

Межкультурные контакты и креативность: анализ зарубежных подходов

Бульцева М.А.,

аспирант, аспирантская школа по психологии, факультет социальных наук, стажер-исследователь международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований Экспертного института, НИУ ВШЭ, Москва, Россия, mbultseva@hse.ru

Лебедева Н.М.,

доктор психологических наук, профессор, департамент психологии, факультет социальных наук, заведующая международной научно-учебной лаборатории социокультурных исследований Экспертного Института, НИУ ВШЭ, Москва, Россия, nlebedeva@hse.ru

В статье рассматриваются тема взаимосвязи межкультурного взаимодействия и креативности. Данная тема является сейчас весьма актуальной в зарубежных психологических исследованиях и получила широкое освещение. Множество исследований установило, что в целом межкультурный контакт является стимулирующим для креативности, однако единой модели, описывающей механизм формирования данного эффекта, выявлено не было. На основе представленных в зарубежной литературе подходов к объяснению позитивного влияния межкультурного контакта на креативность, были выделены четыре основные группы факторов влияния межкультурного контакта на креативность: когнитивные факторы, связанные с новыми знаниями и их обработкой; факторы, связанные с самоопределением и межгрупповыми отношениями в гетерогенном обществе; факторы аккультурации; личностные факторы.

Ключевые слова: межкультурные контакты, креативность.

Для цитаты:

Бульцева М.А., Лебедева Н.М. Межкультурные контакты и креативность: анализ зарубежных подходов [Электронный ресурс] // Современная зарубежная психология. 2018. Том 7. № 4. С. 15—21. doi:10.17759/jmfp.2018070402

For citation:

Bultseva M.A., Lebedeva N.M. Intercultural contacts and creativity: the analysis of foreign approaches [Elektronnyi resurs]. *Journal of Modern Foreign Psychology*, 2018, vol. 7, no. 4, pp. 15—21. doi: 10.17759/jmfp.2018070402 (In Russ.; Abstr. in Engl.).

По мнению исследователей, креативность служит одновременно реактивным (то есть реагирующим на возникающие стимулы) и в то же время проактивным (то есть создающим новые возможности) двигателем эволюции человечества. Креативность обычно ассоциируют с успехом, новизной и прогрессом. А повышение уровня креативности является важной целью не только для обеспечения благополучия отдельного человека, но и для успешного функционирования общества. Поэтому существующие социальные институты в целом и высшие учебные заведения в частности, помимо их традиционных образовательных направлений деятельности, так или иначе занимаются или должны заниматься решением актуальной задачи стимулирования креативности их участников [34]. С каждым годом увеличивается количество проводимых исследований, посвящённых креативности, при этом основной тренд в изменении тематик исследований состоит в переходе от описательных к прикладным исследованиям, и от прикладных к прогностическим [36]. В свете вышесказанного изучение условий и факторов, выражающихся через механизмы индивидуальных, социальных и культурных влияний, которые воздействуют на креативность и способствуют расширению творческих возможностей — это довольно новая,

значимая и стимулирующая тема для психологов [37]. Изучение креативности в условиях межкультурных контактов — одним из активно развивающихся в данный момент направлений исследований.

Прежде чем обратиться непосредственно к данной теме, необходимо кратко рассмотреть, что же такое креативность и в контексте каких факторов её можно изучать. Интерес к тому, что же такое творчество и что лежит в его основе, возник еще в античные времена, и долгое время понимание творчества и «творческойности» строилось на философских основаниях [1]. В зарубежной психологии исследование креативности началось задолго до 50-х годов прошлого века, но исторически обычно сам этот термин связывают с именем Дж.П. Гилфорда (J.P. Guilford). В этом его «первом» подходе креативность определялась как естественный «природный ресурс» [28]. Стоит отметить, что интерес к этой теме не затухал, и со временем появилось и продолжает появляться в наше время всё больше исследований, посвящённых креативности, но анализирующих её уже с точки зрения разных разделов психологии.

Для того чтобы систематизировать все подходы к креативности, и вывести на их основе наиболее всеохватывающее определение, исследователь Родс (Rhodes) предложил систему четырех «П» [2]. Первое «П» в этой

системе означает личность, которая создает (personality). Ученые, придерживавшиеся этой точки зрения, определяли креативность, как способность, черту характера, или даже часть интеллекта. Второе «П» в данной системе означает процесс создания (process) творческого продукта. Ученые, придерживавшиеся этого направления, изучали креативность с точки зрения процессуального подхода, связи внутренних характеристик личности с их реализацией в творческом процессе, с определенным творческим поведением и решением творческих проблем и задач. Третье «П» в данной системе — это так называемый «пресс» или «креативная среда», то есть влияния, оказываемые на креативных людей или креативный процесс и воздействующие в итоге на получаемый креативный продукт. Четвертое «П» — сам творческий продукт. В этом конструкте креативность оцениваются по тому, насколько нов и полезен продукт — результат креативного труда. Основным смысл этого подхода состоит в том, что исследование именно продуктов — например, рисунков, стихотворений, поделок — является наиболее объективным способом оценки креативности [11].

В целом, благодаря такой многоаспектностью креативности системный подход весьма популярен, так как позволяет охватить разные аспекты этого феномена.

Итак, креативность в подобном системном подходе, учитывающем все 4 «П» — это взаимодействие индивидуальных способностей, конкретного процесса и различного рода средовых влияний, приводящее к производству продукта, одновременно полезного и нового с точки зрения существующего социального контекста [26].

Надо сказать, что подобное системное понимание креативности дало начало многочисленным моделям, увязывающим между собой различные влияющие факторы; появление и развитие таких моделей продолжается по сей день. Ценность подобного подхода в том, что здесь учитывается: креативность — это феномен, сильно зависящий от внешних условий, например, культуры, традиций, системы отношений в обществе, влияния семьи и т.п. Средовые факторы принимаются во внимание и зарубежными (Вудман, Шенфельдт, Чиксентмихайи, Любарт, Рунко, Саймонтон, Кауфман и т. д.) и отечественными (Барышева, Выготский, Асмолов, Шадриков и т. д.) исследователями.

Идея о том, что креативность представляет собой именно социокультурный феномен, пользуется сейчас большой поддержкой в научном сообществе [6]. Некоторые исследователи, критикуют современные модели креативности, утверждая, что несправедливо и некорректно уделять основное внимание только западным ценностям [35] и предполагать их значимость для креативности в культурах других регионов. Появляется все больше работ, критикующих индивидуалистические западные теории креативности [12]; с изучением различий восточных и западных концепций креативности [25], с идеями о том, чем можно обогатить глобальные модели креативности [8; 13]; с кросс-культурными

исследованиями креативности (например, по Хофстеде [27]); с разработкой культурной психологии творчества [8]; с выявлением и объяснением влияния опыта межкультурных взаимодействий на креативность.

Данная работа представляет собой аналитический обзор подходов к изучению взаимосвязи креативности и межкультурных контактов. Однако, что именно следует включить в понятие межкультурного контакта? В целом, само слово «межкультурный» — это зонтичное понятие, охватывающее все различные прямые и косвенные взаимодействия с представителями или элементами других культур [6], с которым сталкивается индивидум, группа или даже целая культура.

Необходимо отметить, что любой межкультурный контакт уже на уровне культур сам по себе оказывается креативным, так как способствует обмену идеями и обогащению, в том числе в разных доменах креативности [22]. С этим солидарен в своем интервью и профессор Матугас (Matugas), отмечая, что креативность не всегда означает появление чего-то абсолютно нового, чаще всего это комбинирование уже существующих идей. И в текущих условиях, в глобальной среде возможность соединять идеи из разных культур для создания новых и полезных идей или продуктов может быть тем, что стимулирует креативность [20]. На уровне отдельных людей значение имеет соотношение культур в зависимости от выраженности их измерений. Так, люди из более «закрытых» культур, как правило, менее творчески подходят к решению повседневных задач при проживании за границей, чем люди из более «открытых» культур. Это объясняется тем, что «закрытые» культуры задают слишком жесткие рамки, ограничивающие экспансивное мышление, являющееся критически важным предвестником креативности [20]. Представленные в научном поле работы постулируют, что межкультурные контакты позитивно связаны с креативностью, но почему и в каких именно случаях?

Обобщая, совокупность научных работ демонстрирует, что креативность выше у детей из смешанных семей [24], экспатов [7] или студентов, обучающихся за рубежом [29], иммигрантов первого и второго поколения [30], у билингвов [14] и внутри этнически- и культурно-гетерогенных групп [21, 31]. Предполагается, что креативность в смешанных группах увеличивается за счет толерантности и большей легкости выражения разных мнений [16].

Были исследованы факторы, порождающие такие различия в креативности. Так, одно из исследований [19] показывает, что на индивидуальном уровне сам факт проживания за рубежом и его длительность влияют на креативность, повышая её уровень, и даже в краткосрочной перспективе отсылка к кросс-культурному опыту или его прайминг способствуют росту креативности [16]. Исследователь Рассел (Russel) и его коллеги предположили, что количество времени, проведенного за рубежом, открытость опыту стимулируют креативность [29], предпочтение стратегии интеграции и общая успешность адаптации способствуют

возникновению позитивного эффекта межкультурного опыта на креативность, в то время как потребность в когнитивной закрытости (need for cognitive closure) может нивелировать данный эффект [23]. Действительно, было доказано, что опыт межкультурных взаимодействий позитивно воздействует на прирост креативности, но при этом модулируется такой чертой личности, как открытость опыту (то есть влияние на креативность наблюдалось только в случае, когда респонденты были выше определенного порога по открытости опыту) [17].

Маддукс и Галинский (Maddux and Galinsky) выявили, что влияние жизни за рубежом на творчество опосредовано тем, насколько люди адаптировались к чужой культуре. Они обратили внимание на то, что с успешностью адаптации коррелируют такие факторы, как интенсивность контактов с принимающим населением, знания и обучение чужой культуре, наличие определенных личностных качеств, например, таких как уверенность в себе, общительность и экстраверсия, высокий социально-экономический статус, лингвистическая компетентность, и возраст [19]. Особый упор в своем исследовании они сделали на межкультурное обучение, и выявили, что кросс-культурный контакт приводит к приросту в креативности, когда он связан с культурным обучением, причем функциональное обучение (более глубокое, с указанием не просто на содержательную часть другой культуры, но и на причины формирования её именно в таком виде) сильнее воздействует на креативность [18]. Кроме того, важно, что в соответствии с теорией мотивированного культурного познания люди не просто пассивный объект культурных влияний, напротив, они рассматривают идеи из разных культурных традиций как интеллектуальные ресурсы, комбинируя которые, можно эффективно решать возникающие задачи. Однако иногда складываются определенные ситуации, активизирующие такие мотивационные факторы, как потребность в когнитивной закрытости и экзистенциальный террор, и тогда вне зависимости от количества межкультурного опыта, человек будет сопротивляться заимствованию идей из иностранных культур [17], и, соответственно уровень его креативности может остаться прежним или даже упасть, вместо того, чтобы вырасти.

Говоря о механизмах влияния, какой-то единой универсальной схемы предложено не было, тем не менее исследования в этом направлении ведутся.

Было обнаружено, что включение в другую культуру, измеряемое через формирование бикультурной идентичности, связано с повышением интегративной сложности (умением смотреть на ситуации с разных точек зрения), а это в свою очередь повышает креативность [32; 33]. Следует иметь в виду, что в процессе формирования двойной идентичности очень важна культурная дистанция, и, соответственно, она тоже оказывает опосредующее влияние на изменение креативности [10].

В совместном исследовании Леунга, Маддукса, Галинского и Чиу (Leung, Maddux, Galinsky, Chiu) была высказана идея о том, что механизм влияния между-

турного взаимодействия на креативность следующий: межкультурный опыт обеспечивает прямой доступ к новым идеям из других культур; формируется способность видеть несколько основных функций за одной и той же формой; рутинные структуры знаний дестабилизируются, тем самым увеличивая доступность обычно недоступных знаний; после этого происходит создание психологической готовности к заимствованию идей из незнакомых ранее источников; и, наконец, креативность воплощается в синтезе, казалось бы, несовместимых идей из разных культур. Основные выводы исследования этих авторов состоят в том, что, во-первых, межкультурный опыт стимулирует творческую продуктивность и использование когнитивных процессов, поддерживающих креативность; во-вторых, связь между межкультурным опытом и креативностью наиболее очевидна в случае глубокого погружения в другую культуру (например, при проживании за рубежом); в-третьих, обусловленность креативности межкультурным опытом зависит от индивидуальных различий в том, насколько люди открыты новому опыту, как они приспосабливаются к новой культуре, насколько активно они вовлечены в процесс сравнения культур; и, наконец, контекст также влияет на то, насколько сильной будет связь между межкультурным опытом и креативностью — так, эта связь слабее, когда требуются жесткие однозначные ответы и когда поддерживается приверженность традиционным знаниям [23]. На наш взгляд, последний вывод созвучен идеям, высказанным проф. Матугасом относительно «открытых» и «закрытых» культур.

Исследователи Бенет-Мартинез, Ли и Леу (Benet-Martínez, Lee, Leu) предложили специфическую для культуры концепцию переключения культурного фрейма, которое, как они полагают, активизирует сложные когнитивные процессы, усиливающие творческое мышление [3]. На основании этой идеи, Ли, Терриалт и Линдерхольм (Lee, Therriault, Linderholm) сформулировали гипотезу о том, что в условиях межкультурного контакта у человека также происходит смена культурного фрейма [15], так как культурные сценарии, присущие родной культуре, могут оказаться неприменимыми или даже противоречивыми в новой обстановке. В результате возникающий когнитивный диссонанс инициирует процесс сложных когнитивных и поведенческих модификаций для адаптации новых культурных знаний и традиций [33].

Дискутируя между собой по поводу разработанности темы взаимосвязи межкультурного опыта и креативности, исследователи отмечают, что в основном в фокус исследований попадают так называемая малая креативность и значительный межкультурный опыт (например, проживание в чужой стране) [19]. То есть связи между межкультурным опытом и большой креативностью, а также связи между креативностью (и малой, и большой) и более мягкими формами мультикультурного опыта (например, воздействие межкультурной информации на людей, проживающих в родной стране) остаются неизученной, и потому перспективной зоной исследований.

Обобщая всё вышесказанное, можно сделать следующий вывод. Хотя многочисленные зарубежные исследования и показывают, что межкультурный опыт способен стимулировать креативность, однако не все исследователи пытались выявить механизм этого влияния. Даже среди тех ученых, которые предпринимали попытки объяснить, как именно и почему межкультурный контакт воздействует на креативность, наблюдаются разные точки зрения; авторы выдвигают разные причины для роста креативности в условиях межкультурных взаимодействий: когнитивные факторы, связанные с соединением идей из разных культур [5], культурное обучение [19], межгрупповые сравнения и воспринимаемая культурная дистанция [5], наличие определенных личностных черт, таких как толерантность и открытость опыту [17], способствующих креативному преобразованию получаемого опыта, интеграционная аккультурационная стратегия [29], формирование бикультурной идентичности [32; 33]. Почти все научные работы по данной тематике подчеркивают важность успешной адаптации и длительности пребывания за границей. Однако, так как аккультурация является двусторонним процессом, то характеристики принимающего населения внутри своей страны также могут изменяться из-за контакта с представителями другой культуры. Особенно в случае высокой интенсивности межкультурных контактов — так, например,

принимающее население тоже может испытывать культурный шок [4]. Но взаимосвязь креативности и межкультурного опыта именно у этой группы остаётся на данный момент практически не изученной.

Завершить обзор литературы по теме влияния включенности в межкультурные контакты на креативность можно несколькими выводами. Во-первых, межкультурные взаимодействия стимулируют креативность посредством активизации особых когнитивных процессов за счёт воздействия определенных факторов. Во-вторых, эти воздействующие факторы можно объединить в несколько больших «тематических» групп: когнитивные факторы, связанные с новыми знаниями и их обработкой (наличие знаний о культурах, сравнение культур, переключение культурного фрейма, возникновение когнитивного диссонанса, повышение интегративной сложности и т. п.); факторы, связанные с самоопределением и межгрупповыми отношениями в гетерогенном обществе (формирование бикультурной идентичности, толерантность и установки по отношению к представителям других культур), факторы аккультурации и адаптации; личностные факторы. В-третьих, на данный момент не существует модели, интегрирующей все четыре группы факторов, и объясняющей как их влияния на креативность, так и взаимосвязи между собой, хотя для её разработки уже сейчас имеются теоретические предпосылки.

Финансирование

Статья подготовлена в результате проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) и с использованием средств субсидии в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

ЛИТЕРАТУРА

1. Яголковский С.П. Психология креативности и инноваций: Учебное пособие. Москва: Гос. ун-т ВШЭ, 2007. 158 с.
2. Batey M. The measurement of creativity: From definitional consensus to the introduction of a new heuristic framework // *Creativity Research Journal*. 2012. Vol. 24. № 1. P. 55—65. doi:10.1080/10400419.2012.649181
3. Benet-Martínez V., Lee F., Leu J. Biculturalism and cognitive complexity: Expertise in cultural representations // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2006. Vol. 37. № 4. P. 386—407. doi:10.1177/0022022106288476
4. Bochner S. Culture shock due to contact with unfamiliar cultures // *Online readings in psychology and culture*. 2003. Vol. 8. № 1. Article. 7. P. 1—12. doi:10.9707/2307-0919.1073
5. Cheng C.Y., Leung A.K. Revisiting the multicultural experience-creativity link: The effects of perceived cultural distance and comparison mind-set // *Social Psychological & Personality Science*. 2012. Vol. 4. № 4. P. 475—482. doi:10.1177/1948550612462413
6. Dunne C. Can Intercultural Experiences Foster Creativity? The Relevance, Theory and Evidence // *Journal of Intercultural Studies*. 2017. Vol. 38. № 2. P. 189—212. doi:10.1080/07256868.2017.1291495
7. Fee A., Gray S.J. The expatriate-creativity hypothesis: A longitudinal field test // *Human Relations*. 2012. Vol. 65. № 12. P. 1515—1538. doi:10.1177/0018726712454900
8. Glăveanu V.P. Creativity as a sociocultural act // *The Journal of Creative Behavior*. 2015. Vol. 49. № 3. P. 165—180. doi:10.1002/jocb.94
9. Glăveanu V.P. Rewriting the language of creativity: The Five A's framework // *Review of General Psychology*. 2013. Vol. 17. № 1. P. 69—81.
10. Gocłowska M.A., Crisp R.J. How dual-identity processes foster creativity // *Review of General Psychology*. 2014. Vol. 18. № 3. P. 216—236. doi:10.1037/gpr0000008
11. Hennessey B.A., Amabile T.B. Creativity // *Annual Review of Psychology*. 2010. Vol. 61. P. 569—598. doi:10.1146/annurev.psych.093008.100416
12. Hennessey B.A. Creative behavior, motivation, environment and culture: The building of a systems model // *The Journal of Creative Behavior*. 2015. Vol. 49. № 3. P. 194—210. doi:10.1002/jocb.97

13. *Kharkhurin A.V.* Creativity,4in1: Four-criterion construct of creativity // *Creativity Research Journal*. 2014. Vol. 26. № 3. P. 338—352. doi:10.1080/10400419.2014.929424
14. *Kharkhurin A.V.* Sociocultural differences in the relationship between bilingualism and creative potential // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2010. Vol. 41. № 5—6. P. 776—783. doi:10.1177/0022022110361777
15. *Lee C.S., Therriault D.J., Linderholm T.* On the cognitive benefits of cultural experience: Exploring the relationship between studying abroad and creative thinking // *Applied Cognitive Psychology*. 2012. Vol. 26. № 5. P. 768—778. doi:10.1002/acp.2857
16. *Leung A.K., Chiu C.* Multicultural experience, idea receptiveness, and creativity // *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2010. Vol. 41. № 5—6. P. 723—741. doi.org/10.1177/0022022110361707
17. *Leung, A.K.-Y., Chiu, C.-Y.* Interactive Effects of Multicultural Experiences and Openness to Experience on Creativity // *Creativity Research Journal*. 2008. Vol. 20. № 4. P. 376—382. doi:10.1080/10400410802391371
18. *Maddux W.W., Adam H., Galinsky A.D.* When in Rome... Learn why the Romans do what they do: How multicultural learning experiences facilitate creativity // *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2010. Vol. 36. № 6. P. 731—741. doi:10.1177/0146167210367786
19. *Maddux W.W., Galinsky A.D.* Cultural borders and mental barriers: The relationship between living abroad and creativity // *Journal of personality and social psychology*. 2009. Vol. 96. № 5. P. 1047—1061. doi: 10.1037/a0014861
20. *Matugas M.Rh.M.* Cross-cultural creativity: Breaking cultural barriers, enabling businesses [Электронный ресурс] // *The SMU Blog*. 2014. URL: <https://blog.smu.edu.sg/undergraduate/lkcsb/cross-cultural-creativity-breaking-cultural-barriers-enabling-businesses/> (дата обращения 04.06.2018).
21. *McLeod P.L., Lobel S.A., Cox Jr.T.H.* Ethnic diversity and creativity in small groups // *Small group research*. 1996. Vol. 27. № 2. P. 248—264. doi:10.1177/1046496496272003
22. *Montuori A., Stephenson H.* Creativity, culture contact, and diversity // *World Futures*. 2010. Vol. 66. № 3—4. P. 266—285. doi:10.1080/0260402100368050
23. Multicultural experience enhances creativity: The when and how / *Leung A. K., [et al.] // American Psychologist*. 2008. Vol. 63. № 3. P. 169—181. doi:10.1037/0003-066X.63.3.169
24. Multicultural families and creative children / *Chang J. H. [et al.] // Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2014. Vol. 45. № 8. P. 1288—1296. doi:10.1177/0022022114537556
25. *Niu W., Sternberg R.J.* The philosophical roots of Western and Eastern conceptions of creativity // *Journal of Theoretical and Philosophical Psychology*. 2006. Vol. 26. № 1—2. P. 18—38. doi:10.1037/h0091265
26. *Plucker J.A., Beghetto R.A., Dow G.T.* Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls, and future directions in creativity research // *Educational psychologist*. 2004. Vol. 39. № 2. P. 83—96. doi:10.1207/s15326985ep3902_1
27. *Rinne T., Steel G.D., Fairweather J.* The role of Hofstede's individualism in national-level creativity // *Creativity Research Journal*. 2013. Vol. 25. № 1. P. 129—136. doi:10.1080/10400419.2013.752293
28. *Runco M.A.* Creativity // *Annual Review Psychology*. 2004. Vol. 55. P. 657—87. doi:10.1146/annurev.psych.55.090902.141502
29. *Russell M.J., DeVries J.W., DeYoung C.G.* How internationalizing students through cross-cultural experiences may affect creativity [Электронный ресурс]: [Poster session at the 2011 Internationalizing the Curriculum and Campus Conference, Minneapolis, MN.] // *University of Minnesota. Driven to Discover*. 2011. URL: https://global.umn.edu/icc/documents/11_conference_poster23.pdf (дата обращения 03.06.2018).
30. *Simonton D.K.* Foreign influence and national achievement: The impact of open milieus on Japanese civilization // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1997. Vol. 72. № 1. P. 86—94. doi:10.1037/0022-3514.72.1.86
31. *Simonton D.K.* Origins of genius: Darwinian perspectives on creativity. New York: Oxford University Press. 1999. 320 p.
32. *Tadmor C.T., Galinsky A.D., Maddux W.W.* Getting the most out of living abroad: biculturalism and integrative complexity as key drivers of creative and professional success // *Journal of personality and social psychology*. 2012. Vol. 103. № 3. P. 520—542. doi:10.1037/a0029360
33. *Tadmor C.T., Tetlock P.E., Peng K.* Biculturalism and integrative complexity: testing the acculturation complexity model // *Academy of Management Proceedings*. 2006. № 1. P. 105—139. doi:10.5465/ambpp.2006.22898587
34. The impact of culture on creativity [Электронный ресурс]: A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture) / *KEA European Affairs*. [Brussels]: KEA European Affairs 2009. 240 p. URL: <http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf> (дата обращения: 03.06.2018)
35. *Westwood R., Low D.R.* The multicultural muse: Culture, creativity and innovation // *International journal of cross cultural management*. 2003. Vol. 3. № 2. P. 235—259. doi:10.1177/14705958030032006
36. *Williams R., Runco M.A., Berlow E.* Mapping the themes, impact, and cohesion of creativity research over the last 25 years // *Creativity Research Journal*. 2016. Vol. 28. № 4. P. 385—394. doi:10.1080/10400419.2016.1230358
37. *Yi X.* Creativity, efficacy and their organizational, cultural influences [Электронный ресурс] // *Freie Universität Berlin*. 2008. URL: <https://refubium.fu-berlin.de/handle/fub188/11001> (дата обращения 03.06.2018).

Intercultural contacts and creativity: an analysis of foreign approaches

Bultseva M.A.,

postgraduate student, doctoral school of psychology, faculty of social sciences, trainee researcher at the international research and teaching laboratory for socio-cultural research, Expert Institute, National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia, mbultseva@hse.ru

Lebedeva N.M.,

doctor of psychological sciences, tenured professor, psychology department, faculty of social sciences, head of the international research and teaching laboratory for socio-cultural research, Expert Institute, National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia, nlebedeva@hse.ru

The article observes the interrelation between intercultural interaction and creativity. The topic considered is of immediate interest in foreign psychological studies and has received an extended coverage in contemporary scientific journals. In many studies it has been stated that, in general, intercultural contact stimulates creativity. Nevertheless, a single unified model describing the mechanism of such effect occurrence has not been created. Four main groups of factors influencing the relations of intercultural contact and creativity have been formulated, based on the approaches presented in the foreign literature: cognitive factors associated with new knowledge and its processing; factors related to self-identification and intergroup relations in a heterogeneous society; factors of acculturation; personality factors.

Keywords: intercultural contacts, creativity.

Funding

The article was prepared within the framework of the Basic Research Program at the National Research University Higher School of Economics (HSE) and supported within the framework of a subsidy by the Russian Academic Excellence Project «5-100».

REFERENCES

1. Yagolkovskiy S.R. Psikhologiya kreativnosti i innovatsii [Psychology of creativity and innovations]: Uchebnoe posobie. Moscow: HSE, 2007. 158 p. (In Russ.).
2. Batey M. The measurement of creativity: From definitional consensus to the introduction of a new heuristic framework. *Creativity Research Journal*, 2012, vol. 24, no. 1, pp. 55—65. doi:10.1080/10400419.2012.649181
3. Benet-Martínez V., Lee F., Leu J. Biculturalism and cognitive complexity: Expertise in cultural representations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2006, vol. 37, no. 4, pp. 386—407. doi:10.1177/0022022106288476
4. Bochner S. Culture shock due to contact with unfamiliar cultures. *Online readings in psychology and culture*, 2003, vol. 8, no. 1. Article. 7, pp. 1—12. doi:10.9707/2307-0919.1073
5. Cheng C.Y., Leung A.K. Revisiting the multicultural experience-creativity link: The effects of perceived cultural distance and comparison mind-set. *Social Psychological & Personality Science*, 2012, vol. 4, no. 4, pp. 475—482. doi:10.1177/1948550612462413
6. Dunne C. Can Intercultural Experiences Foster Creativity? The Relevance, Theory and Evidence. *Journal of Intercultural Studies*, 2017, vol. 38, no. 2, pp. 189—212. doi:10.1080/07256868.2017.1291495
7. Fee A., Gray S.J. The expatriate-creativity hypothesis: A longitudinal field test. *Human Relations*, 2012, vol. 65, no. 12, pp. 1515—1538. doi:10.1177/0018726712454900
8. Glăveanu V.P. Creativity as a sociocultural act. *The Journal of Creative Behavior*, 2015, vol. 49, no. 3, pp. 165—180. doi:10.1002/jocb.94
9. Glăveanu V.P. Rewriting the language of creativity: The Five A's framework. *Review of General Psychology*, 2013, vol. 17, no. 1, pp. 69—81.
10. Gocłowska M.A., Crisp R.J. How dual-identity processes foster creativity. *Review of General Psychology*, 2014, vol. 18, no. 3, pp. 216—236. doi:10.1037/gpr0000008
11. Hennessey B.A., Amabile T.B. Creativity. *Annual Review of Psychology*, 2010, vol. 61, pp. 569—598. doi:10.1146/annurev.psych.093008.100416
12. Hennessey B.A. Creative behavior, motivation, environment and culture: The building of a systems model. *The Journal of Creative Behavior*, 2015, vol. 49, no. 3, pp. 194—210. doi:10.1002/jocb.97
13. Kharkhurin A.V. Creativity.4in1: Four-criterion construct of creativity. *Creativity Research Journal*, 2014, vol. 26, no. 3, pp. 338—352. doi:10.1080/10400419.2014.929424

14. Kharkhurin A.V. Sociocultural differences in the relationship between bilingualism and creative potential. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2010, vol. 41, no. 5—6, pp. 776—783. doi:10.1177/0022022110361777
15. Lee C.S., Therriault D.J., Linderholm T. On the cognitive benefits of cultural experience: Exploring the relationship between studying abroad and creative thinking. *Applied Cognitive Psychology*, 2012, vol. 26, no. 5, pp. 768—778. doi:10.1002/acp.2857
16. Leung A.K., Chiu C. Multicultural experience, idea receptiveness, and creativity. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2010, vol. 41, no. 5—6, pp. 723—741. doi.org/10.1177/0022022110361707
17. Leung, A.K.-Y., Chiu, C.-Y. Interactive Effects of Multicultural Experiences and Openness to Experience on Creativity. *Creativity Research Journal*, 2008, vol. 20, no. 4, pp. 376—382. doi:10.1080/10400410802391371
18. Maddux W.W., Adam H., Galinsky A.D. When in Rome... Learn why the Romans do what they do: How multicultural learning experiences facilitate creativity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2010, vol. 36, no. 6, pp. 731—741. doi:10.1177/0146167210367786
19. Maddux W.W., Galinsky A.D. Cultural borders and mental barriers: The relationship between living abroad and creativity. *Journal of personality and social psychology*, 2009, vol. 96, no. 5, pp. 1047—1061. doi:10.1037/a0014861
20. Matugas M.Rh.M. Cross-cultural creativity: Breaking cultural barriers, enabling businesses [Elektronnyi resurs]. *The SMU Blog*, 2014. Available at: <https://blog.smu.edu.sg/undergraduate/lkcsb/cross-cultural-creativity-breaking-cultural-barriers-enabling-businesses/> (Accessed 04.06.2018).
21. McLeod P.L., Lobel S.A., Cox Jr.T.H. Ethnic diversity and creativity in small groups. *Small group research*, 1996, vol. 27, no. 2, pp. 248—264. doi:10.1177/1046496496272003
22. Montuori A., Stephenson H. Creativity, culture contact, and diversity. *World Futures*, 2010, vol. 66, no. 3—4, pp. 266—285. doi:10.1080/0260402100368050
23. Leung A.K. et al. Multicultural experience enhances creativity: The when and how. *American Psychologist*, 2008, vol. 63, no. 3, pp. 169—181. doi:10.1037/0003-066X.63.3.169
24. Chang J.H. et al. Multicultural families and creative children. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 2014, vol. 45, no. 8, pp. 1288—1296. doi:10.1177/0022022114537556
25. Niu W., Sternberg R.J. The philosophical roots of Western and Eastern conceptions of creativity. *Journal of Theoretical and Philosophical Psychology*, 2006, vol. 26, no. 1—2, pp. 18—38. doi:10.1037/h0091265
26. Plucker J.A., Beghetto R.A., Dow G.T. Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls, and future directions in creativity research. *Educational psychologist*, 2004, vol. 39, no. 2, pp. 83—96. doi:10.1207/s15326985ep3902_1
27. Rinne T., Steel G.D., Fairweather J. The role of Hofstede's individualism in national-level creativity *Creativity Research Journal*, 2013, vol. 25, no. 1. С. 129—136. doi:10.1080/10400419.2013.752293
28. Runco M.A. Creativity. *Annual Review Psychology*, 2004, vol. 55, pp. 657—87. doi:10.1146/annurev.psych.55.090902.141502
29. Russell M.J., DeVries J.W., DeYoung C.G. How internationalizing students through cross-cultural experiences may affect creativity [Elektronnyi resurs]: [Poster session at the 2011 Internationalizing the Curriculum and Campus Conference, Minneapolis, MN.]. *University of Minnesota. Driven to Discover*, 2011. Available at: https://global.umn.edu/icc/documents/11_conference_poster23.pdf (Accessed 03.06.2018).
30. Simonton D.K. Foreign influence and national achievement: The impact of open milieus on Japanese civilization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1997, vol. 72, no. 1, pp. 86—94. doi:10.1037/0022-3514.72.1.86
31. Simonton D.K. *Origins of genius: Darwinian perspectives on creativity*. New York: Oxford University Press, 1999. 320 p.
32. Tadmor C.T., Galinsky A.D., Maddux W.W. Getting the most out of living abroad: biculturalism and integrative complexity as key drivers of creative and professional success. *Journal of personality and social psychology*, 2012, vol. 103, no. 3, pp. 520—542. doi:10.1037/a0029360
33. Tadmor C.T., Tetlock P.E., Peng K. Biculturalism and integrative complexity: testing the acculturation complexity model. *Academy of Management Proceedings*, 2006, no. 1, pp. 105—139. doi:10.5465/ambpp.2006.22898587
34. The impact of culture on creativity [Elektronnyi resurs]: A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture). [Brussels]: KEA European Affairs 2009. 240 p. Available at: <http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf> (Accessed: 03.06.2018)
35. Westwood R., Low D.R. The multicultural muse: Culture, creativity and innovation. *International journal of cross cultural management*, 2003, vol. 3, no. 2, pp. 235—259. doi:10.1177/14705958030032006
36. Williams R., Runco M.A., Berlow E. Mapping the themes, impact, and cohesion of creativity research over the last 25 years. *Creativity Research Journal*, 2016, vol. 28, no. 4, pp. 385—394. doi:10.1080/10400419.2016.1230358
37. Yi X. Creativity, efficacy and their organizational, cultural influences [Elektronnyi resurs]. *Freie Universität Berlin*, 2008. Available at: <https://refubium.fu-berlin.de/handle/fub188/11001> (Accessed 03.06.2018).