общения. Таким образом, в последнее десятилетие выделяются интеллектуальная и социальная разновидности креативности. Рассмотрев существующие исследования по данной проблеме (В. Н. Дружини [5], Д. Б. Богоявленская [3], А. А. Попель [11], Н. А. Тюрмина [13], С. Ю. Канн [6], А. А. Голованова [4], Н. В. Мартышкина [7], Т. Ю. Осипова [9], О. Ф. Остроумова [10]; С. Mouchiroud [15], T. Lubart, Li-Min Chuang [14], R. E. Purser [16], A. Montuori), мы определяем *социальную креативность* как комплексное качество личности, позволяющее понимать и анализировать причины и динамику различных социальных ситуаций, а также принимать эффективные, творческие, нестандартные решения ситуаций межличностного взаимодействия.

Наряду с понятием «социальная креативность» существует довольно много исследований, посвященных такому феномену, как «социальный интеллект». Объединяя изученные точки зрения, можно отметить, что социальный интеллект рассматривается как система, прежде всего, интеллектуальных способностей, связанных с познанием поведенческой информации, которые одними авторами включаются в общую структуру интеллекта (Дж. Гилфорд, Г. Айзенк, Р. Стернберг, А. Л. Южанинова), другими выделяются в качестве самостоятельного фактора, независимого от академического интеллекта (М. И. Бобнева, Ю. Н. Емельянов).

Процесс социального взаимодействия – это массив со значительно большим количеством переменных, находящихся в сложных диалектических взаимоотношениях друг с другом, где каждая переменная находится не в статичном состоянии, а в динамичном, то есть ее значение в каждый момент времени нестабильно, изменчиво.

Именно нестабильность каждой переменной, приводящая к общей неопределенности, непредсказуемости дальнейшего развития событий требует от индивида оригинальных, нестандартных решений. Отсюда следует вывод о том, что лю-

бое социальное взаимодействие креативно, разница заключается лишь в степени этой креативности.

Но можно ли в таком случае сказать, что в ситуации межличностного взаимодействия у индивида возможны 2 способа поведения: творческий – когда проявляется социальная креативность, и нетворческий – когда в большей степени проявляется социальный интеллект? В пользу такой гипотезы можно привести существующее мнение об изначальных функциях интеллекта и креативности. Когда интеллект рассматривается как адаптация к окружающему миру, а креативность как его преобразование. Однако предложенная дихотомия изначально сужает психологический смысл этих феноменов, особенно если речь идет о социальном взаимодействии.

По нашему мнению, социальные разновидности интеллекта и креативности образуют единый фактор, обеспечивающий эффективность человека в сфере коммуникаций. При этом интеллект можно рассматривать как содержательную, а креативность как процессуальную характеристику межличностного взаимодействия. То есть знания человека о самом себе, о других людях, о способах поведения в различных ситуациях (являющихся проявлением социального интеллекта) гибко преобразуются адекватно коммуникативной ситуации. Но как в случае взаимосвязи интеллекта и креативности субъекта (теория интеллектуального порога), высокий социальный интеллект не обязательно предполагает высокую социальную креативность.

В данной статье будут рассмотрены личностные корреляты социальной креативности студентов. Исследование было разделено на два этапа. Задачей *1-го этапа* явилось обнаружение особенностей проявления креативности (вербальной и образной) в контексте межличностных отношений. В соответствии с выявленными особенностями, на *2-м этапе* рассматривалась вербальная креативность как компонент социальной креативности, определялись личностные предпосылки данного типа креативности.

На *1-ом этапе* исследования (2005–2006 гг.) [1] приняли участие студенты экономических специальностей III курса Новосибирского государственного технического университета. Возраст: 18–22 года. Общий объем выборки составил 233 человека. Используемые методики: ассоциативный тест С. Медника, тест «Круги» Е. Торренса, социометрическая методика. Для

обработки использовались методы математической статистики.

В результате было получено, что в группе лидеров количество студентов с высокой вербальной креативностью значимо больше, чем в группе отвергаемых ($\varphi=1,63$; $p\leq 0,05$; φ – значение по методу углового преобразования Фишера). Количество студентов с высокой образной креативностью, напротив, значимо больше в группе отвергаемых, в отличие от группы лидеров ($\varphi=1,69$; $p\leq 0,05$).

Полученный результат позволил предположить, что разные типы креативности могут, как способствовать, так и препятствовать продуктивной адаптации студентов в группе. Последующий анализ литературы и существующих эмпирических исследований позволил выдвинуть гипотезу о том, что вербальная креативность, возможно, является компонентом более общего и структурного свойства личности, такого как социальная креативность.

Необходимость дифференциации креативности в зависимости от содержания жизненной активности человека обусловлена, прежде всего, тем, что бытие человека имеет 2 основные формы: форму предметной деятельности и форму общения. Общение является самостоятельной и специфической формой активности. Его результат – это не преобразованный предмет, а отношения с другим человеком, с другими людьми.

Опираясь на имеющиеся в литературе представления о структуре социальной креативности, модели коммуникативного потенциала личности и на концепцию психологической структуры креативности как системного психического образования Т. А. Барышевой [2], мы попытались определить социальную креативность как комплексное качество личности, включающее мотивационные, когнитивные, коммуникативные, эмоциональные и экзистенциальные параметры.

Раскрывая структуру социальной креативности, мы исходили, прежде всего, из того понимания творческого потенциала личности, которое представлено в рамках гуманистического подхода. Особо отметим три принципиально важных момента. Во-первых, в рамках данного подхода понятие креативности тесно связано с понятием самоактуализации, саморазвития личности человека; во-вторых, способность к творчеству может быть реализована в любых сферах деятельности человека, в том числе и в сфере социального взаимодействия; в-третьих, данная способность

присуща каждому человеку в той или иной степени.

Социальная креативность – это явление с двойственной природой: с одной стороны, ее можно определить как средство творческого преобразования социальной среды, с другой – бесконечный процесс постоянного преобразования, как социальной ситуации, так и самого субъекта социального взаимодействия.

Таким образом, задачей 2-го этапа (2007–2009 гг.) исследования явилось обнаружение личностных предпосылок социальной креативности. С учетом выделенных структурных компонентов была разработана диагностическая программа. Диагностика эмоциональных, мотивационных, когнитивных, поведенческих и экзистенциальных предпосылок социальной креативности была осуществлена при помощи таких психометрических методик, как: опросник «САМОАЛ» Н. Ф. Калиной для определения показателей самоактуализации (особое внимание вызывают такие шкалы, как «креативность», «ценности», «контактность», «гибкость в общении»); тест социального интеллекта Гилфорда-Салливена; Ассоциативный тест С. Медника, выявляющий вербальную креативность; опросник В. В. Бойко на определение уровня эмпатии; тест смысложизненных ориентаций.

После диагностического этапа исследования, в котором приняли участие студенты техниче-

ских и гуманитарных специальностей НГТУ (n=359), полученные показатели были обработаны с помощью метода углового преобразования Фишера. Основанием для деления на группы явился показатель вербальной креативности. Выборка была разделена на 3 группы по уровню вербальной креативности – высокий, средний, низкий. Последующая обработка осуществлялась путем сравнения групп с высокой (n=58) и низкой (n=48) вербальной креативностью и выявления значимых различий между этими группами по показателям психодиагностических методик.

По методике на выявление уровня самоактуализации «САМОАЛ» (рис. 1, 2) значимые различия были обнаружены по таким шкалам, как «Потребность в познании» ($\phi=5,8$; $p\leq 0,01$), «Автономность» ($\phi=2,3$; $p\leq 0,01$), «Креативность» ($\phi=2,2$; $p\leq 0,05$), «Спонтанность» ($\phi=2,13$; $p\leq 0,05$), «Аутосимпатия» ($\phi=3,1$; $p\leq 0,01$), «Самопонимание» ($\phi=2,29$; $p\leq 0,05$), «Контактность» ($\phi=1,7$; $p\leq 0,05$), «Гибкость в общении» ($\phi=2,47$; $p\leq 0,01$). Кроме того, значимые различия были обнаружены и по общему показателю самоактуализации ($\phi=1,99$; $p\leq 0,05$).

Ниже представлены гистограммы полученных распределений по уровням показателей всех шкал для используемых в исследовании методик. По оси Y показано процентное соотношение испытуемых по уровням выраженности признаков (высокий, средний, низкий).



Рис. 1. Распределение по уровням показателей самоактуализации по шкалам в группе с низкой вербальной креативностью

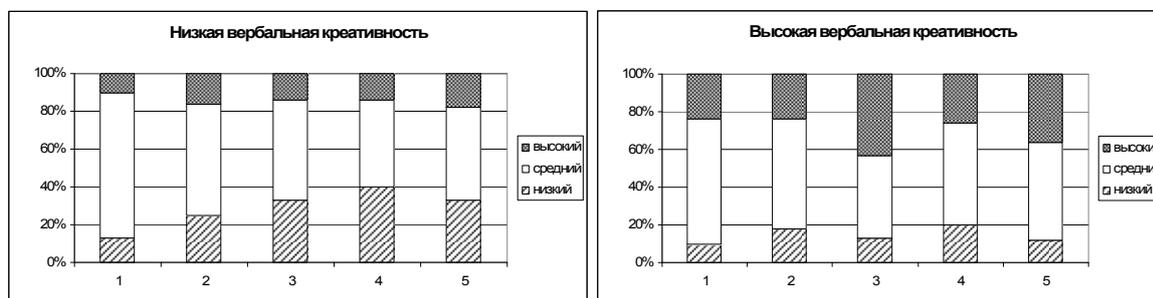


Условные обозначения к рисункам 1 и 2: 1 – Ориентация во времени; 2 – Ценности; 3 – Взгляд на природу человека; 4 – Потребность в познании; 5 – Креативность; 6 – Автономность; 7 – Спонтанность; 8 – Самопонимание; 9 – Аутосимпатия; 10 – Контактность; 11 – Гибкость в общении; 12 – Самоактуализация (общий показатель).

Рис. 2. Распределение по уровням показателей самоактуализации по шкалам в группе с высокой вербальной креативностью

Сравнение групп по методике Гилфорда-Салливена «Социальный интеллект» (рис. 3) выявило значимые различия по следующим шкалам: «Поведенческая чувствительность» ($\phi=1,7$;

$p \leq 0,05$), «Вербальная чувствительность» ($\phi=3,2$; $p \leq 0,01$) и «Социальный интеллект – общий показатель» ($\phi=2,03$; $p \leq 0,05$).



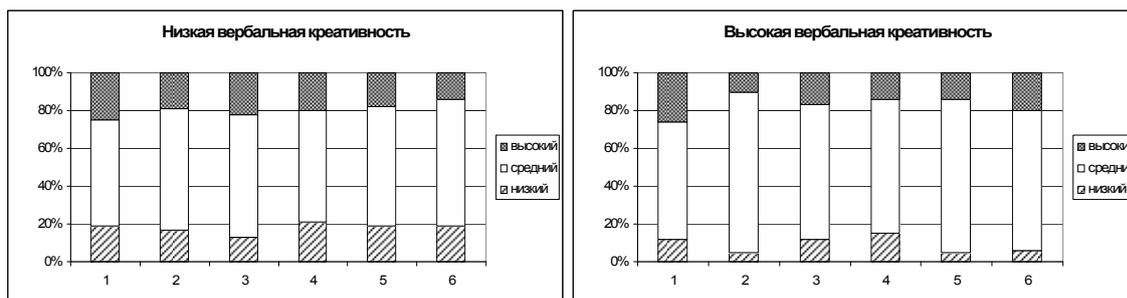
(1 – Субтест 1, Поведенческая чувствительность; 2 – Субтест 2, Невербальная чувствительность; 3 – Субтест 3, Вербальная чувствительность; 4 – Субтест 4, Поведенческая чувствительность (динамика ситуаций); 5 – Общий показатель по всем шкалам, Социальный интеллект).

Рис. 3. Распределение по уровням показателей по методике «Социальный интеллект» в группах с низкой и высокой вербальной креативностью

По выраженности различных параметров теста смысловых ориентаций (рис. 4) также были обнаружены значимые различия. В группе лиц с высокой вербальной креативностью значимо меньше людей, имеющих низкие значения по таким шкалам, как «Процесс» ($\phi=1,98$; $p \leq 0,05$), «Локус контроля-Жизнь» ($\phi=2,28$; $p \leq 0,05$) и по общему показателю осмысленности жизни ($\phi=1,9$; $p \leq 0,05$).

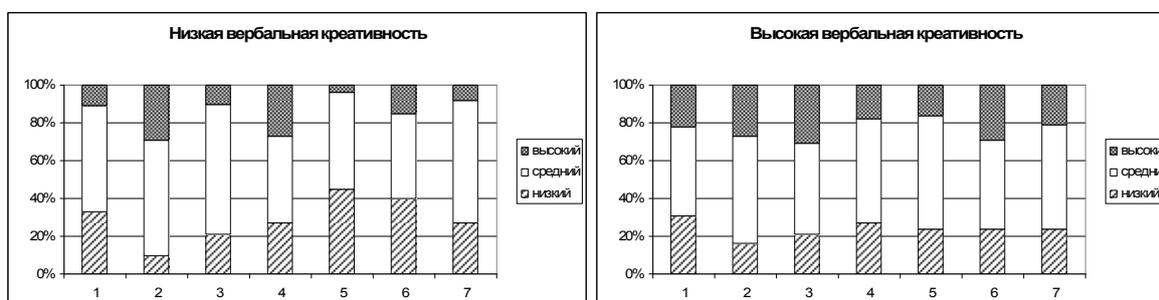
Сравнение показателей методики В. Бойко (тест «Эмпатия») в 2-х группах выявило значимые различия по следующим характеристикам (рис. 5):

«Интуитивный канал эмпатии» ($\phi=2,73$; $p \leq 0,01$), «Проникающая способность в эмпатии» ($\phi=2,29$; $p \leq 0,05$), «Идентификация» ($\phi=1,89$; $p \leq 0,05$), а также по общему показателю «Эмпатия» ($\phi=1,88$; $p \leq 0,05$). Полученные результаты показывают, что лица с высокой вербальной креативностью характеризуются более выраженными психологическими свойствами (мотивационными, коммуникативными, эмоциональными и экзистенциальными) по сравнению с низкокративными, что соответствует структуре социальной креативности личности.



(1 – Цели; 2 – Процесс; 3 – Результат; 4 – Локус контроля-Я; 5 – Локус контроля-Жизнь; 6 – Общий показатель осмысленности жизни).

Рис. 4. Распределение по уровням показателей Теста смысложизненных ориентаций в группах с низкой и высокой вербальной креативностью



(1 – Эмоциональный канал эмпатии; 2 – Рациональный канал эмпатии; 3 – Интуитивный канал эмпатии; 4 – Установки, препятствующие эмпатии; 5 – Проникающая способность; 6 – Идентификация; 7 – Эмпатия (общий показатель)).

Рис. 5. Распределение по уровням показателей методики В. Бойко в группах с низкой и высокой вербальной креативностью

Возвращаясь к гипотезе о том, что вербальная креативность является компонентом более комплексного психологического свойства – социальной креативности, которая актуализируется в межличностном взаимодействии, и на основании полученных *результатов*, мы можем выделить вербальную креативность в качестве *когнитивного* компонента. В соответствии с этим рассмотрим остальные структурные компоненты социальной креативности – мотивационный, коммуникативный, эмоциональный и экзистенциальный.

Как видно из полученных результатов, социальная креативность предполагает выраженность творческого отношения к жизни, стремление к личностному росту, самосовершенствованию, самоактуализации. На наш взгляд, эта характеристика личности выражает наиболее общую *мотивационную* составляющую социальной креативности, ориентацию личности на гармонию и баланс внутри себя, на поиск путей и возможностей реализации своих потенциалов. Ос-

новополагающим для социальной креативности является и чувствительность к себе, самопонимание. Человек в достаточной степени отдает себе отчет в своих потребностях и чувствах, что приближает его к собственной сущности. По А. Маслоу [8], только личность, достигшая определенной степени такого внутреннего баланса, обладает потенциалом к продуктивному социальному взаимодействию с другими людьми.

Творческая реализация социального взаимодействия требует от личности не просто владения различными коммуникативными навыками-умениями. Здесь необходим более глубокий уровень владения коммуникативными средствами, обеспеченный более глубоким развитием личностных способностей. В результате исследования выявлены такие *коммуникативные* особенности высококреативных студентов, как вербальная сензитивность и поведенческая сензитивность. Вербальная сензитивность – это способность использовать языковые средства адекватно ситуации общения и воспринимать информацию без

смысловых искажений. Поведенческая сензитивность проявляется в способности адекватно интерпретировать поведение других людей, а также использовать различные поведенческие стили во взаимодействии с другими людьми в соответствии с социальной ситуацией.

Эмоциональный компонент социальной креативности обнаруживается в способности понять и почувствовать эмоциональное состояние другого человека, проявлении эмпатии. К. Роджерс [12] считал эмпатическое понимание одним из необходимых условий, способствующих созидательному творчеству. В качестве механизмов познания эмоционального мира другого человека были выявлены такие, как идентификация и проникающая способность. Идентификация – это умение понять другого на основе сопереживания, постановки себя на место партнера. В основе идентификации лежат легкость, подвижность и гибкость эмоций, способность к подражанию. Проникающая способность в эмпатии расценивается как свойство, позволяющее создавать атмосферу открытости и доверительности. По нашему мнению, эмпатия и выявленные механизмы являются важными компонентами в структуре социальной креативности, поскольку сопровождают процесс общения и способствуют поддержанию эмоционального фона в условиях проявления социального творчества.

Смысложизненные ориентации каждого человека – это набор свойственных только данной личности ценностей и целей, которые она выбрала как основополагающие для своего существования. В структуре социальной креативности *экзистенциальные* параметры составляют особую группу качеств. Наличие у человека цели придает жизни осмысленность, направленность и временную перспективу, а также влияет на то, как человек интерпретирует мир, реагирует на него и наделяет смыслом собственное поведение и переживания. Таким образом, экзистенции становятся для человека креативным свойством, когда сам человек осознает себя самореализующимся, свободным и открытым к новым формам мышления и взаимодействия.

В результате проведенного исследования можно сделать *вывод* о том, что социальная креативность представляет собой комплексное качество личности, позволяющее находить оригинальные и конструктивные решения в ситуациях межличностного взаимодействия. В структуре взаимосвязанных элементов социальной креативности обнаруживается единство мотива-

ционных, коммуникативных, интеллектуальных, эмоциональных и экзистенциальных параметров, каждый из которых представляет собой отдельный блок личностных характеристик и проявлений, имеющих определенное значение в процессе межличностного взаимодействия. В связи с этим, можно предположить, что общий уровень развития социальной креативности субъекта определяется уровнем развития каждого из названных компонентов ее структуры.

Феномен социальной креативности в настоящее время мало изучен. Анализ литературы показал незначительное количество исследований в данной области. В то же время изучение социальной разновидности творчества имеет большое значение. В процессе жизни человек довольно часто сталкивается с проблемными ситуациями межличностного характера. Более того, успешность предметной деятельности определяется искусством построения взаимоотношений с окружающими людьми.

Библиографический список:

1. Банюхова, А. Е. Социальное поведение творческой личности [Текст] / А. Е. Банюхова // Вестник СПб. ун-та. – 2009. – № 2. – С. 271–276.
2. Барышева, Т. А. Креативность. Диагностика и развитие [Текст] : монография / Т. А. Барышева. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2002. – 257 с.
3. Богоявленская, Д. Б. Две парадигмы – два вектора создания нового [Текст] / Д. Б. Богоявленская // Российский психологический журнал. – 2006. – № 4. – С. 37–44.
4. Голованова, А. А. Коммуникативная креативность субъекта как фактор эффективности группового решения задач [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Голованова Анна Анатольевна. – Казань, 2003. – 23 с.
5. Дружинин В. Н. Психология творчества [Текст] / В. Н. Дружинин // Психолог. журн. – 2005. – № 5. – С. 101–110.
6. Канн, С. Ю. Изучение взаимосвязи креативности общения и креативности мышления студентов [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Канн Светлана Юрьевна – Рязань, 1997. – 22 с.
7. Мартышкина, Н. В. Психологические особенности коммуникативного творчества и развития коммуникативной креативности дошкольников [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Мартышкина Наталья Владимировна – Нижний Новгород, 2006. – 24 с.

8. Маслоу, А. Мотивация и личность [Текст] / А. Маслоу. – СПб. : Евразия. – 1999. – 458 с.
9. Осипова, Т. Ю. Психологические условия развития коммуникативной креативности у студентов технического вуза (на материалах спецкурса «Психология общения») [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Осипова Татьяна Юрьевна. – Томск, 2000. – 26 с.
10. Остроумова, О. Ф. Развитие коммуникативной компетенции студентов факультета иностранных языков в условиях организации креативного учебного процесса [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Остроумова Ольга Федоровна. – Чебоксары, 2006. – 19 с.
11. Попель, А. А. Психологические условия развития социальной креативности студентов в процессе профессиональной подготовки [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Попель Александр Александрович. – Нижний Новгород, 2005. – 24 с.
12. Роджерс, К. Взгляд на психотерапию. Становление человека [Текст] : пер. с англ. / К. Роджерс. – М. : Прогресс, Универс, 1994. – 479 с.
13. Тюрмина, Н. А. Креативность в сфере общения: психологические особенности, условия формирования в подростковом возрасте [Текст] : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Тюрмина Наталья Александровна. – Казань, 2004. – 18 с.
14. Chuang Li-Min. The social psychology of creativity and innovation: process theory (PT) perspective [Текст] / Chuang Li-Min // Social Behavior and Personality. – 2007. – №35 (7). – 875–888 p.
15. Mouchiroud C. Social creativity [Текст] : A cross-sectional study of 6- to 11-year-old children / C. Mouchiroud, T. Lubart // International Journal of Behavioral Development. – 2002. – №26 (1). – 60–69 p.
16. Purser, R. E. Social creativity [Текст] / R. E. Purser, A. Montuori – Cresskill, NJ : Hampton Press, 1999. – Vol. 2. – 345 p.