

Секция «Психология»

Особенности проявления креативности в сфере общения

*Ильиных Анастасия Евгеньевна*

*Аспирант*

*Новосибирский государственный технический университет, Факультет гуманитарного образования, Новосибирск, Россия*

*E-mail: banuchova@gmail.com*

Проблема креативности личности имеет давнюю историю. Область креативности вызывает множество споров и сложна для исследований, поскольку эмпирическое поле фактов, относящихся к данной проблеме, очень широко. Феномен креативности трактуется с разных точек зрения, однако в большинстве случаев если творчество понимается как процесс, имеющий определенную специфику и приводящий к созданию нового, то креативность рассматривается как способность, потенциал, внутренний ресурс человека. Креативность является одной из важнейших составляющих личности, определяющей ее готовность изменяться, отказываться от стереотипов, это способность порождать необычные идеи, отклоняться в мышлении от традиционных схем, быстро разрешать проблемные ситуации.

В последнее десятилетие в психологии творчества происходит разделение креативности на типы, выделение разновидностей в зависимости от сферы, в которой может проявляться творчество. В нашем исследовании рассматривается социальная разновидность креативности. В интеллектуальном творчестве объектом является предмет, и процесс творчества разворачивается по схеме «человек-предмет». А в социальном – объектом является человек, и здесь процесс творчества проявляется в сфере «человек-человек». На данном этапе феномен социальной креативности находится на стадии разработки, делаются попытки описать психологическую структуру коммуникативной креативности (А.А. Попель, Г.В. Сорокоумова, Н.А. Тюрмина, С.Ю. Канн), разработать методику диагностики и развивающей программы.

В нашем исследовании сделана попытка выявления личностных коррелятов креативности и определения особенностей ее проявления в контексте межличностных отношениях. Объектом изучения является креативность студентов, а предметом – особенности ее проявления в структуре межличностных отношений и взаимосвязь с личностными особенностями.

В качестве методов исследования были выбраны следующие: психологическое тестирование и методы статистической обработки данных.

Методики исследования: ассоциативный тест С. Медник для выявления уровня вербальной креативности; тест «Исследование уровня субъективного контроля» (локус контроля (Роттер)); методика, разработанная на кафедре психологии и педагогики НГТУ, для выявления уровня толерантности; социометрическая методика. Обработка результатов осуществлялась по методу углового преобразования Фишера.

Эмпирическая база: студенты экономических специальностей III курса НГТУ. Общий объем выборки – 230 человек

Сравнение групп лидеров и отвергаемых показало, что среди лидеров чаще присутствуют студенты с высокой *вербальной* креативностью ( $j=1.52$ ;  $p<0.08$ ). Таким образом, лица, занимающие высокие позиции в структуре эмоционально-значимых отношений

группы, обладают вербальной креативностью. Они легче манипулируют вербальными стимулами (словесными конструкциями), что является основным инструментом продуктивного общения. Исходя из данного результата невозможно определить, является ли креативность причиной лидерства или нет. Однако можно констатировать, что при построении межличностных отношений креативность имеет определенное значение. Вероятно, студенты с высоким социометрическим статусом при взаимодействии проявляют креативность, а именно ее социальную разновидность.

Основываясь на системном методологическом принципе психологической науки, А.А. Голованова определяет коммуникативную креативность как способность субъекта к созидательному началу в процессе межличностного общения при решении когнитивно-поведенческих проблем. Способность к общению, в процессе и результате которого происходит открытие принципиально нового или усовершенствованного решения той или иной задачи. Среди компонентов коммуникативной креативности выделяются: дивергентные действия; общая информационная и мыслительная база как способность к широкому восприятию, переформулировке проблемы; открытость и толерантность к неопределенности.

Выделенные А.А. Головановой компоненты коммуникативной креативности частично подтверждаются следующими результатами нашего исследования. При сравнении групп студентов с высокой и низкой вербальной креативностью было обнаружено, что количество студентов с высоким уровнем толерантности значительно больше среди высококреативных ( $j=2.2$ ;  $p<0.02$ ). Значение слова «толерантность» (от латинского *tolerantia* – терпение) связывается с терпимостью, снисходительностью к кому - или чему – либо, обозначает готовность предоставить другому человеку свободу мысли и действия. Н.В. Круглова называет толерантностью свойство открытости и свободы мышления, личностную или общественную характеристику, которая предполагает осознание того, что мир и социальная среда являются многомерными, а, следовательно, и взгляды на мир различны и не должны сводиться к единообразию в чью-то пользу.

Таким образом, можно проследить, что проявление социального творчества связано не только со способностью отклоняться от традиционных схем поведения и действия, но с возможностью «услышать» и понять точку зрения другого человека.

Следующий результат, на котором хотелось бы остановиться. Выявлено, что группа студентов с высокой вербальной креативностью значительно превосходит группу низкокреативных по уровню интернальности в области межличностных отношениях ( $j=2.00$ ;  $p<0.03$ ).

Студенты с интернальным локусом контроля считают себя способными контролировать свои неформальные отношения с другими людьми, формировать свой круг общения, вызывать симпатию у окружающих. В общем смысле интернальность подразумевает принятие человеком ответственности за то, что происходит в его жизни. Полученный результат говорит о том, что для творческого человека процесс взаимодействия и построения межличностных отношений не является стихийным и неконтролируемым.

Таким образом, проведенное исследование позволяет определить некоторые личностные составляющие и предпосылки социальной креативности. Среди них можно выделить высокий уровень собственно креативности, толерантность к чужому мнению и поведению, а также принятие ответственности за процесс построения межличностных отношений.

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. Каждый индивид в онтогенезе чаще сталкивается с проблемными ситуациями межличностного характера, чем предметного. Более того, успешность предметной деятельности определяется искусством построения взаимоотношений с окружающими людьми.

**Слова благодарности**

Работа поддержана Департаментом образования, культуры, спорта и молодёжной политики мэрии г. Новосибирска