

**Креативность как социально-коммуникативный процесс**

**Барихина Мария Алексеевна**

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*Социологический факультет, Москва, Россия*

*E-mail: barikhina.m@mail.ru*

**Введение**

Мир усложняется, технологии развиваются с огромной скоростью, мы оказываемся вовлечены в постоянную гонку за прогрессом. Культурная эволюция в разы опережает биологическую эволюцию по своей скорости. Разрешением такого противоречия является креативность, она помогает индивиду оставаться гибким по отношению к переменам. Данная тенденция может проследиваться как на индивидуальном, так и на макросоциальном уровне.

**Креативность** считается синонимичной понятию «творчество» и определится следующим образом: процесс культурной человеческой деятельности, в результате которого создаются качественно новые материальные и духовные ценности. Творчество – способность человека из доставляемого действительностью материала созидать новую реальность, удовлетворяющую многообразным потребностям человеческой жизнедеятельности [1].

**Креативность как социально-коммуникативный процесс**

Советский психолог Лев Выготский [2] связывает творческую деятельность с опытом. Он рассматривает корреляцию развития воображения и рассудка. Дети более креативны, так как не связаны категориями опыта, как взрослые, но и комбинации, которые они прикрепляет к этому материалу, более скудные, чем у взрослых. Поэтому Выготский делает вывод, что развитие творческого потенциала ребенка – это деятельность по преобразованию, пополнению, переструктурированию опыта. Опыт в свою очередь невозможно отделить от коммуникации с другими и адаптации к существующим социальным механизмам.

Научный анализ креативности может осуществляться на четырех уровнях - **модель 4P**[4]:

**Person** (личность). Исследования креативности как личностных характеристик.

**Product** (продукт). Исследование креативности как конечного продукта, результата.

**Press** (среда). Отношения людей и их среды. На данном уровне среда воздействует через ценности и традиции. Не совсем объективный подход, так как присутствует индивидуальная интерпретация социального контекста (поэтому в равных социальных условиях не все получают одно и то же).

**Process** (процесс). Креативность как процесс, коммуникация.

Венгерский психолог Михай Чиксентмихайи [3] утверждает, что идея или продукт, которые могут быть названы креативными, имеют своей первопричиной несколько источников, а не ум одного человека. Креативность, по мнению ученого, происходит тогда, когда человек, используя символы заданного пространства, придумывает идею или новый образ, и когда эта инновация признается и утверждается полем экспертов.

Креативность, таким образом, предстает как процесс социально-обусловленный (коренящийся в конкретном символическом пространстве, что говорит о социальной природе этого процесса) и социально-ориентированный (принятие конечного продукта экспертной группой заданного поля).

Креативный процесс имеет фундаментальное научное значение, так как он имеет своим результатом снятие противоречия между человеческими целями и потребностями, с одной стороны, и какими-либо аспектами наличного состояния мира, с другой стороны. В социологическом ключе креативный процесс можно рассматривать как процесс снятия противоречия между состоянием системы и требованиями среды.

### **Заключение**

Креативность (синонимична творчеству) позволяет человеку адаптироваться под стремительную культурную эволюцию. Творчество неотделимо от коммуникации с другими и познания существующих социальных механизмов. Научный анализ креативности может осуществляться на 4 уровнях: личность, продукт, среда и процесс. Анализ всех этих составляющих позволяет сделать вывод о том, что креативность является социально-обусловленным и социально-ориентированным коммуникативным процессом. Данный процесс представляет фундаментальный интерес для науки, так как имеет своим результатом снятие противоречия между состоянием системы и постоянно меняющимися требованиями среды.

### **Литература**

1. Большой толковый словарь по культурологии. Кононенко Б.И.. 2003.
2. Выготский Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте. Изд. 2-е, М.,1957.
3. Csikszentmihalyi, Mihaly (1996). Creativity : Flow and the Psychology of Discovery and Invention. New York: Harper Perennial
4. Runco, Mark A. "Creativity." Annual Review of Psychology 55 (2004): 657–687