

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УДК 37.03

Железовская Галина Ивановна

доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики Саратовского государственного университета, Саратов (РФ).

E-mail: ZelezovskayaGI@mail.ru

Абрамова Наталья Викторовна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры немецкого и французского языков Саратовской государственной юридической академии, Саратов (РФ).

E-mail: nataklenin@mail.ru

Гудкова Елена Николаевна

кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики, психологии и права Саратовского государственного аграрного университета им. Н. И. Вавилова, Саратов (РФ).

E-mail: Egudkova@mail.ru

КРЕАТИВНОЕ КОММУНИКАТИВНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК СРЕДСТВО ТВОРЧЕСКОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Аннотация. Цель статьи – обозначить проблему формирования креативного коммуникативного поведения у выпускников системы профессионального образования, которым предстоит трудиться в условиях «креативной экономики».

Методы. Работа построена на обзоре и сравнительном анализе трудов зарубежных и отечественных ученых, занимавшихся проблемами креативности, психологией творчества и изучением коммуникативного поведения.

Результаты и научная новизна. Утверждается необходимость подготовки студентов вузов к проявлению креативности. Дается определение понятия «креативное образование»; характеризуется система требований, предъявляемая к соответствующему ему учебному процессу. Рассматриваются исследовательские позиции в области изучения креативности, разные подходы к ее толкованию и направления научного поиска решения проблемы формирования креативного коммуникативного поведения. Сложность проблемы связана с неразработанностью теории и методики системного и ком-

плексного описания коммуникативного поведения той или иной общности и отсутствием единого мнения по поводу того, представители какой науки должны этим заниматься. С точки зрения авторов, изучение коммуникативного поведения – синтетическое филологическое и социально-антропологическое перспективное научное направление. С одной стороны, описание коммуникативного поведения – составная часть описания любого языка как культурно-исторического феномена; с другой – данное поведение основано на определенных сложившихся общепринятых социальных нормах. Оно реализуется в устной и письменной речи участников процесса коммуникации, а также в невербальных проявлениях общения и служит средством самореализации личности. Задача системы профессионального образования – создать условия для освоения навыков такого поведения. Будущие специалисты как потенциальные субъекты общего творческого процесса должны быть готовы к соблюдению имеющихся норм и традиций общения и вместе с тем должны обладать способностью отказаться от фиксированных, тривиальных представлений при анализе и решении актуальных производственных проблем.

Практическая значимость. Материал статьи может быть интересен преподавателям высшей школы, специалистам в области психологии творчества, аспирантам и организаторам самостоятельной деятельности обучающихся вузов.

Ключевые слова: креативность, коммуникативное поведение, личность, профессиональная деятельность.

Zhelezovskaya Galina I.

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Department of Pedagogy, Saratov State University, Saratov (RF).

E-mail: ZelezovskayaGI@mail.ru

Abramova Natalia V.

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate professor, Department of German and French Languages, Saratov State Law Academy, Saratov (RF).

E-mail: nataklenin@mail.ru

Gudkova Yelena N.

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Pedagogy, Psychology and Law, Saratov State Agrarian University, Saratov (RF).

E-mail: Egudkova@mail.ru

CREATIVE COMMUNICATIVE BEHAVIOR AS A MEANS OF CREATIVE SELF-REALIZATION OF THE INDIVIDUAL

Abstract. The aim of the investigation is to designate a problem of formation of creative communicative behaviour of graduates mastering at “Creative Economics” through the system of vocational training.

Methods. The research is constructed on the review and the comparative analysis of works of the foreign and Russian scientists dealing with the subject of creativeness, psychology of creativity and studying of communicative behaviour.

Results and scientific novelty. The article explains the need to prepare students for the development of creativity. Concept definition «creative formation» is given; the system of requirements shown to educational process corresponding to it is designated. Research positions in the field of creativeness studying, different lines of thought to its interpretation and directions of scientific search of the decision of a problem of formation of creative communicative behaviour are considered. Complexity of a problem is connected with the crudity of theories and techniques of the system, and complex description of communicative behaviour of this or that generality and absence of a common opinion concerning the issue that it is still uncertain, which scientific representatives should be engaged in this field. The authors suppose that studying of communicative behaviour is a synthetic philological and socially-anthropological perspective scientific direction. On the one hand, the description of communicative behaviour is a component of the description of any language as cultural-historical phenomenon; on the other, the given behaviour is based on the certain developed and standard social norms. This behaviour can be implemented in oral and written speech of participants of process of communications, and also in nonverbal displays of dialogue, and may serve as a means of self-realisation of the person. The problem of vocational training system is to create conditions for development of skills of such behaviour. The future experts as potential members of the general creative process should be ready to observance of available norms and traditions of dialogue and at the same time should possess ability to refuse the fixed, trivial representations while analysing and making decisions of actual workplace issues.

Practical significance. The research materials can be useful for teachers of the higher school, experts in the field of creativity psychology, post-graduate students, and facilitators of independent activity of trainees at high schools.

Keywords: creativity, communicative behavior, personality, professional activity.

Необходимость подготовки студентов вуза к креативной деятельности объясняется новой стадией общественного развития – таким феноменом, как «креативная экономика». Высшее профессиональное образование должно реализовывать концепцию человеческого капитала, что требует творческих подходов к построению образовательного процесса, перехода образования от предметно-информационного к профессионально-деловому, от констатирующего – к опережающему и перспективному, от репродуктивного – к креативному.

Креативное высшее образование (и креативная педагогика – его теоретическая основа) – это профессиональная подготовка, ориентированная на развитие творческих способностей человека, закрепление в его сознании установок на поиск инноваций, анализ профессиональных проблем и вариантов деятельности, мотивированное самостоятельное осмыс-

ление действительности, самопознание собственной индивидуальности, превращение знаний в потенциал самосовершенствования.

Готовность студента вуза к проявлению креативности в профессиональной деятельности – это одно из профессионально-личностных новообразований, заключающееся в умении сохранять гибкость, нестандартность при выполнении различных учебных и производственных задач [4].

Современная система образования должна быть нацелена не только и не столько на пассивное накопление информации и опыта обучающимся, сколько на формирование у него потребности и умения мыслить. Особую актуальность приобретает развитие способностей, позволяющих находить оптимальные решения при неопределенности условий и многовариантности ответов. Поэтому в образовательном процессе приветствуются инициативность, самостоятельность, творческий подход к делу и креативное коммуникативное поведение как педагогов, так и учащихся [2].

Изучению психологических аспектов творческой деятельности и креативности посвящены работы многих зарубежных и отечественных исследователей: Дж. Гилфорда, Е. Торренса, К. Роджерса, А. Н. Леонтьева, Л. С. Выготского, С. Л. Рубинштейна, Я. А. Пономарева, С. А. Медника, Б. М. Теплова, В. Н. Дружинина, В. С. Юркевича, Д. Б. Богоявленской, М. А. Холодной, Т. А. Барышевой и др.

Российской наукой термин «креативность» (от лат. *creatio* – созидание) заимствован из англоязычной литературы и часто используется как синоним термина «творческое мышление». Впервые понятие креативности еще в 1922 г. использовал Д. Симпсон, определивший ее как способность человека отказываться от стереотипных способов мышления. Однако, по замечанию В. В. Суворова, «креативность лишь недавно (немногом более полувека назад) приобрела в психологии значение реального феномена, признанного предмета исследования...» [11].

В середине XX в. насчитывалось более 60 определений креативности, среди которых различались гештальтистские (описывающие креативный процесс как разрушение существующего гештальта для построения лучшего), эстетические, или экспрессивные (делающие упор на самовыражении творца), психоаналитические и динамические (описывающие креативность в терминах взаимоотношений Оно, Я и Сверх-Я), инновационные (ориентированные на оценку креативности по новизне конечного продукта), проблемные (определяющие креативность через ряд процессов решения задач) [12].

В узком смысле под креативностью традиционно понимается дивергентное мышление, характеризующееся разнонаправленностью (Дж. Гилфорд, Э. Де Боно), готовностью к генерации идей (М. А. Холодная), способностью видеть в ответе новые задачи (Д. Б. Богоявленская), сензитивностью к интуитивным образованиям и мотивационной напряженностью (А. М. Матюшкин, Я. А. Пономарев).

Дж. Гилфорд выделил следующие основные параметры креативности:

- оригинальность – способность продуцировать отдаленные ассоциации и необычные ответы;
- образная адаптивная гибкость – способность изменить форму стимула таким образом, чтобы увидеть в нем новые признаки и возможности для использования;
- семантическая гибкость – способность выявить основное свойство объекта и предложить новый способ его использования;
- семантическая спонтанная гибкость – способность продуцировать разнообразные идеи в нерегламентированной ситуации [14].

Он же соотнес эти параметры с характеристиками креативной личности, которая должна обладать способностями

- к обнаружению и постановке проблем;
- генерированию идей;
- продуцированию идей (гибкость);
- нестандартно отвечать на раздражители (оригинальность);
- усовершенствованию путем добавления деталей;
- решать проблемы, т. е. способность к анализу и синтезу [Там же].

В настоящее время исследовательские позиции в области креативности охватывают ряд направлений:

- изучение продуктов творчества через анализ текстов – «искусствоведческая» ниша;
- психология искусства и эмпирическая эстетика (В. М. Петров, Г. А. Голицын, М. Н. Георгиев);
- когнитивные представления о креативности и качество ее важнейших атрибутов – оригинальности и функциональности порождаемых идей (Г. Айзенк, К. Мартиндэйл, Дж. Гилфорд);
- исследование характеристик креативных личностей, прежде всего мотивов и личностных черт, а также феномена самоактуализации (Ф. Бэррон, М. Чихуентмихалин, Д. Дамма-Рой, Д. МакКиннон, Ж. Желад, Х. Гоу).

Большой вклад в психологию творчества, важный как для отечественной, так и для зарубежной науки, внес Я. А. Пономарев. Он подготовил концептуальную, методологическую и экспериментальную базу для системного описания основных феноменов творческого процесса. Разработанная ученым структурно-уровневая модель организации творческого процесса обосновывает положение о взаимодействии логического и интуитивного начал [7].

Методологическую базу исследований креативности в отечественной психологической науке, наряду с концепцией Я. А. Пономарева, составляют теория творческого мышления А. М. Матюшкина, рассматривавшего творчество как продуктивный процесс личностного роста и психологического развития; социально-психологический подход к исследованию креативности В. Н. Дружинина и Н. В. Хазратовой, определяющих ее как способность,

требующую актуализации в соответствующей микросоциальной среде. В частности, В. Н. Дружинин представляет механизм развития креативности следующим образом: на основе общей одаренности под влиянием микросреды и подражания формируется система личностных мотивов и свойств (нонконформизм, независимость, мотивация самоактуализации), и в результате общая одаренность преобразуется в актуальную креативность (синтез одаренности и определенной структуры личности) [3].

Согласно М. А. Холодной, креативность наряду с конвергентными способностями, обучаемостью и познавательными стилями характеризуется особенностями функционирования интеллекта [13].

Интеллект (общие интеллектуальные способности) и креативность (общие способности к творческой деятельности) могут быть связаны посредством различных аспектов мыслительной деятельности. По мнению В. Н. Дружинина, креативности соответствует мотивация самоактуализации и творческая деятельность, интеллекту – мотивация достижения и адаптивное поведение [3]. А. В. Брушлинский связывал интеллект с психической активностью, а креативность – с саморегуляцией [1].

Р. Стернберг, автор «теории инвестирования», выделяет три типа интеллектуального поведения: адаптацию, выбор внешней среды и ее преобразование. В последнем типе реализуется творческое поведение, определяемое совокупностью взаимодействующих между собой факторов: лежащей в основе творческого процесса интеллектуальной способностью, знанием, стилем мышления (когнитивным, познавательным, эпистемологическим), индивидуальными чертами, мотивацией, внешней (творческой) средой. Причем «суммарный» эффект от их взаимодействия не может быть соотнесен с влиянием каждого компонента в отдельности: внутренняя мотивация может частично компенсировать отсутствие творческой среды, а взаимодействие мотивации и интеллекта значительно повышает уровень креативности.

По Р. Стернбергу, важнейшими для творчества являются готовность к разумному риску, а также определенным образом сочетающиеся синтетические, аналитические и практические способности интеллекта. Синтетические качества подразумевают оригинальное видение проблемы, выходящее за границы обыденного сознания; самостоятельность мышления, его независимость от стереотипов и внешнего влияния; толерантность к неопределенности. Умение выявлять идеи, достойные дальнейшей разработки, характеризует аналитические способности. Готовность преодолевать сопротивление среды, убеждая в ценности выявленных идей, составляет содержание практической способности [15, 16].

В настоящее время для описания креативности часто используется подход, в рамках которого рассматриваются четыре аспекта: креативный процесс, креативный продукт, креативная личность и креативная среда (социокультурный контекст). При этом к числу наиболее существенных современных тенденций развития психологии творчества относятся объе-

динение когнитивной и личностной составляющих креативности, а также постепенное вытеснение принципа деятельности принципом взаимодействия, что обусловлено множеством обстоятельств, в частности выдвижением в силу объективных причин на передний план исследований диадического, группового и коллективного творчества.

Уникальную, на наш взгляд, модель описания креативного коммуникативного поведения предложил И. А. Стернин. До сих пор коммуникативное поведение той или иной общности еще не было представлено столь системно и комплексно, что объясняется, во-первых, неразработанностью теории и методики такой работы, а во-вторых, отсутствием единого мнения по поводу того, представители какой науки должны этим заниматься [10].

Изучение коммуникативного поведения представляется нам синтетическим филологическим и социально-антропологическим научным направлением будущего. С одной стороны, описание коммуникативного поведения является составной частью описания любого языка как культурно-исторического феномена. С другой стороны, коммуникативное поведение основано на определенных сложившихся и общепринятых социальных нормах, среди которых различают общекультурные, ситуативные и индивидуальные, т. е. коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения отдельных групп людей или социума в целом. Оно реализуется в устной и письменной речи участников процесса коммуникации, а также в невербальных проявлениях общения и служит средством самореализации.

Концепция самореализации связана непосредственно с гуманистической психологией, что прослеживается в первую очередь в трудах психологов гуманистического направления (К. Роджерса, Э. Фромма, А. Маслоу и т. д.).

А. Маслоу полагал, что человек обладает врожденными потребностями и способностями. Здоровое и нормальное развитие состоит в их актуализации и поиске возможностей реализации заложенного природой. Однако внутренняя природа «слаба, хрупка, тонка, легко одолевается привычкой, давлением культуры, неправильным к ней отношением. Но ... даже отвергаясь, она продолжает подпольное существование, вечно стремясь к актуализации». А. Маслоу ввел прагматический критерий успешности для оценки степени самоактуализации как внешнего проявления креативных процессов: «Проблема креативности – это проблема креативной личности (а не продуктов креативной деятельности, не креативного поведения и т. п.). Креативная личность – это особая, даже особенная разновидность человека, а не просто человек, приобретший некое новое умение, вроде умения кататься на коньках, и не человек, делающий какие-то вещи, на которые он “способен”, но которые не являются его сущностью, не заложены в его природе». А. Маслоу определяет креативность личности как важную характеристику самореализации и самоактуализа-

ции личности. Творчество при этом он представляет как «универсальную функцию человека, которая ведет ко всем функциям самовыражения» [6].

Креативность применима к любой общественной сфере, в том числе и прежде всего к профессиональной деятельности, поскольку именно в избранной профессии креативная личность в первую очередь реализует свой потенциал, применяет свои способности и таланты. Л. А. Коростылева, доказывая, что креативность является фактором самореализации личности, определяет способность к инновациям как необходимое сегодня каждому специалисту умение генерировать новые идеи в профессиональной сфере [5].

Таким образом, креативное коммуникативное поведение подразумевает готовность человека быть участником, субъектом общего творческого процесса, соблюдая сложившиеся нормы и традиции общения, и вместе с тем способность отказаться от фиксированных, тривиальных представлений при анализе и решении актуальных производственных проблем. Задача системы профессионального образования – создать условия для формирования навыков такого поведения и всесторонней реализации творческих возможностей студентов – будущих специалистов.

*Статья рекомендована к публикации
д-ром пед. наук, проф. В. Е. Фирстовым*

Литература

1. Брушлинский А. В. Субъект: мышление, учение, воображение. Москва: МПСИ, 1996. С. 30–42.
2. Голованова А. А. Коммуникативная креативность субъекта как фактор эффективности группового решения задач: автореф... канд. псих. наук. Казань. 2003. С. 4–5.
3. Дружинин В. Н., Хазратова Н. В. Экспериментальное наследование формирующего влияния микросреды на креативность // Психологический журнал. 1994. № 4. С. 83–93.
4. Железовская Г. И., Абрамова Н. В., Гудкова Е. Н. Коммуникативная система формирования культуры речевого общения // Проблемы современного образования: материалы IV Международной научно-практической конференции 10–11 сентября. Саратов: Наука, 2013. С. 97–98.
5. Коростылева Л. А. Самореализация. Основные сферы жизнедеятельности: дис. ... д-ра психол. наук. С.-Петербург, 2001.
6. Маслоу А. Мотивация и личность. С.-Петербург: Питер, 2009. С. 122–134.
7. Пономарев Я. А. Психология творчества // Тенденции развития психологической науки. Москва: Наука, 1988. С. 21–25.
8. Роджерс К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. Москва: Прогресс, 1994. С. 57–60.
9. Стернин И. А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования. Воронеж: ВГТУ, 2000. С. 20–44.
10. Стернин И. А., Ларина Т. В., Стернина М. А. Очерк английского коммуникативного поведения. Воронеж: ВГТУ, 2003. С. 70–72.

11. Суворов В. В. Интеллект и креативность в постнеклассической науке. Интеллект неискусственный. Москва: МГУ, 2006. С. 112–120.
12. Торшина К. А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://voppsy.ru/journals_all/issues/1998/984/984123.htm (Дата обращения: 22.01.2014)
13. Холодная М. А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. С.-Петербург: Питер, 2004. С. 32–35.
14. Guilford Y. P. The nature of human intelligence. N. Y.: Mc-Graw Hill, 1967. P. 70–84.
15. Sternberg R. General intellectual ability // Human abilities by R. Sternberg. 1985. P. 5–31.
16. Sternberg R. Y. Inside intelligence // American scientist. 1986. Vol. 74, № 32. P. 137–143.

References

1. Brushlinskii A. V. Sub'ekt: myshlenie, uchenie, voobrazhenie. [Subject: thinking, teaching, and imagination]. Moscow: Publishing House MPSI, 1996. P. 30–42. (In Russian)
2. Golovanova A. A. Kommunikativnaja kreativnost' sub'ekta kak faktor jeffektivnosti gruppovogo reshenija zadach. [Communicative creativity of the subject as a factor of efficiency of the group decision tasks]. Cand. diss. Kazan, 2003. P. 4–5. (In Russian)
3. Druzhinin V. N., Hazratova N. V. Jeksperimental'noe nasledovanie formirujushhego vlijaniya mikrosredy na kreativnost'. [Experimental inheritance formative influence microenvironment on creativity]. *Psihologicheskij zhurnal. [Psychological Journal]*. 1994. № 4. P. 83–93. (In Russian)
4. Zhelezovskaya G. I., Abramova N. V., Gudkova E. N. Kommunikativnaja sistema formirovanija kul'tury rechevogo obshhenija. [Communicative system of formation of communicative culture]. *Problemy sovremennogo obrazovanija: materialy IV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii 10–11 sentjabrja. [Problems of modern education: materials of IV international scientific-practical conference, d.d. 10–11 September, 2013]*. P. 97–98. (In Russian)
5. Korostyleva L. A. Samorealizacija. Osnovnye sfery zhiznedejatel'nosti. [Self-Realization. The main spheres of vital activity]. Cand. diss. Saint-Petersburg: Publishing House Nauka, 2001. (In Russian)
6. Maslow A. Motivacija i lichnost'. [Motivation and personality]. Saint-Petersburg: Publishing House Piter, 2009. P. 122–134. (In Russian)
7. Ponomarev Ya. A. Psihologija tvorcestva, [Psychology of creativity]. Tendencii razvitija psihologicheskoi nauki. [Tendencies of development of psychological science]. Moscow: Publishing House Nauka, 1988. P. 21–25. (In Russian)
8. Rodgers K. Vzgljad na psihoterapiju. [Perspective on psychotherapy]. Stanovlenie cheloveka. [Becoming human]. Moscow, 1994. P. 57–60. (In Russian)
9. Sternin I. A. Ponjatie kommunikativnogo povedenija i problemy ego issledovanija. [Concept of communicative behaviour and problems of its study]. Voronezh: Voronezh State Technical University, 2000. P. 20–44. (In Russian)
10. Sternin I. A. Larina T. V., Sernina M. A. Oчерк английскогo коммуникативного поведения. [Essay of English communicative behaviour]. Voronezh, 2003. P. 70–72. (In Russian)

11. Suvorov V. V. Intellekt i kreativnost' v postneklassicheskoj nauke. [Intelligence and creativity in post-non-classical science]. Intellekt neiskusstvennyj. [Intellect not artificial]. Moscow: Publishing House of Moscow State University, 2006. P. 112–120. (In Russian)
12. Torshin K. A. Sovremennye issledovaniya problemy kreativnosti v zarubezhnoj psihologii. [Modern research of a problem of creativity in foreign psychology]. Available at: http://voppsy.ru/journals_all/issues/1998/984/984123.htm. (In Russian)
13. Holodnaya M. A. Kognitivnye stili. [Cognitive styles]. O prirode individual'nogo uma. [Concerning the nature of the individual mind]. Saint-Petersburg: Publishing House Piter, 2004. P. 32–35. (In Russian)
14. Guilford Y. P. The nature of human intelligence. N. Y.: Mc-Graw Hill, 1967. P. 70–84. (Translated from English)
15. Sternberg R. General intellectual ability. Human abilities by R. Sternberg. 1985. P. 5–31. (Translated from English)
16. Sternberg R.Y. Inside intelligence. *American scientist*. 1986. Vol. 74, 32. P. 137–143. (Translated from English)

УДК 337.015.3

Зеер Эвальд Фридрихович

член-корреспондент Российской академии образования, доктор психологических наук, заведующий кафедрой психологии образования и профессионального развития Российского государственного профессионально-педагогического университета, Екатеринбург (РФ).

E-mail: kafedrappr@mail.ru

Попова Оксана Сергеевна

доктор психологических наук, проректор по воспитательной работе Республиканского института профессионального образования, Минск (Республика Беларусь).

E-mail: popova196262@mail.ru

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТРАЕКТОРИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ШКОЛЕ¹

Аннотация. Цель статьи – продемонстрировать возможность и актуальность психологического сопровождения индивидуальных образовательных траекторий обучающихся, сущность которых – осознанный и ответственный выбор человеком собственного маршрута профессионального роста в соответ-

¹ Исследование проведено в рамках государственного задания Минобрнауки РФ № 2014/393; тема НИР № 1134 «Научно-прикладные основы формирования индивидуальных траекторий развития личности в системе непрерывного образования».