

Водяха Сергей Анатольевич,

кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии образования, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: svodyakha@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ДОСТОИНСТВ ЛИЧНОСТИ КРЕАТИВНЫХ СТУДЕНТОВ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: креативность; творческая личность; креативная идентичность; личностные особенности; студенты; творческие способности; творческая деятельность.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются основные теоретические аспекты особенностей креативной личности. Автор указывает такие аспекты формирования креативогенных черт личности, как ранние творческие опыты и практические действия, позволяющие приобрести первоначальные навыки в рамках выбранной сферы творческой деятельности. Формирование креативной идентичности, осуществляемое в подростковом и юношеском возрасте, оказывает воздействие не только на поддержание творческого потенциала, но и на личностные качества, такие как оригинальность, способность к нестандартным решениям, любознательность, непредубежденность, любовь к учению, мудрость, храбрость, постоянство, жизнерадостность, социальный интеллект, справедливость, милосердие, благодарность, юмор и т.д. Среди студентов УрГПУ проводилось экспериментальное исследование, в котором использовались опросник творческой идентичности и опросник личностных достоинств. В результате исследования выявлено, что существует ряд различий в показателях достоинств характера личности в зависимости от степени выраженности у студентов креативной идентичности. Большинство личностных достоинств креативов значимо выше, чем у некреативов. Автор приходит к выводу, что креативная идентичность способствует закреплению личностных достоинств, повышая адаптационный потенциал студентов.

Vodyakha Sergey Anatol'evich,

Candidate of Psycholog, Associate Professor, Department of Psychology of Education, Institute of Psychology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

PERSONALITY TRAITS OF CREATIVE STUDENTS

KEYWORDS: creativity; creative person; creative identity; personal traits; students; creativity; creative abilities.

ABSTRACT. The article deals with the basic theoretical aspects of personality traits of creative personality. The article discusses the features of formation of a creative identity in adolescence and early adulthood. It describes such aspects of creativity formation as early experience of creation, which help to acquire the basic skills in the chosen creative field. Formation of creative identity in teenage years and adolescence influences not only creative potential but also some personal traits, such as ingenuity, out of the box thinking, curiosity, open-mindedness, aspiration for knowledge, wisdom, courage, stability, cheerfulness, social intelligence, justice, mercy, gratitude, sense of humor, etc. The student of the Ural State Pedagogical University took part in the experiment to reveal their creative identity and personal traits. Students with a high level of creative identity differed from the students with low level of creative identity. The author believes that there is a difference between creatives and noncreatives in the manifestation of certain traits of character. Creative identity has an impact not only on the maintenance of creativity, but also on personal qualities. The result of the empirical study revealed that creative identity stimulates development of a person's virtues and increases the adaptational potential of students.

Большинство исследователей креативности убеждены в том, что творческие личности имеют отличительные не-когнитивные особенности, которые отличают их от лиц, которые не способны к творческому самовыражению. Это натолкнуло некоторых психологов на предложение гипотезы о том, что креативность может быть оценена на основе выраженности личностных качеств. Наиболее часто используемыми инструментами оценки креативности являются личностные характеристики, которые тесно коррелируют с творческим поведением. Э. Ф. Зеер и Л. С. Попова рассматривают креативность как потенциал, проявляющийся в способности к конструктивному, нестан-

дартному мышлению и поведению, а также осознанию и развитию своего опыта [2].

Г. Файст считает, что креативы отличаются от некреативов не интеллектуально, а набором личностных черт [4]. Креативные личности характеризуются своеобразием характера. Творческие люди зачастую более независимы, неконформны, нетрадиционны, несколько богемны. Они, скорее всего, имеют широкие интересы, большую открытость новому опыту, более выраженную поведенческую и когнитивную гибкость, готовность идти на риск и смелость.

Э. Динер выявил, что испытуемые, демонстрирующие более высокий уровень эмоционального благополучия, проявляют более

высокий уровень креативности, более высокую настойчивость в решении задач, стремление решать множество сложных интеллектуальных и практических задач, большую систематичность, оптимизм и социабельность, меньшую подверженность заболеваниям, враждебность и самоотчужденность [3].

Креативность очень тесно коррелирует с внимательностью как диспозициональной тенденцией к сосредоточенности на эстетических или творческих аспектах жизнедеятельности [7]. Анализ литературы позволяет выделить два аспекта формирования креативогенных черт личности.

Во-первых, ранние творческие опыты способствуют росту креативности. Креативность формируется в тех социальных институтах, которые обеспечивают множество возможностей для интеллектуальной, культурной и эстетической стимуляции. Родители креативных подростков, как правило, более образованны, чем дети некреативов. Это способствует выбору стратегий воспитания ребенка, стимулирующих развитие независимых интересов. Креативность может найти режим наибольшего благоприятствования со стороны учителей. Педагоги, которые отличаются гибкостью в использовании образовательных стратегий и стимулируют свободное исследование, часто играют существенную роль в актуализации креативогенных черт учащихся.

Во-вторых, для творчества необходима деятельность, позволяющая приобрести значительный опыт и навыки в рамках выбранной сферы творческой деятельности.

Дж. Хейс сформулировал правило 10 лет [6]. Дж. Хейс считает, что ни один человек не может сделать существенного творческого вклада в сферу своей творческой деятельности, не посвящая целое десятилетие овладению необходимыми знаниями и навыками. М. Флуд и К. Филлипс выявили, что увеличению креативности пожилых людей способствуют занятия музыкой, танцами, пением, поэзией, журналистикой и обучение новым навыкам [5].

Во многих областях творчества роли модели и наставников оказывают значительную роль в приобретении определенных навыков. Другими словами, творческие способности формируются у той личности, которая идентифицирует себя с креативной личностью, то есть приобретает креативную идентичность. Креативная идентичность оказывает воздействие не только на поддержание творческого потенциала, но и на личностные качества [1]. На основании анализа теоретических исследований можно предположить, что личностные достоинства лиц с высоким уровнем креативной идентичности (креативами) и лиц с низким уровнем креативной идентичности (некреативами) будут существенно отличаться.

Исследование проводилось на 127 студентах УрГПУ в возрасте от 17 до 19 лет. В исследовании использовались опросник творческой идентичности и опросник личностных достоинств.

Для выявления различий использовался t-критерий Стьюдента для независимых выборок (см. таблицу 1).

Таблица 1

Сравнение личностных достоинств креативов и некреативов

	Среднее креативы	Среднее некреативы	t-критерий Стьюдента.	p
креативность	31,8	21,2	5,443	0,000087
любопытность	32,7	23,55556	4,911954	0,000229
непредубежденность	32,0	25,66667	2,653	0,018894
любовь к учению	32,7	24,777	4,241	0,000821
мудрость	32,2	23,77778	4,455718	0,000543
храбрость	35,71429	26,55556	4,156476	0,000969
постоянство	32,0	24,44444	3,315805	0,005099
целостность	34,71429	28,77778	3,410890	0,004220
жизнерадостность	34,28571	27,0	5,268261	0,000119
любовь	37,85714	27,44444	4,594979	0,000416
доброта	35,28571	24,66667	7,752461	0,000002
социальный интеллект	35,0	26,88889	4,580059	0,000428
гражданственность	33,42857	25,66667	4,372450	0,000638
справедливость	35,57143	28,22222	4,407440	0,000596
лидерство	36,14286	24,44444	7,418485	0,000003
милосердие	33,28571	27,55556	3,388386	0,004414
смирение	28,28571	24,22222	3,002252	0,009509

благоразумие	27,28571	25,11111	1,244485	0,233753
саморегуляция	30,57143	26,55556	1,966302	0,069413
совершенство	35,00000	27,00000	3,575277	0,003044
благодарность	37,42857	28,44444	4,648186	0,000376
надежда	35,0	27,0	2,898275	0,011682
юмор	33,57143	24,77778	5,078632	0,000168
духовность	34,85714	25,44444	3,358186	0,004687

Анализируя таблицу, можно отметить, что креативы обладают более выраженной оригинальностью и способностью к нестандартным решениям. Они также более склонны к отказу от стереотипных и шаблонных решений.

Креативы отличаются более выраженной непредубежденностью (32,0 против 25,66667): t-критерий Стьюдента равен 2,653 ($p = 0,018894$). Они готовы активно изучать доказательства истинности укоренившихся в сознании фактов. Нонкреативы более склонны к стереотипизации и шаблонности мышления. Креативы считают, что отказ от прежних убеждений является признаком здорового человека. Они ничего не принимают на веру: требуют обоснований и доказательств. Они не игнорируют доводы, не соотвечающие сложившейся установке.

Любовь к учению и стремление к постоянной трансформации креативов также значительно выше (32,7 против 24,777): t-критерий Стьюдента равен 4,241 ($p = 0,000821$). Креативы, в отличие от нонкреативов, продуктивно реагируют на стрессовую ситуацию, вызванную обновлениями. Благодаря выраженности данного достоинства характера, повышается как имплицитная, так и эксплицитная обучаемость, поэтому скорость и качество освоения нового опыта возрастает.

Любовь к учению креатива ставится основой внутренней мотивации, поэтому им сложно заниматься познавательной деятельностью без ориентации на процессуальные удовольствия. Креативы способны прилагать огромные усилия, стремясь решить творческую задачу, недоступную большинству. Интенция поиска будет способствовать мотивации креатива упорствовать в процессе обучения, даже если это упорство связано с определенными моральными и физическими затратами и значимыми потерями в других видах деятельности и сферах самореализации.

Креативы также отличаются мудростью и видением перспективы (32,2 против 23,77778): t-критерий Стьюдента равен 4,455718 ($p = 0,000543$). Креативы отличаются способностью гибко и эффективно использовать свой экстраординарный уровень знаний, суждений и способность давать практические советы. Креативы в большей степени способны решать важные и слож-

ные поведенческие и экзистенциальные проблемы. Социальный интеллект креатива чаще используется во благо окружающих. Креативы чаще склонны к рефлексивному самопознанию, их решения рациональны, но не исключают логику чувств. Креативам легче дается постижение глубинных смысловых структур и отношений, поэтому у них более широкие перспективы. У креативов обычно более точное представление об их сильных и слабых сторонах.

Склонность к риску креативов значительно выше, чем у нонкреативов (35,71429 против 26,55556): t-критерий Стьюдента равен 4,156476 ($p = 0,000969$). Храбрость креативов обуславливает стремления к опасности, риску, несмотря на возможные потери. Креативы способны лучше овладевать страхом, не обладая абсолютным бесстрашием или безрассудством. Храбрость креативов основана на повышенной моральной и социальной ответственности индивида.

Постоянство и настойчивость креативов также значительно выше, чем у нонкреативов (32,0 против 24,44444): t-критерий Стьюдента равен 3,315805 ($p = 0,005099$). Они более склонны добровольно продолжать целенаправленные действия вопреки препятствиям, трудностям и усталости. Креативы способны продолжать выполнение той деятельности, которая вызвала интерес и не требует сиюминутного результата и более продуктивно реагируют на неудачи.

Целостность креативов по сравнению с нонкреативами значительно выше (34,71429 против 28,77778): t-критерий Стьюдента равен 3,410890 ($p = 0,00422$). Креативы обычно демонстрируют поведение, которое согласуется с декларируемыми ценностями. Они делают то, что проповедуют. Они часто публично отстаивают нравственные убеждения, даже если эти убеждения не популярны. Креативы чаще относятся к окружающим людям с искренней заботой, помогают нуждающимся, чувствительны к нуждам других людей. Они не считают необходимым манипулировать имиджем и склонны к искренней самопрезентации. Они отличаются аутентичностью, эмоциональной конгруэнтностью и психологической глубиной. Целостность креатива основана на нравственной добропорядочности.

Жизнерадостность креативов также оказалась повышенной (34,28571 против

27,0): t -критерий Стьюдента равен 5,268261 ($p = 0,000119$). Жизнерадостность креатива проявляется в повышенном жизненном тонусе. На соматическом уровне жизненные силы креатива связаны с хорошим физическим здоровьем и повышенным уровнем функционирования физиологических систем, а также устойчивостью к болезням. На психологическом уровне жизнерадостность отражает переживания волевых усилий и согласованность неосознаваемых побуждений и сознательно поставленных целей. Психологическая напряженность, конфликты, стрессовые факторы креатива продуктивно разрешаются в творческой деятельности.

Любовь как когнитивное, поведенческое и эмоциональное отношение к другим людям креативов также значимо выше (37,85714 против 27,44444): t -критерий Стьюдента равен 4,594979 ($p = 0,000416$). Креативы чаще не скрывают своей любви к лицам, которые являются источниками их любви, защиты и заботы. Креативам сложнее чувствовать себя в безопасности, не имея возможности тесно общаться с человеком, к которому чувствуют аффективную привязанность. Их чаще огорчает длительное обособление от близких. Креативы более способны отказываться от личного комфорта и безопасности, чтобы оказывать другим людям поддержку и содействие. Креативы чаще чувствуют себя счастливыми, когда другие счастливы.

Доброта, щедрость, забота, сострадание и альтруистическая любовь креативов также значимо выше, чем у некреативов (35,28571 против 24,66667): t -критерий Стьюдента равен 7,752461 ($p = 0,000002$). Креативы более доброжелательны по отношению к другой личности. Эта позиция противоположна солипсизму, так как творческие субъекты менее эгоцентричны. Доброта креативов основывается на общечеловеческих ценностях, в которых интересы других людей признаются достойными внимания. Помощь другим людям рассматривается как естественное человеческое стремление самоутверждаться не из утилитарных соображений, а ради удовлетворения внутренней альтруистической потребности. Аффективной основой доброты креатива является не простое послушание или безусловное уважение к другим людям. Креатив стремится проявлять доброту, не ожидая, что альтруистическое поведение, будет взаимным. Поэтому у него нет внутреннего сопротивления ситуации, когда необходима помощь, несмотря на внешние риски.

Социальный интеллект креативов обычно также значимо выше (35,0 против 26,88889): t -критерий Стьюдента равен

4,580059 ($p = 0,000416$). Креативы более эффективно оценивают эмоциональную экспрессивность лиц и голоса. Креативы лучше используют эмоциональную информацию для стимуляции познавательной деятельности. Креативы лучше понимают смысл эмоций, связанных с межличностными отношениями, динамику социальных эмоций и их взаимосвязь. Креативы более точно оценивают свои собственные способности решать различные жизненные задачи. Творческие люди также более точно оценивают свои эмоции и чувства и собственные мотивы. Креативы более продуктивно используют социальную информацию при организации сотрудничества с другими людьми. Творцы также способны выявить социальные и социально-политические отношения господства между индивидами и группами, а также действуют мудро в межличностных отношениях.

Гражданственность креативов, выражающаяся в социальной ответственности, лояльности групповым ценностям, приверженности делу и преданности команде, значительно выше, чем у некреативов (33,42857 против 25,66667): t -критерий Стьюдента равен 4,372450 ($p = 0,000638$). Выраженность такого достойного качества креатива связана с позитивной самоидентификацией и стремлением к всеобщему благу, выходящими за границы чувства самосохранения. Вовлеченность в общественные отношения креатива находится за пределами его персональных интересов, включая ценности человеческой общности. Креативы чаще испытывают чувство долга перед группой и размышляют о своем собственном вкладе в деятельность группы, чтобы оценить, насколько их поведение в условиях взаимодействия соответствует социальным стандартам идеального члена группы. Креативы, как правило, более активны в общественной жизни своих социумов, более склонны участвовать в выборах, вступать в общественные объединения, тратить время и деньги на социальные или экологические проекты. Политический протест также свойствен креативам. В подавляющем числе случаев они делают это из чувства долга перед обществом. Они соотносят собственные поступки с всеобщим благом и стремятся сделать мир лучше.

Справедливость креативов, выражающаяся в нравственных суждениях, значительно выше, чем у некреативов (35,57143 против 28,222): t -критерий Стьюдента равен 4,407440 ($p = 0,000596$). Креативы тоньше чувствуют грань между моральным и аморальным. Будучи привержены справедливости во всех своих социальных отношениях, креативы острее ощущают социальную несправедливость, способны откры-

то выражать сострадание и заботиться о других. В целом креативы являются более ответственными гражданами, надежными друзьями и нравственными людьми.

Лидерство креативов статистически выше, чем у некреативов (36,14286 против 24,44444): t -критерий Стьюдента равен 7,418485 ($p = 0,000003$). Лидерские качества креативов являются комплексом когнитивных и личностных образований, способствующим формированию харизматических черт, стремлению помогать другим людям, направляя и мотивируя их действия к коллективному успеху. Креативы предрасположены к доминирующей роли в отношениях и социальных ситуациях. Они способны управлять процессом группового решения в соответствии с собственными представлениями о групповой задаче. Креативы более мотивированы и способны находить и успешно выполнять роли лидера в различных социальных системах. Они также более авторитетны, доминантны, харизматичны и напористы в отношениях.

Милосердие креативов также существенно выше, чем у некреативов (33,28571 против 27,55556): t -критерий Стьюдента равен 3,388386 ($p = 0,004414$). Креативы чаще прощают людей, совершивших неправильные поступки, воспринимают окружающих людей более позитивно и не склонны к мстительности и замкнутости. Они склонны предоставлять людям шанс исправиться.

Смирение креативов значимо выше, чем у некреативов (28,28571 против 24,22222): t -критерий Стьюдента равен 3,002252 ($p = 0,009509$). Креативы более точно оценивают свои способности и достижения, умеют признавать собственные ошибки, недостатки, пробелы в знаниях и ограничения. Креативы более открыты для новых идей, противоречивой информации и советам. Они менее центрированы на себе ради достижения более высокой цели.

Благоразумие креативов существенно не отличается от значений некреативов (27,28571 против 25,11111): t -критерий Стьюдента равен 1,244485 ($p = 0,233753$). Благоразумие – это когнитивная ориентация на личное будущее в виде практических рассуждений и самоконтроля, что помогает эффективному достижению личностных долгосрочных целей. Благоразумие связано с умением сдерживать импульсивное поведение, нацеленное на краткосрочные цели в ущерб долгосрочной перспективе. Креативы не более импульсивны, чем некреативы.

Саморегуляция креативов также не является их отличием от некреативов (30,57143 против 26,55556): t -критерий Стьюдента равен 1,966302 ($p = 0,069413$).

Креативы и некреативы в равной мере склонны к самодисциплине и сопротивлению помехам в деятельности. Они в равной мере способны отсрочить реакцию, подчиняя свои действия цели деятельности.

Понимание красоты и совершенства креативов существенно выше, чем у некреативов (35 против 27): t -критерий Стьюдента равен 3,575277 ($p = 0,003044$). Креативы более способны находить, распознавать и наслаждаться гармонией физической и социальной реальности. Креативы чаще испытывают такие интеллектуальные чувства, как восхищение, удивление и интерес. Креативы способны обнаружить красоту в самых обыденных явлениях повседневной жизни, которых не замечают некреативы.

Благодарность креативов также существенно выше, чем у некреативов (37,42857 против 28,44444): t -критерий Стьюдента равен 4,648186 ($p = 0,000376$). Креативы чаще испытывают чувство благодарности и радости в ответ на получение благодеяния со стороны другого человека.

Надежда креативов также существенно выше, чем у некреативов (35,0 против 27,0): t -критерий Стьюдента равен 2,898275 ($p = 0,011682$). Таким образом, креативы отличаются повышенным оптимизмом, ориентируясь на наилучший исход ситуации, представляя собственное будущее позитивно. Креативы склонны считать что в будущем их ожидают предсказуемые события и результаты. Они считают, что их планы будут реализованы с высокой долей вероятности и чувствуют уверенность при выполнении действия.

Чувство юмора креативов также существенно выше, чем у некреативов (33,57143 против 24,77778): t -критерий Стьюдента равен 5,078632 ($p = 0,000168$). Чувство юмора креативов выражается в игривости, легком отношении к жизненным невзгодам, хорошем понимании комических ситуаций, умении увидеть светлую сторону любого события и тем самым поддерживать хорошее настроение, а также в способности заставить окружающих улыбаться или смеяться.

Духовность креативов также существенно выше, чем у некреативов (34,85714 против 25,44444): t -критерий Стьюдента равен 3,358186 ($p = 0,004687$). Духовность креативов может выражаться либо в религиозности, либо в убежденности в существовании трансцендентной (духовной) стороны жизни. Эти убеждения являются осознанными, всепроникающими и стабильными. Креативы конструируют смыслы и стратегии взаимодействия с окружающими. Духовность креатива универсальна, хотя конкретное содержание духовных убеждений может быть различным. Основой духовности креатива

являются экзистенциальные проблемы собственного предназначения и смысла существования. Духовные устремления креатива формируют правила жизни и ценности, которые направляют их отношения и мобилизуют личностные ресурсы на поддержание психологического благополучия.

Таким образом, можно заключить, что

достоинства характера творческих студентов значительно выше, чем у студентов с низким уровнем креативной идентичности. Другими словами, креативная идентичность способствует закреплению личностных достоинств, повышая адаптационный потенциал студентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Водяха С. А. Креативность студентов как предиктор психологического благополучия и жизнестойкости // Педагогическое образование в России. – 2015. – № 3. – С. 94–99.
2. Зеер Э. Ф., Попова Л. С. Влияние уровня креативности на преодоление барьеров профессионального развития педагогов // Образование и наука. – 2012. – № 1. – С. 94–106. DOI:10.17853/1994-5639-2012-1-94-106.
3. Diener E., Suh E. M., Lucas R. E. & Smith H. L. Subjective well-being: Three decades of progress // Psychological Bulletin. – 1999. – № 2. – P. 276–302.
4. Feist G. J. The influence of personality on artistic and scientific creativity // Handbook of creativity. – Cambridge, UK : University Press. – 2009. – P. 273–296.
5. Flood M. & Phillips K. D. Creativity in older adults: A plethora of possibilities // Issues in Mental Health Nursing. – 2007. – № 28. – P. 389–411.
6. Hayes J. R. The complete problem solver (2nd ed). – Hillsdale, NJ : Erlbaum, 1989.
7. Steger M. F., Hicks B., Kashdan T. B., Krueger R. F. & Bouchard T. J. Jr. Genetic and environmental influences on the positive traits of the Values in Action classification, and biometric covariance with normal personality // Journal of Research in Personality. – 2007. – № 41. – P. 524–539.

REFERENCES

1. Vodyakha S. A. Kreativnost' studentov kak prediktor psikhologicheskogo blagopoluchiya i zhiznestoykosti // Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii. – 2015. – № 3. – S. 94–99.
2. Zeer E. F., Popova L. S. Vliyanie urovnya kreativnosti na preodolenie bar'eroov professional'nogo razvitiya pedagogov // Obrazovanie i nauka. – 2012. – № 1. – S. 94–106. DOI:10.17853/1994-5639-2012-1-94-106.
3. Diener E., Suh E. M., Lucas R. E. & Smith H. L. Subjective well-being: Three decades of progress // Psychological Bulletin. – 1999. – № 2. – P. 276–302.
4. Feist G. J. The influence of personality on artistic and scientific creativity // Handbook of creativity. – Cambridge, UK : University Press. – 2009. – P. 273–296.
5. Flood M. & Phillips K. D. Creativity in older adults: A plethora of possibilities // Issues in Mental Health Nursing. – 2007. – № 28. – P. 389–411.
6. Hayes J. R. The complete problem solver (2nd ed). – Hillsdale, NJ : Erlbaum, 1989.
7. Steger M. F., Hicks B., Kashdan T. B., Krueger R. F. & Bouchard T. J. Jr. Genetic and environmental influences on the positive traits of the Values in Action classification, and biometric covariance with normal personality // Journal of Research in Personality. – 2007. – № 41. – P. 524–539.