

Секция «Психология»

Креативность личности в условиях индивидуальной и совместной творческой деятельности

Степанова Юлия Валерьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия

E-mail: stepanova.yulia@gmail.com

Психология начала изучение креативности с создания описательных портретов творческих людей и процессов творчества. С развитием науки личность креатива уже не просто описывалась на основании данных наблюдения, но и подвергалась статистическому анализу. В результате многочисленных исследований был выделен ряд когнитивных, мотивационных, эмоциональных и поведенческих черт, присущих творческой личности [2, 3, 4, 12]. Количество выделяемых черт было столь велико, что их сочетание оказалось противоречивым и невозможным в рамках психики отдельного человека. Последние теоретические построения в рамках дифференциального подхода к креативности говорят о существовании разных типов креативности в зависимости от области решаемых творческих задач [2, 3].

Дальнейшее развитие психологии креативности под воздействием логики развития науки и запросов практики привело к изучению творческого процесса в группе людей [1]. Предполагалось, что существует ряд механизмов, позволяющих увеличить продуктивность решения, принимаемого целым творческим коллективом (когнитивное обогащение, трансляция позитивного эмоционального фона и др.) [9, 10, 11]]. Однако многие исследования показали, что эффективность работы интерактивной группы (члены которой имеют возможность общаться и обмениваться идеями) уступает эффективности работы номинальной группы (члены которой не взаимодействуют друг с другом, а групповой результат представляет собой совокупный продукт всех участников). Анализ процессов группового творчества выявил ряд факторов, препятствующих проявлению творческого потенциала членов группы (блокировка высказывания идей, диффузия ответственности, боязнь негативной оценки и др.) [10, 11]. Дальнейшие усилия исследователей креативности были направлены на элиминацию этих факторов [9].

Эмпирическое исследование (2010 г.). В нашем исследовании мы постарались совместить результаты, полученные исследователями творчества при изучении индивидуальной и совместной творческой деятельности. Целью исследования было изучение изменений разных аспектов креативности диады в зависимости от формы проведения работы (в интерактивном режиме или в номинальных объединениях), а также от характеристик коммуникативности партнеров (аффилиативных мотивов, эмпатических тенденций, эмоционального интеллекта). Согласно общей гипотезе, при высоком развитии черт коммуникативности членов диады продуктивность их совместной творческой деятельности в интерактивном режиме будет не ниже, чем продуктивность их деятельности в номинальных объединениях.

Теоретико-методологическую основу исследования составляет представление о креативности как когнитивной способности к продуцированию многочисленных, разнообразных и оригинальных ответов на предложенную задачу. Вместе с тем мы изучаем

креативность в комплексе когнитивных и мотивационно-эмоциональных свойств личности человека, а также с учетом ситуации творческой деятельности.

Исследование проводилось на выборке школьников старших классов в количестве 100 человек. Испытуемые выполняли творческие задания одного типа индивидуально и в парах. Показатели коммуникативности (аффилиативные мотивы, эмпатия, эмоциональный интеллект) были измерены впоследствии при помощи соответствующих опросников: методика диагностики мотивов аффилиации А. Мехрабиана в адаптации С. А. Шапкина [8], опросник для диагностики способности к эмпатии А. Мехрабиана и Н. Эпштейна в адаптации Ю. М. Орлова и Ю. Н. Емельянова [6], опросник на эмоциональный интеллект ЭМИн Д. В. Люсина [5]. Для диагностики креативности и в качестве творческого задания был использован субтест «Использование предмета» Дж. Гилфорда в адаптации Е.Е. Туник [7].

Результаты исследования показали, что аффилиативный мотив стремления к принятию, ярко выраженный у обоих членов диады, позволяет поднять эффективность деятельности диады в интерактивном режиме на уровень продуктивности тех же диад при номинальной работе. Чем больше выражены эмпатические тенденции у каждого члена диады, тем выше показатели креативности парного решения в интерактивной работе. Выраженность некоторых параметров эмоционального интеллекта отрицательно связана с продуктивностью деятельности интерактивных групп: чем больше выражена способность к пониманию чужих эмоций и способность к контролю собственной экспрессии у каждого члена диады, тем ниже показатели креативности парного решения.

Надежность и валидность исследования обеспечивалась на этапе планирования исследования (при выборе плана проведения исследования), а также при статистической обработке данных (пакет статистических средств SPSS 17): дисперсионный анализ (общая линейная модель с повторными измерениями), сравнение средних (t-критерий Стьюдента, однофакторный дисперсионный анализ).

Полученные данные помогают понять, каким образом мы можем повысить эффективность работы творческих групп.

Литература

1. Гаджиев Ч. М.. Организация коллективного изобретательства // Исследование проблем психологии творчества / Под ред. Я.А. Пономарева. М.: Издательство «Наука», 1983. С. 266–279.
2. Дружинин В. Н.. Психология общих способностей. 3-е изд. СПб.: Питер, 2007.
3. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб.: Питер, 2009.
4. Любарт Т., Муширу К., Торджман С., Зенасни Ф. Психология креативности / Пер. с фр. М.: «Когито-Центр», 2009.
5. Люсин Д. В. Опросник на эмоциональный интеллект ЭМИн: новые психометрические данные // Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям / Под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. М.: Институт психологии РАН, 2009. С. 264-278.

6. Психодиагностика толерантности личности. Под редакцией Г. У. Солдатовой, Л. А. Шайгеровой. М.: Смысл, 2008.
7. Туник Е. Е. Психодиагностика творческого мышления. Креативные тесты. Спб.: Изд-во «Дидактика Плюс», 2002.
8. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., Изд-во Института Психотерапии, 2002.
9. Яголковский С. Р. Динамика проявлений креативности в условиях обмена идеями // Учёные записки кафедры общей психологии МГУ. Вып. 2 / Под общ. Ред. Б.С. Братуся, Е.Е. Соколовой. М.: Смысл, 2006, с. 317-337 (совм. с Ю.Д.Бабаевой).
10. Diel, M., Stroebe, W. Productivity loss in brainstorming groups: toward the solution of a riddle // Journal of Personality and Social Psychology, 1987, 53, pp. 497-509.
11. Munkes, J., Diehl, M. Matching or Competition? Performance Comparison Processes in an Idea Generation Task // Group Processes and Intergroup Relations, 2003, Vol 6(3), pp. 305–320.
12. Selby, E. C., Shaw, E. J., Houtz J. C. The Creative Personality // Gifted Child Quarterly, 2005, Vol. 49, No. 4, pp. 300-314.