

Якимчук Б. кандидат психологічних наук, доцент,
декан факультету початкової освіти, Уманський
державний педагогічний університет імені Павла Тичини
ORCID ID 0000-0002-3303-6478

ФЕНОМЕНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ ЯК ТВОРЧОГО СУБ'ЄКТА ПЕДАГОГІЧНОГО ПРОСТОРУ

У статті презентовано теоретико-методологічні підходи до розгляду творчості як форми суб'єктної активності особистості у педагогічному процесі. Відзначається необхідність розгляду креативності з позицій цілісної особистості, її структурно-динамічних особливостей і системної організації. Аналізується представленість категорії «соціальна креативність» у понятійному апараті психологічної науки, феноменологія соціальної креативності, співвідношення з іншими психологічними характеристиками особистості, змістовне наповнення компонентів соціальної креативності, їхні особистісні підстави.

Творчий процес у зв'язку із цим представлений як одна з форм вираження суб'єктності (вища форма суб'єктної активності), що проявляється у перетворенні навколишнього простору, створенні чогось нового, унікального, «свого», автентичного природі особистості. Розглядаються спонукальні основи особистості - мотиваційні особливості і тенденції, їхня рівнева організація, мотиваційна структура, аналізуються проблеми вивчення мотиваційних компонентів, що спонукають особистість до активної життєдіяльності, зокрема творчої. Спонукальні підстави особистості розглядаються як внутрішні мотиваційні тенденції, які спрямовують поведінку і діяльність людини. Розглядаються особливості взаємодії особистості з одним з реальних професійних просторів - соціономічним: простором явищ, подій, ситуацій і процесів соціального світу.

Ключові слова: соціальна креативність; суб'єктна активність особистості; творчий процес; суб'єктність; спонукальні підстави особистості.

Актуальність дослідження.

Закономірне ускладнення і мінливість сучасного світу обумовлюють запит суспільства на особистість із креативними характеристиками. Потреба у творчому потенціалі не лише виникає з боку суспільства, але і є природною необхідністю, яку усвідомлює окрема людина, що прагне до повноцінного буття [11]. Тим самим виправданим є безперервний інтерес до проблем психології творчості і креативності, особливо до їхніх особистісних засад і специфіки залежно від конкретної сфери особистісного буття [17].

Аналіз досліджень та публікацій. У сучасній психології активно розвивається розуміння особистості як суб'єкта організації просторів власного буття, а також ідея про активність особистості в процесі перетворення буттєвих просторів (С.Д. Максименко, І.П. Маноха, В.О. Татенко, Т.М. Титаренко та ін.). У зв'язку із розглядом особистості як активного, свідомого суб'єкта, що прагне до

повноцінного буття, творчість розглядається як оптимальний варіант реалізації особистістю власного внутрішнього змісту. Таким чином у психологічній науці і практиці долається «недосяжність» творчості і креативності, але і до цих пір не припиняється дискусія про змістовне наповнення зазначених феноменів.

Довгий час креативність як важлива психологічна характеристика особистості викликала суперечки, і декілька поколінь психологів заперечували її значущість. Безліч робіт із цієї проблеми пов'язана з іменами Т.Амабайль, Ф.Барона, Дж.Гілфорда, Е.Торренса, С.Медника, Дж.Рензуллі, А.Маслоу, К.Роджерса, Р.Стернберга, Г.Уоллеса, К.Урбана, Е.Боно та ін.). В українській психології особливий вклад у дослідження цього напрямку внесли фундаментальні праці як А.О. Іванченко, В.В. Клименка, Л.П. Мицихи, В.О.Моляко та ін. Накопичено великий і змістовний матеріал, який дав

певні результати як у теоретичному, так і у практичному аспектах.

Виокремлення специфічних видів креативності представляється як вирішення проблеми суперечності уявлень про взаємозв'язки із нею різних психологічних особливостей, що виникають при вивченні креативності у загальному аспекті [1; 3; 7; 9; 10; 14 та ін.]. Можливість специфікації креативності пов'язана також із розвитком психології буття у реальних сферах людського життя (зокрема, професійного). У зв'язку із мінливістю і різноманіттям соціального світу конкретні професії, в яких соціономічний простір є місцем особистісної реалізації, висувають до особистості особливі вимоги. Для того, щоб не вбудовуватися, а оволодівати і переструктурувати цей простір, необхідно проявляти творчий потенціал, і у цьому сенсі треба бути професіоналом [2; 14; 16]. Конкретний професійний соціономічний простір, зокрема педагогічний, припускає соціальну творчість і соціальну креативність, що забезпечують його. Виокремлюючи для аналізу відносно нову психологічну категорію, відмітимо певну, але недостатню розробленість терміну «соціальна креативність», відсутність його у психологічних словниках [4; 5].

Постановка завдання. Розкриття феноменології соціальної креативності, її співвідношення з іншими психологічними характеристиками особистості у педагогічному процесі.

Мета статті – висвітлення характеру взаємозв'язку соціальної креативності із спонукальним базисом особистості (тенденції до самоактуалізації і досягнень, спрямованість, особистісні цінності).

Виклад основного матеріалу. Інтерес до спонукальних засад творчого потенціалу особистості обумовлений суперечністю даних про мотиваційний компонент креативності. Нефективність мотивування творчих проявів особистості впливом зовнішніх підкріплень підтверджує, що стимулювання проявів креативності відбувається у принципово

іншій якості: на перше місце висуваються мотиви внутрішні, що належать самій особистості і спонукають її до реалізації власних стратегій і сенсів. Питання про мотиваційний компонент креативності може бути спірним, і вивчення спонукального базису соціальної креативності є одним із способів його вирішення.

Особистість розуміється як структурне полісистемне утворення, інтегративна система, що формується під впливом різних просторів буття і яка здатна до оволодіння цими просторами. На думку З.І. Рябікіної особистість представляється як суб'єкт формування буттєвих просторів, що реалізовує тенденцію до самоактуалізації, експансії «Я» у зовнішні простори, до переструктурування просторів буття згідно із структурою особистісних сенсів [15]. Творчий процес у зв'язку із цим представлено як одну із форм вираження суб'єктності (вища форма суб'єктної активності), що проявляється у перетворенні навколишнього простору, створенні чогось нового, унікального, «свого», автентичного природі самої особистості.

С.С. Занюк, О.М. Леонтьєв, В.Е. Мільман, С.Г. Москвічов та ін. розглядають спонукальні основи особистості - мотиваційні особливості і тенденції, їхню рівневу організацію, мотиваційну структуру (аналізуються проблеми вивчення мотиваційних компонентів, спонукаючих особистість до активної життєдіяльності, зокрема творчої). Спонукальні засади особистості розглядаються як внутрішні мотиваційні тенденції, що спрямовують її поведінку і діяльність [8; 13].

На основі уявлень про особистість як суб'єкта самоактуалізації у соціономічному просторі буття з'являється проблема його творчої активності по відношенню до цього простору. Процес соціальної творчості у зв'язку із цим можна представити як одну із форм вираження суб'єктності соціонома, що проявляється у перетворенні соціономічного простору, створенні

особистістю нових способів вирішення соціономічних завдань, оригінальних і нестандартних підходів у взаємодії із соціальним світом. У зв'язку із цим слід виокремити специфічну властивість особистості - соціальну креативність, що потенційно забезпечує можливості для її соціальної творчості. Особистісні засади когнітивного компонента соціальної креативності - це: розвинені соціальний інтелект і соціальна компетентність як системи, що забезпечують можливість створення когнітивний складного, багатоаспектного образу соціального світу; характеристики і процеси соціального мислення: проблематизація, самостійне виявлення суперечностей соціальної дійсності, проблемне бачення і постановка особою соціономічних завдань; трансформація та імплікація, припущення про можливий розвиток соціальних ситуацій, подій, явищ; синергічність як вміння комбінувати суперечливі розрізнені, слабо пов'язані елементи соціальної реальності; дивергентні характеристики соціального мислення - побіжність, гнучкість, оригінальність, продуктивність та ін.; інтуїція як приховане дивергентне мислення, що виявляє імпліцитні (побічні, неявні) знання про реалії соціальної дійсності; розвинена уява, уявне оперування соціальними уявленнями, створення образів неіснуючих моделей соціального світу, його оригінальних комбінацій і форм.

Особистісний базис конативного компонента соціальної креативності - це: надситуативна активність, «неадаптивна» поведінка у соціальних ситуаціях і подіях; вихід за межі соціальної ситуації і наявних можливостей для вирішення соціономічних завдань, активне соціальне пізнання, пошук нового досвіду взаємодії із соціальною реальністю; трансгресивні дії, які розширюють і перетворюють соціальний простір особистості; флексибільність у поведінці і незалежність від соціальних норм, стереотипів, структур соціального світу, що склалися.

Особистісний базис афективного компонента соціальної креативності - це:

соціальний інтерес, почуття цікавого, що спонукає до соціальної активності; творче ставлення до простору соціономічних явищ; дивергентне відчуття і гнучке емоційне ставлення до соціального світу.

Соціальна креативність результативно визначається як властивість особистості, що забезпечує творче суб'єктне перетворення соціономічного простору (а це і є процес соціальної творчості), що виражається у створенні особистістю нових і нестандартних способів вирішення соціономічних завдань, створення нових відносно особистості і суспільства продуктів соціальної реальності: соціальних структур і ситуацій; форм і способів соціальної поведінки; динаміки переживань і стосунків між явищами соціального світу.

Соціальна креативність структурно визначається як властивість особистості, що об'єднує творчо-особистісні особливості (що дозволяють створювати новий продукт у соціальному просторі), а також особистісно-процесуальні характеристики креативності (прояви особистості в процесі взаємодії із соціономічним простором буття, в процесі виконання діяльності, постановки і вирішення соціономічних завдань) і припускає їхню спрямованість на соціальну сферу буття.

Як зазначає Н.Ф. Вишнякова, до творчо-особистісних особливостей соціальної креативності належать оригінальність, допитливість, уява, інтуїція, творче мислення, емоційність, почуття гумору, творче ставлення до професії [6]. Як зазначає Д.Л. Джонсон, до особистісно-процесуальних характеристик соціальної креативності належать: чутливість до проблеми, перевага складнощів, побіжність, гнучкість, винахідливість, здібності до структуризації, оригінальність, продуктивність, незалежність, самодостатня поведінка [18]. Соціальна креативність системно визначається О.Ю. Чичук як інтеграційна багатоаспектна властивість особистості, що об'єднує у собі елементи поведінкової, пізнавальної і

спонукальної систем особистості, що проявляються в процесі створення особою нових форм буття соціономічного простору [17]. Цей вид креативності набуває своєї специфіки згідно з особливостями соціономічного простору, в якому ця властивість проявляється.

Проблема діагностики креативності докладно вивчалася Дж.Гілфордом, Е.Торрансом, С.Медником, М.К.Акімовою, К.М. Гуревичем, Д.Б.Богоявленською, Л.Б. Єрмолаєвою-Томіною та ін.), які обґрунтували необхідність розробки комплексного підходу до виміру соціальної креативності як специфічного різновиду креативності, детально описали методологічні і дослідницькі принципи, що є основою для діагностики соціальної креативності.

Низка мотиваційних тенденцій особистості, таких як самоактуалізація, мотивація досягнень, спрямованість, особистісні цінності є спонукальним компонентом креативності, який конкретизується для її специфічних видів. Спонукальним базисом соціальної креативності є певні особливості таких мотиваційних характеристик, як тенденції до самоактуалізації і до досягнень, особистісні цінності і спрямованість. Соціальна креативність ґрунтується на високому рівні самоактуалізації, а також певній вираженості конкретних особливостей самоактуалізації особистості, таких як ціннісні орієнтації, підтримка, синергія, пізнавальні потреби, сензитивність до себе, спонтанність, креативність. Для особистості із низьким рівнем соціальної креативності характерним є помірний рівень самоактуалізації та її окремих параметрів, а також «невротичні» форми креативності. Особистість із високим рівнем соціальної креативності перебуває у діапазоні високої самоактуалізації за усіма параметрами, окрім компетентності у часі, прийняття агресії, контактності, пізнавальних потреб, загальної креативності, виражених помірно.

Таким чином, соціальна креативність припускає виражене орієнтування на особистісне зростання, розвиток і

самовдосконалення, вона ґрунтується на творчому ставленні до життя і соціономічної сфери. Вона підтримується «внутрішньою» мотивацією, внутрішнім локусом контролю, незалежністю цінностей і переконань, а також підвищеною свідомістю, рефлексією потреб, почуттів і прагнень, суб'єктною позицією особистості по відношенню до соціального світу. Соціальна креативність припускає природне, у тому числі цілеспрямоване, але спонтанне реагування і вираження почуттів.

Особистість із високим рівнем соціальної креативності відрізняється переважанням ціннісних орієнтацій, вона є такою, що самоактуалізується, більш цілісним сприйняттям соціального світу і навколишніх людей, легше зв'язує протилежності. Висока соціальна креативність припускає специфікацію пізнавальної потреби, ставлення до пізнання не як до простого накопичення досвіду, а як до породження нового. Крім того, така особистість відрізняється оптимальною мотивацією досягнень, що забезпечує потенційно більший успіх. Її відрізняє помірно висока мотивація на успіх у поєднанні із слабким мотивом уникнення (успішною орієнтацією на досягнення), вони більш впевнені і продуктивні у реалізації власних цілей, мають більше шансів добитися високих та ефективних результатів, досягти позитивного і гармонійного світовідчуття. Це особистості із реалістичним рівнем домагань, із переважанням орієнтації на успіх, які відрізняються упевненістю у власних силах, наполегливістю у досягненні мети, більшою продуктивністю, критичністю в оцінці досягнутого.

Низькокративних особистостей часто відрізняє неадекватність, тобто завищеність або заниженість домагань, мотивація до уникнення, що проявляється у поведінці як вибір занадто важких або занадто легких цілей, у підвищеній тривожності, невпевненості у власних силах, тенденції уникати ситуації змагання, некритичності в оцінці досягнутого, у помилковості прогнозів і т. п.

Спонукальним базисом соціальної креативності є вираженість різноманіття ціннісних орієнтирів і значущості конкретних сфер соціальної активності, особливо при сильно виражених показниках цієї властивості. При високих показниках соціальна креативність взаємозв'язана зі значущо вираженими цінностями як групи гуманістичних, так і групи прагматичних цінностей - цінності розвитку, креативності, матеріального благополуччя, престижу і збереження індивідуальності.

Величина показника соціальної креативності особистості залежить не стільки від змісту ціннісної системи особистості, скільки від сили і вираженості ціннісних орієнтирів, полімотивованості особистості. Висококреативна особистість відрізняється від низькокреативної тим, що свідомо надає перевагу сфері активності і не відрізняється за перевагами цінностей. У соціономічній професії для особистості із прагматичною спрямованістю більш характерними є низькі показники соціальної креативності, тоді як соціономи із гуманістичною спрямованістю найчастіше демонструють високу соціальну креативність.

Висновки. Соціальна креативність пов'язана із самоактуалізацією, що є спонукальним базисом особистості. При цьому окремі параметри самоактуалізації по-різному взаємозв'язані із соціальною креативністю. Розвинена соціальна креативність припускає творчу спрямованість особистості у сфері самореалізації, самопідтримку особистості (інтернальність, внутрішня незалежність, позитивна свобода, автономність), виражену орієнтацію на цінності самоактуалізації, підвищену чутливість до себе, спонтанність поведінки і безпосередність вираження почуттів, відношення до пізнання як до породження нового.

У соціономічній професії соціальна креативність пов'язана із спрямованістю як спонукальним базисом особистості. Для особистості із високою соціальною креативністю понад усе характерна

гуманістична спрямованість, рідше - прагматична і подвійна; для особистості соціонома із низькою соціальною креативністю більш характерною є прагматична спрямованість, зовсім нехарактерною є подвійна. Розвинена соціальна креативність пов'язана із високою особовою значущістю цінностей як спонукальних засад особистості, при цьому високі показники соціальної креативності ґрунтовані на загальній сильній вираженості ціннісної мотивації, на полімотивованості особистості.

Соціальна креативність пов'язана із вираженою значущістю для особистості сфер соціальної активності, прагненнями особистості до активності в усіх сферах соціального буття (окрім сфери фізичної активності). Висока соціальна креативність припускає перевагу (свідомий вибір) особистістю реалізації прагнення до освітньої активності, розширення кругозору, підвищення рівня вченості, вдосконалення знань; низька соціальна креативність припускає концентрацію особистості на професійній активності, підвищеній включеності у виробничий процес, орієнтацію на відповідність нормам і вимогам професії.

Перспективними напрямками подальших досліджень можуть бути вироблення додаткових діагностичних критеріїв оцінки соціальної креативності, вдосконалення процедури її виміру; поглиблення психологічного змісту її мотиваційного, когнітивного і поведінкового компонентів; відстежування динаміки соціальної креативності у різні вікові періоди, на різних етапах професіоналізації; вивчення соціальної креативності і соціальної творчості у «соціально несхвалюваних» формах, у морально-етичному аспекті; розробка психотехнологій розвитку і супроводу соціальної креативності із врахуванням мотиваційно-потребового стану особистості; розробка тренінгових програм з професіоналізації, підтримки креативного потенціалу фахівців соціономічних професій, зокрема тих, хто працює у педагогічному просторі.

Список використаної літератури

1. Андрейченко А.О. Личностные основания социальной креативности. Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. IX междунар. студ. науч.-практ. конф. №9. URL: <https://sibac.info/archive/humanities/9.pdf>
2. Банюхова А.Е. Социальное поведение творческой личности. *Вестник СПб. ун-та*. 2009. №2. С. 271-276.
3. Барышева Т.А. Креативность. Диагностика и развитие: монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. 257 с.
4. Болтівець С.І. Українська психологічна термінологія: словник-довідник / Укл. С.І. Болтівець, Н.В. Слободяник, М.-Л.А. Чепач, Н.В.Чепелева / За ред. М.-Л. А. Чепач. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2010. 302 с.
5. Бродовська В.Й., Патрик І.П., Яблонько В.Я. Тлумачний словник психологічних термінів в українській мові : словник. 2-е видання. К.: Професіонал, 2005. 224 с.
6. Вишнякова Н.Ф. Психологические основы развития креативности в профессиональной акмеологии: дисс. д-ра психол. н. М., 1996. 394 с.
7. Єрмоленко К.В. Психологічні закономірності соціальної креативності майбутніх психологів на стартовому етапі професійної підготовки. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019. №1. Т.2. С. 48-52.
8. Занюк С.С. Психологія мотивації. К.: Либідь, 2002. 304 с.
9. Іванченко А.О. Психологія креативності особистості: теоретико-методологічний та прикладний аспекти: дис. д-ра психол. наук. Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. К., 2017. 440 с.
10. Ильиных А.Е. Социальная креативность личности: психологическая структура. *Известия Саратовского университета*. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2011. Вып. 3. Т.11. С. 74-76.
11. Маноха І.П. Психологія потенціалу індивідуального буття людини: онтологічно орієнтований підхід: дис. д-ра психол. наук. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. К., 2002. 373 с.
12. Міщиха Л.П. Творчий потенціал особистості у період пізньої дорослості: дис. д-ра психол. наук. Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. К., 2015. 397 с.
13. Москвичев С.Г. Проблема мотивации в психологических исследованиях. К.: Мир, 1975. 235 с.
14. Розова Т.М. Креативність як чинник розвитку професійно-комунікативних здібностей майбутніх психологів: дис... канд. психол. наук. К., 2007. 196 с.
15. Рябикова З.И. Субъектно-бытийный подход к изучению развивающих личность противоречий. *Психологический журнал*. 2008. Том 29. №2. С.78-87.
16. Стратегії творчої діяльності: школа В.О. Моляко. К.: «Освіта України». 2008. 702 с.
17. Чичук Е.Ю. Побудительные основания социальной креативности личности (на материале социологических профессий): дисс. канд. психол. н. Краснодар, 2006. 239 с.
18. Johnson D.L. Social interaction and creativity in communication system. 1979. 322 p.

References

1. Andrejchenko A.O. Lichnostnye osnovanija social'noj kreativnosti. Nauchnoe soobshhestvo studentov XXI stoletija. Gumanitarnye nauki: sb. st. po mat. IX mezhdunar. stud. nauch-prakt. konf. №9. URL: <https://sibac.info/archive/humanities/9.pdf>
2. Banjuhova A.E. Social'noe povedenie tvorcheskoj lichnosti. *Vestnik SPb. un-ta*. 2009. №2. S. 271-276.
3. Barysheva T.A. Kreativnost'. Diagnostika i razvitie: monografija. SPb.: Izd-vo RGPU im. A.I. Gercena, 2002. 257 s.
4. Boltivec' S.I. Ukrai'nc'ka psyhologichna terminologija: clovnyk-dovidnyk / Ukl. S.I. Boltivec', N.V. Clobodjanyk, M.-L.A. Chepa, N.V.Chepeljeva / Za red. M.-L.A. Chepa. K.: DP «Informatyjno-analitychne agentctvo», 2010. 302 s.
5. Brodovc'ka V.J., Patryk I.P., Jablon'ko V.Ja. Tlumachnyj clovnyk psyhologichnyx terminiv v ukrai'nc'kij movi : clovnyk. 2-e vydannja. K.: Profecional, 2005. 224 s.
6. Vishnjakova N.F. Psihologicheskie osnovy razvitija kreativnosti v professional'noj akmeologii: diss. d-ra psihol. n. M., 1996. 394 s.
7. Jermolenko K.V. Psyhologichni zakonomirnosti social'noi' kreatyvno-s-ti majbutnih psyhologiv na startovomu etapi profesijnoi' pidgotovky. *Teorija i praktyka suchasnoi' psyhologii'*. 2019. №1. T.2. S. 48-52.

8. Zanjuk S.S. *Psyhologija motyvacii*. K.: Lybid', 2002. 304 s.
9. Ivanchenko A.O. *Psyhologija kreatyvnosti osobystosti: teoretyko-metodologichnyj ta prykladnyj aspekty: dys. d-ra psyhol. nauk. Instytut psyhologii' imeni G.S. Kostjuka NAPN Ukraï'ny. K., 2017. 440 s.*
10. Il'nyh A.E. *Social'naja kreativnost' lichnosti: psihologicheskaja struktura. Izvestija Saratovskogo universiteta. Ser. Filosofija. Psihologija. Pedagogika. 2011. Vyp. 3. T.11. C. 74-76.*
11. Manoha I.P. *Psyhologija potencialu indyvidual'nogo buttja ljudyny: ontologichno orijentovanyj pidhid: dys. d-ra psyhol. nauk. Kyi'vs'kyj naciona-l'nyj universytet imeni Tarasa Shevchenka. K., 2002. 373 s.*
12. Mishhyha L.P. *Tvorchyj potencial osobystosti u period pizn'oi' doros-losti: dys. d-ra psyhol. nauk. Instytut psyhologii' imeni G.S. Kostjuka NAPN Ukraï'ny. K., 2015. 397 s.*
13. Moskvichev S.G. *Problema motivacii v psihologicheskikh issledovaniyah. K.: Mir, 1975. 235 s.*
14. Rozova T.M. *Kreatyvnist' jak chynnyk rozvytku profesijno-komunikatyvnyh zdbnostej majbutnih psyhologiv: dys... kand. psy-hol. nauk. K., 2007. 196 s.*
15. Rjabikina Z.I. *Sub#ektno-bytijnyj podhod k izucheniju razvivaju-shhikh lichnost' protivorechij. Psihologicheskij zhurnal. 2008. Tom 29. №2. S. 78-87.*
16. *Strategii tvorchoi' dijal'nosti: shkola V.O. Moljako. K.: «Osvita Ukraï'-ny». 2008. 702 c.*
17. Chichuk E.Ju. *Pobuditel'nye osnovaniya social'noj kreatyvnosti lichnosti (na materi ale socionomicheskikh professij): diss. kand. psihol. n. Krasnodar, 2006. 239 s.*
18. Johnson D.L. *Social interaction and creativity in communication system. 1979.*

Резюме

Якимчук Б. кандидат психологичних наук, доцент,
декан факультету начального образования, Уманський
державний педагогічний університет імені Павла Тьчiny

ФЕНОМЕНОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ ЛИЧНОСТИ КАК ТВОРЧЕСКОГО СУБЪЕКТА ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОСТОРУ

В статье представлены теоретико-методологические подходы к рассмотрению творчества как формы субъектной активности личности. Отмечается необходимость рассмотрения креативности с позиций целостной личности, её структурно-динамических особенностей и системной организации. Анализируется представленность категории «социальная креативность» в понятийном аппарате психологической науки, феноменология социальной креативности, соотношение с другими психологическими характеристиками личности, содержательное наполнение компонентов социальной креативности, их личностные основания.

Творческий процесс в этой связи представлен как одна из форм выражения субъектности (высшая форма субъектной активности), проявляющаяся в преобразовании окружающего пространства, создании чего-то нового, уникального, «своего», аутентичного природе личности. Рассматриваются побудительные основы личности – мотивационные особенности и тенденции, их уровневая организация, мотивационная структура, анализируются проблемы изучения мотивационных компонентов, побуждающих личность к активной жизнедеятельности, в частности творческой. Побудительные основания личности рассматриваются как внутренние мотивационные тенденции, направляющие поведение и деятельность человека. Рассматриваются особенности взаимодействия личности с одним из реальных профессиональных пространств – социономическим: пространством явлений, событий, ситуаций и процессов социального мира.

Ключевые слова: социальная креативность; субъектная активность личности; творческий процесс; субъектность; побудительные основания личности.

Summary

Yakimchuk B. associate Professor in psychological sciences,
Uman Pavlo Tichina State Pedagogical University

PHENOMENOLOGY OF SOCIAL CREATIVITY OF PERSONALITY AS A CREATIVE SUBJECT OF PEDAGOGICAL SPACE

In the article presented thejretically-methodological approaches to consideration the creativity as a form of subject activity of personality. Understanding of personality opens up from positions of subject-activitital approach and empiric psychology of life. The theoretical analysis of the basic going comes true near consideration of the phenomena of work and creativity in psychological science. The necessity of consideration of creativity is marked from positions of integral personality, it's structurally-dynamical features and system organization. Expediency of study of the separate types of creativity, related to the

displays of creativity-transformational activity of personality in the certain real spaces of her life, is grounded. At the location of creativity in the structure of personality and system of the psychical phenomena the problem of inconsistency of scientific data registers in researches of creativity and it's intercommunication with personality features. The specification of creativity, selection of it's different kinds, is described depending on the area of work. «Social creativity» is analysed to the presentness category in the concept vehicle of psychological science, phenomenology of social creativity, correlation with other psychological descriptions of personality, rich in content filling of components of social creativity, their personality grounds. Personality is understood as structural polysystem education, integrative system formed under influence of different spaces of life and apt at a capture these spaces. Personality appears as a subject of forming of life spaces, realizing a tendency to selfactualization, expansions «I» in external spaces, to transform the structure of life's spaces according to the structure of personality senses. A creative process is in this connection presented as one of forms of expression of subject (higher form of subject activity), showing up in transformation of surrounding space, creation something new, unique, «it», authentic to nature of personality. Incentive bases of personality are examined are motivational features and tendencies, their level organization, motivational structure, problems are analysed of study of motivational components, propulsive personality to the active vital functions in particular creative. The incentive grounds of personality are examined as internal motivational tendencies, directing behavior and activity of man. The features of cooperation of personality are examined with one of the real professional spaces - socionomical: by space of the phenomena, events, situations and processes of the social world.

Key words: *social creativity, subject activity of personality, creative process, subject, incentive grounds of personality.*