

**Стратегия А. Сосланда**  
**«Воспринимать новое, быть новым, создавать новое»**

Стратегия направлена на формирование открытости новому опыту — кайнэрастии (kainos др. греч. — новый, erastes др. греч. — любящий, почитатель) — как способности адекватно принимать идеи, образы, ситуации и людей, даже если они принципиально новые или необычные. С этим качеством связывают не только процесс становления личности в целом, но и рассматривают его как фактор, позитивно влияющий на развитие креативности, в том числе в социальном контексте. Кайнэрастия, по существу, мотивационный конструкт — установка на новизну, которая составляет коренную сущность любого творческого процесса. Она присуща всем сферам человеческих интересов и всем областям деятельности. В современной психологии выделяется два типа кайнэрастии — пассивный и активный. К пассивному типу относится стремление к перемене впечатлений, новых ощущений. Вместе с тем личность реализует свои стремления к новизне только в творчестве, то есть активным образом. Креативная формула кайнэрастии: *воспринимать новое, быть новым, создавать новое* [106]\*. Эта формула непосредственно связана с таким понятием как «комплекс детскости». «Креативность — это способность удивляться и познавать» (Э. Фром), «...исправлять ошибки, беседовать с кошкой, нырять в глубину, проходить сквозь стены, зажигать солнце, строить замок на песке, приветствовать будущее» (Е. П. Торранс).

А. Маслоу разделяет креативность на два вида: креативность **таланта** и креативность **самоактуализации**. В структуре креативности самоактуализации, которая включает: *восприятие* (открытость к новому опыту), *самовыражение* (спонтанная экспрессивность, естественность и открытость поведения), *влечение к неизведанному* (сензитивность к риску, неизвестности, таинственности, неопределенности), А. Маслоу включает также «*вторую наивность*» (детскость мировосприятия вне стереотипов и нормативов). «Самоактуализированные люди — пишет А. Маслоу — обладают удивительной способностью радоваться жизни. Их восприятие свежо и наивно. Они не устают удивляться, поражаться, испытывать восторг и трепет перед многочисленными и разнообразными проявлениями жизни, к которым обычный человек давно привык, которых он даже не замечает. Колин Уилсон назвал эту способность чувством новизны. Для такого человека закат солнца, пусть даже он видит его в сотый раз, будет так же прекрасен, как и в тот день, когда он увидел его впервые; любой цветок, любой ребенок может захватить его внимание, может предстать перед ним как чудо природы, пусть даже он перевидал на своем веку тысячу цветов и сотни детей» [73, С. 237].

Таким образом, одним из антикреативных качеств, блокирующим свободу

творческих проявлений, в том числе и в социальном контексте, является «комплекс взрослости». «Являясь представителем «мира взрослых», мы как бы отодвигается от своего внутреннего креативного ребенка, становимся ему непонятными и вызываем в нем либо подавленность, либо агрессию, бунт...» (С. А. Сичкорец, <http://ogoni.ru/budte-kak-deti/>).

\* Ссылки указаны в соответствии с библиографией коллективной монографии «Социальная креативность: теория, диагностика, технологии» (СПб.: Изд-во ВВМ, 2019. – 307 с.)