


Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра психологии развития и консультирования

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

 Е.Ю. Федоренко

« 17 » ноября 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

37.03.01 Психология

Психологический возраст и креативность у студентов СФУ

Руководитель  доцент, канд. психол. наук К.С. Калиновская

Выпускник



А.В. Пономарева

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-------|
| Введение..... | 3 |
| 1 Теоретический анализ понятия «психологический возраст» | 7 |
| 1.1 Понятие психологический возраст в психологических исследованиях | 7 |
| 1.2 Психологический возраст в исследованиях А. Кроника, Р. Ахмерова и Е. Головахи | 14 |
| 2 Соответствие возрастов как мощный стимул к креативности | 17 |
| 2.1 Теоретический анализ понятия «Креативность» | 17 |
| 2.2 Креативность социальная и предметная | 28 |
| 2.3 Креативность и психологический возраст | 30 |
| 3 Эмпирическое исследование психологического возраста и предметной и социальной креативности | 34 |
| 3.1 Отбор респондентов исследования | 34 |
| 3.2 Подбор методик исследования | 34 |
| 3.3 Результаты и интерпретация результатов исследования | 35 |
| Заключение | 43 |
| Список использованных источников | 44 |
| Приложение А-Н | 49-63 |

ВВЕДЕНИЕ

Тема жизненного пути поднимается психологами исследователями еще с 70-ых годов XX века и будет актуальна всегда, потому что человечество не стоит на месте, а с развитием науки и технологий меняются формы взаимодействия и вид творческой деятельности, и, конечно же, общение друг с другом приобретает новые формы. В нашем исследовании мы обращаем внимание на малую часть жизненного пути – психологический возраст, который характеризуется субъективным восприятием времени, то есть осознанным восприятием психологического настоящего, прошлого и будущего. Осознанное восприятие причинно-следственных связей очень важно для социализации и адаптированности в быстроразвивающемся мире. Найти для себя свой темп жизни и оставаться в нем помогает человеку достичь больших поставленных перед собой целей, а творческие способности помогают человеку посмотреть на проблему с разных сторон и принять оригинальное решение.

Человеку, который сам осознанно творит свой жизненный путь, будет доступнее его способности к творческой деятельности, как направленной на предмет, так и во взаимодействии с окружающими людьми.

Интерес так же в нашей работе представляет социальная креативность. Этим феноменом исследователи заинтересовались совсем недавно, большинство психологов исследуют больше креативность интеллектуальную и данные этих исследований распространяют на все сферы человеческой активности. Что является неприемлемым, так как социальная креативность рассчитана на субъект-субъектную деятельность и проявляется во взаимодействии между людьми: в их вербальном и невербальном общении, умении придумывать оригинальные стили, в умении предугадать поведение другого.

В нашей работе, мы исследуем психологический возраст и проявления социальной и предметной креативности.

Актуальность работы состоит в том, что при достаточной изученности самого жизненного пути и места в нем психологического возраста, недостаточно исследован вопрос внутри возраста. Так же малоисследуемым остается то, какое место занимает творчество в психологическом возрасте.

Существует мнение о том, что равенство психологического и хронологического возрастов, которые характеризуются четкой и осознанной перспективой, дает мощные стимулы для творчества.

В связи с этим, представляется интерес в изучении психологического возраста, социальной креативности и предметной.

Цель исследования: изучить проявления креативности в разных сочетаниях психологического и хронологического возрастов.

Исследовательский вопрос: как связаны социальная и предметная креативность и психологический возраст?

Объект исследования: студенты Сибирского Федерального Университета

Предмет исследования: Психологический возраст и креативность

Гипотеза исследования: у людей, чей психологический возраст равен хронологическому возрасту, показатели креативности будут статистически выше, чем у людей, у которых есть разница между психологическим и хронологическим возрастами.

В исследовании приняли участие 63 студента из разных институтов Сибирского Федерального Университета.

Задачи исследования:

Теоретические:

1. Провести анализ представлений понятий «психологический возраст», «креативность».
2. Изучить сочетания психологического и хронологических возрастов.
3. Провести анализ понятий «социальная креативность», «предметная креативность».

Эмпирические:

1. Подобрать методики для исследования психологического возраста, социальной и предметной креативности;
2. Описать проявления креативности в разных группах сочетаний возрастов;
3. Сравнить качественные проявления предметной креативности между группами;
4. Сравнить проявления социальной креативности между группами;
5. Проверить полученные данные с помощью метода математической статистики.

Для проверки гипотезы исследования были выбраны следующие методы и методики:

1. Методика «Оценка пятилетних интервалов» А. Кроника, Р. Ахмерова, Е. Головахи
2. Методика «Творческого мышления Е. Торренса»
3. Методика «Определение социальной креативности» А.В. Батаршева.
4. Методы математической статистики(Критерий Манна-Уитни (u-критерий))

Этапы исследования:

I этап – проведение исследования психологического возраста у студентов разных институтов Сибирского Федерального Университета с помощью методики «Оценка пятилетних интервалов» А. Кроника, Р. Ахмерова, Е. Головахи.

Результаты полученные на данном этапе будут ранжироваться по сочетаниям психологического(ПВ) и хронологического(ХВ) возрастов: $ПВ=ХВ$, $ПВ<ХВ$, $ПВ>ХВ$ соответственно.

II этап – проведение исследования социальной креативности у студентов разных институтов Сибирского Федерального Университета с помощью методики «Определение социальной креативности» А. В. Батаршева.

III этап – проведение исследования предметной креативности у студентов разных институтов Сибирского Федерального Университета с помощью методики «Творческого мышления Е. Торренса».

IV этап – данные полученные по трем методикам подвергаются обработке с использованием метода математической статистики (Критерий Манна - Уитни (u-критерий)).

1 Теоретический анализ понятия «психологический возраст»

1.1 Понятие психологический возраст как составляющее жизненного пути

В психологической науке с 70-х гг. XX в. начинает формироваться научный подход к изучению личности, указывающий на уникальность жизненного пути каждого человека, а также необходимость дополнительного изучения психологии развития личности исследованием психологии жизненного пути.

Сейчас психология жизненного пути рассматривается как самостоятельная отрасль психологической науки. Самостоятельный статус психологии жизненного пути среди отраслей и разделов современной науки конституируется собственным предметом и оригинальным методом его познания.

Предмет психологии жизненного пути составляют психологические феномены, механизмы и закономерности осуществления личностью собственной жизни. Среди многочисленных феноменов, входящих в круг изучения психологии жизненного пути, наибольший теоретический и практический интерес представляют особые психические структуры личности, которые называют психобиографическими образованиями. Психобиографические образования личности – это психические феномены, в которых отражается и посредством которых регулируется реальный жизненный путь. Это жизненная перспектива, жизненные планы и программы, жизненные цели и задачи, психологическое время и психологический возраст личности, субъективная картина жизненного пути, жизненная мудрость и смысл жизни. Закономерности возникновения, развития и преобразования, а также механизмы функционирования психобиографических образований личности – все это сфера компетенции психологии жизненного пути. С этой точки зрения психология жизненного пути – это психология личности как субъекта жизни, то

есть творца собственной судьбы.

Основным методом – способом познания предмета – в психологии жизненного пути служит биографический метод. В широком понимании это есть метод собирания, систематизации, анализа, интерпретации и использования в практических целях психологической информации о жизненном пути личности.

Основоположниками психологии жизненного пути можно считать известных российских психологов – С. Л. Рубинштейна, Б. Г. Ананьева, А. Н. Леонтьева, К. А. Абульханову-Славскую, Л. И. Анцыферову, Н. А. Логинову, В. И. Ковалева, А. А. Кроника и многих других. В их исследованиях намечено поле проблем, которые долгое время оставались неостребованными и неразрешенными в других отраслях психологической науки. Кроме того, психологическим проблемам человеческой жизни посвятили свои научные исследования многие зарубежные психологи – А. Адлер, К. Юнг, Ш. Бюлер, А. Маслоу, В. Франкл, Р. Мэй, С. Мадди и другие.

По мнению Ш. Бюлер, на жизненном пути каждой личности формируется временной порядок — своеобразное «расписание» жизни, предписывающее определенные акценты в деятельности в течение разных периодов. Это расписание в различных социальных группах весьма различно, и внутри каждой группы существует свое представление о том, что нужно «успеть» на каждом конкретном этапе жизненного пути. Соответственно по-разному трактуется «отставание» на каждом таком этапе и переживается как жизненный неуспех.

Жизненный путь по С. Л. Рубинштейну – это движение к совершенству (эстетическому, социальному, психологическому). Важными моментами жизни человека становятся для ученого так называемые «поворотные этапы» жизни, поскольку «показывают» историю формирования личности, становление собственно человека. Эти поворотные этапы Рубинштейн называет «событиями»: «В ходе этой индивидуальной истории (истории жизни) бывают и свои «события» - узловые моменты и поворотные этапы жизненного пути

индивида, когда с принятием того или иного решения на более или менее длительный период определяется дальнейший жизненный путь человека» [44, 28-34 с]. Ученый выделяет два вида событий: внешний и внутренний. Внешние события, преломляясь через внутренние условия (внутренний мир личности), превращаются в переживания – внутренние события; внутренние события – переживания побуждают личность совершать поступки, которые изменяют жизненный путь и становятся его поворотными пунктами – внешними событиями. Внутренние события являются следствием субъективации внешних событий; внешние события являются результатом объективации внутренних событий. Внешние события действуют через внутренние условия и тем самым побуждают личность себя изменять.

Для Рубинштейна важно не просто выделить возрастные этапы, а учесть, как каждый этап подготавливает последующий и влияет на него. Каждый этап играет важную роль в жизненном пути, но не определяет его с фатальной неизбежностью. Рубинштейн в жизненном пути определяет такое понятие как «субъективное время личности», которое отражает разный уровень бытия личности, разный уровень способов ее существования.

Ананьев так определяет жизненный путь – «это история формирования и развития личности в определенном обществе, современника определенной эпохи, сверстника определенного поколения» [10, 383 с.]. В более широком толковании жизненный путь – это история развития личности в триединстве ее функций как субъекта общения, субъекта деятельности и индивидуальности. Жизненный путь стартует позже онтогенеза, подобно тому как человек становится личностью позже, чем начинает существовать на уровне индивида.

Жизненному пути личности свойственны следующие особенности: интегративность, неравномерность (гетерохронность), противоречивость, периодичность (фазность, стадийность).

Отправным пунктом в психологической концепции жизненного пути Б. Г. Ананьева является положение об активной роли человека в преобразовании жизненных обстоятельств. Не только условия жизненного пути формируют

личность и придают ей характерную «огранку», личность своими поступками активно воздействует на жизненный путь и, тем самым, проектирует себя.

Для Б. Г. Ананьева основным в характеристике жизненного пути является возраст человека. Возраст соединяет социальное и биологическое в основные «кванты» – периоды жизни. Ананьев в своих исследованиях исходит из понимания того, что «возраст человека всегда есть конвергенция биологического, исторического и психологического времени» [10, 383 с.]. В каждый период человек выполняет ту или иную социальную роль, которая определяет статус его личности в условиях конкретной исторической эпохи. Абсолютное значение в жизни человека придается началу трудовой деятельности и субъектной активности в целом. Предшествующее развитие готовит человека к самостоятельной жизни в обществе, здесь он формируется как субъект общественного поведения и познания. Вторым по значимости моментом в жизни человека и третьим по хронологии является пик наивысших достижений в избранной деятельности. Завершающей фазой жизненного пути является финиш трудовой деятельности, в данном случае подразумевается завершение процесса развития субъекта деятельности и познания, а это зависит не только от старения индивида, но и от совокупности отношений, позиций и условий жизни личности.

История личности разворачивается во времени и пространстве онтогенеза и в известной мере ими определяется, хотя также присутствует воздействие обратного характера — жизненного пути на онтогенез (к примеру, замедление процессов старения обуславливается «живой связью с современностью»).

В жизненном пути он выделяет познание, деятельность, общение, через которые проявляется личность, и несколько периодов жизни. Жизненный путь – жизнь человека как личности, история индивидуального развития [10].

К. А. Абульханова - Славская предлагает рассматривать жизнь как задачу или проблему, а человека в качестве потенциального субъекта собственной жизни. В своих работах автор предприняла попытку целостного рассмотрения жизненного пути человека с учетом взаимодействия внешних и внутренних

факторов. Жизнь человека разворачивается во времени в форме отдельных событий, таким образом возможны два способа воспроизводства жизни: человек предопределяет логику своей жизни, человек не определяется по отношению к жизненным событиям [5].

Человек сам определяет линию своей жизнедеятельности. Он выделяет только те обстоятельства, которые в значительной мере могут повлиять на его жизнь. В этом состоит избирательность, которая иногда может носить неосознанный характер. То есть человек не всегда осознает значимость происходящих событий и может приобщаться к обстоятельствам, которые никак не влияют на его жизнь.

Для характеристики жизненного пути К. А. Абульханова-Славская вводит понятия «жизненная позиция», «жизненная линия», «стратегия жизни», «жизненная перспектива» [6].

Жизненная позиция- это жизненные отношения, способ их реализации, отвечающий (или не отвечающий) потребностям, ценностям личности. Это выработанный личностью при данных условиях способ своей общественной жизни, место в профессии, способ самовыражения.

Жизненная линия - это определенная последовательность (или непоследовательность) личности в поведении, реализации своей жизненной позиции, верность себе, своим принципам и отношениям в изменяющихся обстоятельствах. Она имеет типологические характеристики: последовательность - непоследовательность - хаотичность.

Стратегия жизни - это способ раскрытия и разрешения жизненных противоречий, индивидуальная организация, постоянная регуляция хода жизни по мере ее осуществления в соответствии с ценностями данной личности и ее индивидуальной направленностью. Она может носить активный или пассивный характер.

Жизненная перспектива включает совокупность обстоятельств и условий жизни, которые создают возможность оптимального жизненного продвижения. Она открывается тому, кто в настоящем времени создал систему оптимальных

(с множеством возможностей) жизненных отношений.

Категории «жизненная линия» и «жизненная перспектива» могут быть представлены во временном аспекте. В этом случае понятие жизненная линия интегрирует 2 уровня организации личностного времени: сознательный и неосознаваемый. Сознательный уровень связан с жизненными этапами, начало и конец которых связаны со временем приобщения к определенному социальному институту или событию. Таким образом «независящее от личности структурирование времени -это смыслы, а зависящее, определяемое и удерживаемое во времени - отношения, совокупность которых образует и пролонгированную, и устойчивую, т. е. одновременно константную жизненную позицию» [6].

Автор вводит понятие плотности переживания времени, под которым понимается глубина переживания, уровень задействованности в нем мышления, воображения, двигательной активности. Она может быть малой, средней и высокой. Этому понятию в категории жизненного пути соответствует интенсивность жизни. Развитие личности обеспечивается ее способностью умножать время жизни. Умножение времени жизни происходит за счет интенсивности жизни, т. е. вмещаемости в ее время большего количества отношений, событий, чем у других людей, масштаба охвата пространства культуры. Именно поэтому разные типы людей достигают личностной зрелости в разные периоды жизни, одни - в юности, другие - иногда только под старость, а иногда вообще не достигают ее.

Исходя из разных позиций по отношению к возрасту в разных подходах, мы понимаем – обретение возраста, в итоге лишь момент развития, за которым следует новый этап, то есть переход в новое возрастное состояние и этот переход заложен уже в предыдущем возрасте как тенденция выходить за пределы возраста. В этом плане возраст это постоянно изменяющаяся величина в рамках психологического времени. Иногда человек может психологически молодеть или стареть изменяя переживание своего «внутреннего» возраста, который в нашей работе называется психологическим возрастом личности.

Ф.Т. Михайлов говорит, что сущность человека в его неравенстве самому себе, в постоянной необходимости соотносить себя, свои возможности, способности, знания и т.д. с объективными обстоятельствами и условиями взаимодействия с другими людьми, в необходимости соотнести себя с тем, кем был в прошлом, с тем кто в настоящем и тем, каким можешь, а иногда и должен стать в будущем: добившимся своей цели, находясь в преобразованном настоящем.

В этом понимании оценка будущего выражается в наличии или отсутствии целей в будущем, но важно различать будущее это ориентир или просто безосновательные мечты. Оценка настоящего заключается в субъективном ощущении наполненности жизни в актуальном времени эмоциональными, интересными событиями, здесь нужно выделять нормальную тенденцию к жизни в настоящем, а не чрезмерную поглощенность настоящим моментом без анализа прошлого и будущего. Соответственно оценка прошлого – восприятие продуктивности прожитого, удовлетворенность реализованными действиями и прожитыми событиями.

Так Л.И. Вассерман [20, 43 с] выделяет такие характеристики психологического времени:

- активность времени жизни, эта характеристика демонстрирует динамические критерии психологического времени, они связаны с психической активностью человека, насыщенностью, напряженностью.

- эмоциональная окраска времени – восприятие как негативного или позитивного времени жизни.

- структура времени, характеризуется объемностью, глубиной, смысловой и мотивационной насыщенностью.

- осязаемость времени, то есть восприятие событий как близких/далеких, реальных/представляемых.

Представить себя сразу во всех трех измерениях, таким образом оценить свою роль в событиях, можно лишь проанализировав события настоящего, прошлого и применив их на образ будущих событий.

Мерой психологического возраста могут быть самые разные показатели. Т.Н. Березина в своих исследованиях определила, что люди, описывающие этапы своей жизни опираются на социально заданные ориентиры преимущественно деятельного характера (школа, университет, работа, армия), так же на события эмоциональной, социальной жизни (вступление в брак, рождение детей, обретение важных контактов, встречи, которые повлияли на дальнейшую жизнь). Некоторые делят свою жизнь на этапы, обозначающие обретенные умения, личностный рост или этапы, которые меняют образ их жизни (переезд в другой город, избавление от привычек), другие не делят свою жизнь вообще.

Подводя итог анализа психологического возраста в рамках психологии жизненного пути можно увидеть, что многие авторы отмечают субъективное восприятие жизни, подчеркивают важность восприятия времени личностью. Но здесь следует отметить, что психологи различают понятия психологический возраст и психологическое время личности. Осознание времени своего существования – определенно значимое дополнение к осознанию собственной идентичности. Реализуясь через осмысление человеком своего психологического времени во взаимосвязи с общепринятым временем, человек порождает концепцию времени, свойственную каждой личности.

Психологический возраст – важнейшая характеристика человеческой психики, который требует дальнейшего изучения.

1.2 Психологический возраст в исследованиях А. Кроника, Р. Ахмерова, Е. Головахи

Понятие возраста является характеристикой длительности существования той или иной системы и выступает по существу мерой ее прошлого [7, 196 с]. Поэтому понятие возраста происходит от понятия «время» и не может быть определено без понимания того, о каком времени идет речь и что выступает единицей измерения этого времени. Например, хронологический возраст: если

речь идет о возрасте в 30 лет, то это значит лишь то, что в течение своей жизни человек совершил вместе с Землей 30 оборотов вокруг Солнца [25]. Использование понятия возраста теоретически оправдано лишь в том случае, если оно носит именно временной смысл с возможностью измерения соответствующих ему единиц времени.

Таким образом, понятие психологического возраста у Александра Кроника, Рашада Ахмерова и Евгения Головахи определяется так: «психологический возраст личности» — мера психологического прошлого личности, подобно тому как хронологический возраст — мера его хронологического прошлого [25]. Для того, что бы определить психологический возраст личности, достаточно знать лишь ее собственные особенности психологического времени, то есть осознание причинно-следственных связей между психологическим прошлым, настоящим и будущим.

Авторы выделяют такие специфические особенности возраста: во-первых – психологический возраст измеряется как интраиндивидуальная переменная, то есть «во внутренней системе отчета». Во-вторых, человек может стареть или молодеть в психологическом возрасте за счет уменьшения или увеличения психологического прошлого или будущего, таким образом можно говорить о том, что психологический возраст принципиально обратим. В-третьих, психологический возраст может не совпадать в разных сферах жизни личности: человек может чувствовать себя полностью реализованным в семейной сфере, но одновременно чувствовать нереализованность в профессиональной. Это говорит о том, что психологический возраст многомерен.

Психологический возраст как мера субъективной реализованности психологического времени личности дает возможность в любом хронологическом возрасте выйти за его пределы, изменить свое положение в возрастных периодах. Эта возможность ограничена резервами времени: в юности отрезок хронологического прошлого еще очень мал для полной реализации значимых жизненных линий, а по мере старения резервы будущего

ограничивают возможность перспективным линиям жизни.

Психологический возраст так же зависит от расположения личностного временного центра на оси хронологического времени. Таким образом меняется удельный вес психологического прошлого и будущего, например: человек, уходящий в воспоминания, актуализируя прошлые события и связи, одновременно с этим молодеет в ощущении своего возраста и наоборот, когда человек устремлен в будущее, мысленно переживает свершение планов и реализованных событий, поэтому воспринимает долгий путь к намеченным целям, таким образом «заранее» взрослея. В двух вариантах человек занимает позицию пассивного отношения в собственной жизни.

Благодаря реконструкции межсобытийных связей в их общей структуре, то есть пересмотру будущей жизненной перспективы и переосмыслению роли прошлых событий, человек может изменить свой психологический возраст. Личность приводит психологический возраст в определённое соответствие с хронологическим, таким образом рационально использует время своей жизни.

Подводя итог по первой главе можно говорить о том, что в психологии еще не пришли к одному мнению определяющему понятие психологический возраст. Обобщая все исследования на этот счет можно сказать, что все авторы понимают психологический возраст как субъективную, подвижную единицу жизни человека. Психический возраст может изменяться под влиянием социальных ориентиров, эмоций, субъективного восприятия времени.

В нашем исследовании мы опираемся на работы А. Кроника, Р. Ахмерова и Е. Головахи и определяем возраст интраиндивидуальную переменную, которая может изменяться, то есть выходить за пределы хронологического возраста изменяя удельный вес психологического прошлого или будущего. Для того что бы возраст психологический соответствовал хронологическому возрасту достаточно того, что бы человек занимал активную жизненную позицию по отношению к своей жизни, то есть осознанно относится к причинно-следственным связям субъективного времени.

2 Соответствие возрастов как мощный стимул к креативности

2.1 Теоретический анализ понятия «Креативность»

Креативность в общем виде понимается как общая способность к творчеству. Общее определение креативности - это способность человека порождать необычные идеи, находить оригинальные решения, отклоняться от традиционных схем мышления. Несмотря на выведенное общее определение креативности и объемный накопленный материал по изучению креативности, общей теории, как и утвержденных диагностических методик по изучению креативности до сих пор не существует. До появления такого термина психологи пытались своеобразно обозначить такую способность.

Первый кто отдаленно попытался указать на важность креативности, когда еще даже термина такого не было был В. Джеймс. Он выделил психологическое свойство, которое назвал проницательностью, в основе которой лежит ассоциативный процесс, главным образом ассоциация подобия. В след за Джеймсом выдвинул свои предположения немецкий психолог Г.Э. Мюллер. Он подчеркивал, что одновременная активация многих элементов на основе такой ассоциации порождает созвездие активных элементов мозга, в следствии чего возникает решение.

Большой вклад в изучении механизмов творческого процесса внес и В.М. Бехтерев. Он выделил такой механизм творческого процесса: рефлекс сосредоточения, который активируется за счет некоего раздражителя, этот рефлекс порождает мимико-соматический рефлекс, за ним, благодаря работе гормонов внутренней секреции и изменению состояния сосудов повышается энергетический уровень, который меняет активность нервной деятельности. Следствием чего образуется доминанта, притягивающая возбуждения из других областей мозга. Таким образом, возбуждается конкретно то, что имеет отношение к решению проблемы, и тормозится то, что отвлекает от нее. Так

же Бехтерев говорит о том, что помимо механизмов, не нужно забывать о том, что дополнительными условиями творчества являются одаренность и особенности среды.

К. Роджерс понимает под креативностью обнаруживать новые способы выражения и способы решения проблем. М.А. Холодная выделяет, что понятие креативность рассматривается в узком и широком смысле. В узком значении – это дивергентное мышление, которое обладает готовностью выдвигать множество в равной степени правильных идей относительно одного и того же объекта. Креативность в широком понимании – творческие интеллектуальные способности, в том числе способность порождать оригинальные идеи в условиях разрешения и постановки новых проблем(М. Валлах), способность отказываться от стереотипных способов мышления(Дж. Гилфорд), привносить что-то новое в опыт(Ф. Баррон), способность осознавать пробелы и противоречия, а так же формулировать гипотезы относительно недостающих элементов ситуации(Е. Торренс).

Марина Александровна Холодная выделяет следующие свойства креативности: беглость, оригинальность, восприимчивость(чувствительность к необычным деталям, противоречиям и неопределенности, а так же хорошей переключаемостью с одной идеи на другую), метафоричность (готовность работать в фантастическом, склонность использовать символические, ассоциативные средства для выражения мыслей)[45].

Элис Пол Торренс понимает креативность как процесс проявления чувствительности к проблемам, дефициту знаний, их дисгармонии, фиксация этих проблем, поиск решений, выдвижение гипотез и определения с результатом решения. Автор выделяет наивную креативность, присущую детям в силу отсутствия у них опыта и культурную креативность, суть которой в преодолении опыта, « в сознательном стремлении уйти от стереотипов обыденного сознания». Основные параметры креативности по Е. Торренсу: легкость, которая оценивается как быстрота выполнения тестовых заданий; гибкость – оценивается как число переключений с одного класса объектов на

другой и ходе ответов; оригинальность – оценивается как минимальная частота встречаемости данного ответа в однородной группе[58].

Согласно С. Меднику, в творческом процессе присутствуют конвергентная и дивергентная составляющие, синтез которых обеспечивает широту ассоциаций, которая измеряется в соответствующем ассоциативном тесте. Продолжая исследования Медника, психолог А.Н. Воронина определяет степень креативности «как процесс рекомбинирования элементов ситуации в новые комбинации». Этот метод позволяет выявить скрытый креативный потенциал. Однако, другие исследования актуализировали проблему неспособности дивергентного мышления отразить все особенности креативного процесса.

Двигаясь в этом же направлении А.Кестлер рассматривал творчество как акт «би-социации», то есть слияния двух или нескольких стилей мышления. Эти стили рассматриваются как несовместимые или несвязные. В качестве доказательства своей теории, Кестлер приводит пример изобретения печатного станка Иоганном Гутенбергом. Суть заключается в том, что однажды увиденный выгравированный перстень, у И. Гутенберга появилась идея создать станок, на котором будут множество деревянных блоков с выгравированной буквой.

В. С. Ротенберг, продолжая исследования С. Медника и А. Кестлера в изучении селективного комбинирования, провел различия между двумя его формами, которые назвал «мышление в общем пространстве» и «янусово мышление». Согласно его теории, существует два и более отдельных видов мышления, находящихся в одном и том же пространстве, взаимодействуя которые создают новые идеи. «Янусово мышление» отражает сосуществование противоположных и противоречащих друг другу видов мышления. Его исследования доказали связь между «янусовым мышлением» и креативностью.

Следующим, кто занялся изучением креативности был Дж. Гилфорд. Он разделил мышление на конвергентное и дивергентное, где дивергентное мышление, это мышление, которое связано с порождением множества решений

на основе однозначных данных и является основанием творчества. Автор выделил 16 интеллектуальных способностей, которые характеризуют креативность среди которых: семантическая гибкость, оригинальность, фантастичность, способность к разработке гипотезы, любознательность, образная адаптивная гибкость, семантическая спонтанная гибкость, «иррелевантность»[24].

Джой Пол Гилфорд рассматривал креативность как общую творческую способность и обобщил все интеллектуальные способности, которые характеризуют креативность до шести параметров: способность к обнаружению проблем, «беглость мысли», оригинальность, гибкость, способность совершенствовать объект, способность решать проблемы.

Позже Е. Торренс доработал диагностический метод Дж. Гилфорда, которым в настоящее время измеряют 4 показателя: оригинальность, беглость, гибкость и разработанность[59].

Исследования так же находят отклик в работе Ф.Вильямса. Он создает когнитивно-аффективную модель, которая комбинирует когнитивные процессы, предложенные Гилфордом, с различными аффективными процессами. Вильямс предполагал невозможность отделения когнитивных процессов креативных людей от эмоциональных мыслительных процессов. На основе этого предположения автор создает тест дивергентного мышления (Test of Divergent Thinking) и дивергентного переживания (Test of Divergent Feeling).

Связь интеллекта и креативности подчеркивал и Я.А. Пономарев. Согласно его исследованиям, творческий акт включается в интеллектуальную деятельность на таких этапах: этап постановки проблемы – активное сознание, в этапе решения – бессознательное, на этапе отбора и проверки правильности решения - опять активизируется сознание[42].

Т.А. Барышева и Ю.А. Жигалов акцентируют на том, что помимо дивергентности в понятие креативность входят способности к интуиции, прогнозированию, преобразованию и ассоциативность[14].

П. Джексон и С. Мессик определили критерии, основываясь на

комплексном подходе к описанию понятия креативность: оригинальность, осмысленность(полезные и продуктивные идеи), трансформация(степень преобразования исходного материала), объединение(связанность элементов опыта, позволяющая выразить новую идею в концентрированной форме).

Креативность, как универсальную характеристику всех самоактуализирующихся людей выделяет Абрахам Маслоу. Он говорит, что креативность это скорее способ мировосприятия, особый способ взаимодействия с реальностью. Она помогает здоровой личности выразить себя вовне. [46, 156 с].

Креативность таланта и креативность самоактуализации - на такие виды разделяет А. Маслоу креативность, где большее внимание уделяет второму виду, как более распространенному, который проявляется в повседневной жизни, не только в великих продуктах деятельности, но и очевидных, например в чувстве юмора или склонности что-то творчески делать[46, 223 с].

Абрахам Маслоу выделяет в креативной самоактуализации особую восприимчивость людей, она характеризуется видением нового, специфического, свободой от стереотипов. Так же этот вид креативности выражается в спонтанности и экспрессивности, этот критерий Маслоу обозначает как самовыражение, который характеризуется естественным, свободным поведением людей, которые открыто выражают свои мысли и побуждения. Еще одним критерием данного вида является так называемая «вторая наивность». Автор выделяя такой критерий обращается к детской наивности, и говорит о том, что взрослые люди должны быть открыты переживаниям, только в меньшей степени, но так добавляет, что это врожденная особенность, которая не была подавлена культурными нормами. И последний важный критерий – влечение к неизведанному. Самоактуализирующихся людей притягивает неизвестность, все новое и необычное. Они прекрасно чувствуют себя в хаосе, в непривычной для них ситуации, а так же в моментах сомнения и неопределенности.

Так же А. Маслоу разделяет креативность самоактуализации на уровни:

первичный и вторичный. Первичный уровень связан с непроизвольностью, вдохновением, озарением. Вторичный - произвольный, связан с длительным обучением, тяжелым трудом, стремлением к совершенству. Абрахам Маслоу выделяет, что креативность, при которой задействованы оба уровня в правильной последовательности порождают великие произведения искусства, науки, философии, и называет такую креативность «интегрированной».

Концепции креативности развивались и видоизменялись под влиянием разных направлений и подходов. Так начиная с 1980-х годов развивается многофакторный подход к креативности, в котором этот феномен основывается на особом сочетании индивидуальных факторов, таких как умственные способности и личностные черты, и средовые факторы. В зависимости от предлагаемой теории природа этих факторов и их взаимодействий может меняться.

Так, например, Тереза Амабиле выделяет три компонента, которые лежат в основе креативности: мотивация, процессы, связанные с творчеством и способности в конкретной области. К мотивации он относит внутренние и внешние причины, ради которых человек берется за задачу и само отношение к задаче. Процессы, связанные с творчеством, включают когнитивные стили, позволяющие организовывать мышление в ходе решения задач, использование характеристик стиля работы, например настойчивость и удержание внимания на задаче. Эти процессы учувствуют в решении любых творческих задач, тогда как другие компоненты более специфичны по отношению к определенным типам задач. И третий компонент – способности в конкретной области определяется знаниями, умениями и одаренностью в конкретной области. При отсутствии одного из компонентов творчество, по мнению автора, невозможно. Только уровень развития трех процессуальных компонентов определяет креативность индивида[47, 48].

Особый подход в этом направлении представили Р. Стенберг и Т. Любарт. Они предлагают инвестиционную теорию, согласно которой воплощение и создание оригинальной программы зависит от когнитивного,

личностного и мотивационного ресурсов, а так же условий среды. Они выделяют в когнитивных ресурсах отыскание проблемы, определение проблемы, инсайтные процессы, оценку конкурирующих идей и знания. В личностные ресурсы входят: новаторский стиль мышления, толерантность и неоднозначность, настойчивость, готовность пойти на интеллектуальный риск, смелость взглядов. Большой сфокусированностью на задаче, а не на цели – так определяется ими мотивационный ресурс. Авторы акцентируют внимание на окружающей среде, которая характеризуется возможностью стимулирующей деятельности, интеллектуальным любопытством, индивидуальными особенностями человека, поощрение оригинального применения знаний. Так же авторы указывают на то, что большую роль играет возможность в детстве систематического обучения, в котором затрагиваются толерантность, внимание к талантам человека, настойчивость[56].

Так же авторы замечают, что для успешной креативной деятельности гармонично сочетаться должны друг с другом синтетическая способность, то есть новое виденье проблемы, аналитическая и практическая способности. Учет этих способностей, личностных качеств, а так же мотивации и окружающей среды дает стимул к успешной деятельности. Продолжая мнение о сочетании ресурсов, авторы выдвигают такие критерии[57]:

- отдельные компоненты могут иметь пороговые значения (знания). Творчество невозможно, если уровень компонента опускается ниже порога;
- между компонентами может существовать частичная компенсация: один компонент, который наиболее сильный, может уравновесить компонент, который значительно слабее (например сильная мотивация может уравновесить слабые знания);
- компонент не действует отдельно, что приводит к взаимодействию между компонентами.

К примеру высокие уровни интеллекта и мотивации могут взаимно усиливать их влияние на креативность.

Другие представители этого подхода Вудман и Шенфельдт

рассматривают креативность как результат сложного взаимодействия трех компонентов: antecedентов, индивидуальных характеристик и характеристик ситуации. Авторы понимают под antecedентами предшествующие условия, которые влияют на текущее состояние человека, ситуации и их взаимодействия. Индивидуальные характеристики - способности и когнитивные стили, а так же личностные черты, аттитюды, ценности и мотивацию. Характеристики ситуации, в данной концепции, включают социальные и контекстуальные воздействия.

Группа исследователей в состав в который входили такие ученые, как Д. Фельдман, М. Чиксентмихайи и Х. Гарднер разработали системный подход к креативности. В этом подходе они выделили три системы: индивид, поле и область[55]. Система индивид обеспечивает извлечение информации из определенной области, а так же отвечает за ее преобразование или разработку, с помощью когнитивных процессов, личностных черт и мотивации. Эта система подвержена влияниям со стороны других систем и так же в них может вызывать изменения. Вторая система – поле – состоит из ряда людей, контролирующих данную область или влияющих на нее, которые оценивают и отбирают новые идеи. И третья система, которые авторы назвали область, состоит из культурных знаний, включающие творческие продукты и могут передаваться от человека к человеку.

Многофакторный подход указывает на зависимость креативность от когнитивный, конативных, эмоциональных и средовых факторов. Взаимодействие этих факторов в разных областях в разных областях деятельности порождают творческий потенциал человека, который проявляется в продуктах порождаемых человеком. Степень же креативности этих продуктов оценивается с учетом социальных норм.

Феноменом креативность интересовались ученые экзистенциального направления, которые утверждали, что широта и богатство экзистенциального мира человека, тем больше у него возможностей для творческой самореализации. Так, Л. Бинсвангер определял экзистенцию как креативное

свойство в том случае, когда сам субъект открыт своему будущему, осознает себя самореализующимся, автономным, в каком-то смысле свободном, в зависимости от широты и релевантности картины мира. В обратном же случае, проекция модели мира сужается и потенциальные ресурсы психозволюции блокируются. В этом смысле с креативностью связаны представления о мире как о стимуле для творческой активности, представления о себе, как о субъекте творческих преобразований, представления о творчестве, как о ценности.

Современные исследования Барышевой Т.А. подтверждают предыдущую точку зрения о креативности, как о субъективной детерминанте творчества. Автор так же выделяет, что креативность, как психическое образование включает в себя эффективный, мотивационный, эстетический, экзистенциальный, коммуникативный, компетентностный, интеллектуальный симптокомплексы. Подробнее, она описывает, что мотивационный компонент отвечает за «энергетический ресурс» креативности, интеллектуальный – динамику творческих преобразований, эстетический компонент отвечает за качество результатов. В качестве базового процесса, автор выделяет креацию инновационного типа, преобразования, трансформации, многополярную динамику [13, 205 с].

Помимо целостных теорий креативности, которые основаны на дивергентном мышлении, так же выделяют ряд других креативных способностей: особенности восприятия, интуитивность, способность к преобразованиям, юмор, импровизация, синестезия и широкий фокус внимания.

Особенности восприятия, характеризуются наблюдательностью, как способностью к дифференцированному и точному восприятию (В.Г. Каменская и И.Е. Мельникова, 2008). Особенности восприятия так же характеризуются умениями видеть дефекты, уникальности, неточность в объектах, а так же взаимосвязь объектов, когда она не очевидная (Barron, 1972; Cropley, 1971; Koestler, 1959; Lytton, 1971; MacKinnon, 1972). Такая особенность внимания дает возможность увидеть способ решения задачи, используя дополнительную,

второстепенную информацию.

Интуитивность рассматривается в разных вариантах: либо как особенность личности, либо как когнитивный стиль, что позволяет выделить два типа людей: интуитивный и ощущающий (Jonson, Jonson, 2008).

Способность к преобразованиям - одна их основных динамическая характеристика креативности. Однако, исследователи до сих пор не пришли к единому мнению на этот счет: В.Н. Дружинин высказывает точку зрения связанную с тем, что преобразования бывает в двух вариантах – позитивном и негативном, то есть разрушающим. Т.А. Барышева и Ю.А. Жигалов, не соглашаясь с Дружининым, отмечают, что разрушение это закономерный этап, который соответствует развитию культуры вообще [28, 14].

Способность к прогнозированию – интегральное свойство, связанное с воображением, интуицией и целеполаганием. «Результат сначала выступает в виде некой антиципации, предвосхищения итога мыслительной работы, которая еще должна быть воспроизведена».

Отдельным критерием креативности некоторые авторы выделяют чувство комического. Объясняется это тем, что юмор характеризуется такими особенностями информации как неожиданность, новизна, несоответствие. Способы измерения креативности включают в себя оценку юмора, потому что оба понятия предполагают изменение точки зрения, новый взгляд на вещи.

А.Н. Лук отмечает, что общими для креативной способности и юмора является выход за пределы формальной логики [38].

Род Мартин выделяет два механизма, которые влияют на креативность: первый - гибкость мыслительных процессов и активизация многочисленных схем, которые задействованы в обработке несоответствий в юморе; второй – положительные эмоции, связанные с юмором, ослабляют напряжение и беспокойство, таким образом уменьшают ригидность мышления и повышают способность связывать и объединять разнородный материал.

Помимо общих определений и выделение критериев креативности, определяют креативность так же по специфике сфер деятельности и знаний,

например: интеллектуальная креативность, художественная, предметная, социальная, даже предпринимательская, которая отражает потребность в создании нового продукта, услуг.

Несмотря на многочисленные изучения креативности, ученые так и не пришли к общему пониманию. Попытка систематизировать полученные данные была у Ф. Баррона и Д. Харрингтона. Исследователи сделали следующие общие положения о данном феномене используя данные, полученные с 1970 года по 1980. Первое положение гласит о том, что креативность это способность адаптивно реагировать на необходимость в новых подходах и новых продуктах, что позволяет так же осознавать новое в бытии, а процесс может носить как сознательный, так и бессознательный характер. Второе положение о том, что создание нового творческого продукта во многом зависит от личности и силы внутренней мотивации. Третий пункт – специфические свойства креативного процесса - оригинальность, состоятельность, валидность, адекватность задаче и пригодность эстетической, экологической формой актуальной на данный момент. Следующие положение, которое обобщает все исследования на тот период, что сам креативный продукт, может быть различен по своей природе: новые открытия в разных сферах науки, создание новой картины, музыки или поэмы, принципиально новое решение социальных проблем[53, 54].

Исследования не стоят на месте, но даже спустя время, до сих пор нет точного и единого понимания данного феномена. Но несмотря на это, все таки можно попытаться выделить несколько признаков, которые характерны для каждой креативности:

- вне зависимости от того, на что направлена проблема креативный процесс изменяет структуру внешней информации и внутренних представлений с помощью формирования аналогий и соединения концептуальных пробелов
- проблема в креативном процессе постоянно меняет формулировку
- существующие знания, воспоминания, образы, навыки для создания нового предстают в новом ключе

– процесс креативности характеризуется невербальной моделью мышления

– на разных этапах креативного процесса возникает внутреннее напряжение. Это напряжение может быть: в форме конфликта между новым и традиционным, между предполагаемым продуктом и различными путях решения, а так же между неорганизованностью и переходом на новый, более высокий уровень эффективности.

Подводя итог теоретических данных о креативности, мы можем говорить что креативность выступает как способность ставить задачи и находить неординарное решение в поставленных задачах в любых сферах, используя всевозможные интегральные способности. Креативность является важным аспектом в жизненном пути человека, она помогает чувствовать себя творцом своей жизни, не бояться рисковать, смотреть на проблему с разных сторон и отстраняться от принятых норм.

2.2 Креативность социальная и креативность предметная

Проявление креативности в межличностном взаимодействии называют социальной креативностью, то есть способностью нестандартно, творчески подходить к решению сложных социальных проблем, способность ставить и решать творческие задачи в сфере социальной реальности[13]. Социальная креативность позволяет создавать новое в сфере межличностного взаимодействия и свойственна в большей степени людям адаптированным в социальной сфере.

Термин социальная креативность недостаточно разработан и нет единого мнения по поводу этого понятия. Чаще всего психологи указывают на креативность в личности в сфере общения и в связи с этим выделяют такие термины: «коммуникативная креативность»(А.А Голованова, Н.В. Мартышкина, Т.Ю. Осипова), креативность в сфере общения(С.Ю. Канн, Н.А. Тюрмина), «лингвистическая креативность»(Г.А. Халюшова), «социальный

интеллект»(М.И. Бобнева, Ю.Н. Емельянов, В.Н. Куницына, А.Л. Южанинова), «коммуникативная компетентность» (А.А. Бодалев, О.К. Тихомиров, Ю.М. Жуков), социальный интеллект в работах зарубежных исследователей Дж. Гилфорда, Р. Стернберга, коммуникативная компетентность, социальная одаренность (С. Грейс, Р.Томассони).

Креативность общения и креативность мышления являются взаимосвязанными и взаимозависимыми понятиями, по мнению С.Ю. Канн. Они составляют вместе особое свойство личности, которое проявляется в поисково-преобразовательной деятельности, потребности в изменении и развитии как самой личности, так и окружающего мира [32].

По мнению А.А. Довганю, критерием новизны в отношении межличностного взаимодействия является процесс выхода за пределы традиционного. Кала У.В. рассматривает креативность в общении в двух смыслах: в широком понимается творческое отношение к общению, а в узком – включенность в это отношение. Сущность состоит в умении и способности изменять свое поведение, готовность модифицировать существующую ситуацию.

Попель А.А. выделяет такие компоненты социальной креативности: общую способность к самоактуализации; социальную мотивацию, которая выражает потребность индивида в постоянных социальных контактах и мотивационные установки на общение с другими людьми; коммуникативную сенситивность; социальное воображение, позволяющее моделировать дальнейшее развитие социальной ситуации на основе обратной связи.

Ильиных А.Е. определяет креативность как комплексное качество личности, позволяющее понимать и анализировать причины и динамику различных социальных ситуаций, а так же принимать эффективные творческие решения в ситуациях межличностного взаимодействия [31]. Автор определяет такие компоненты социальной креативности: мотивационный, когнитивный, коммуникативный, эмоциональный и экзистенциальный.

В вопросе соотношения высоких креативных возможностей в

социальной креативности и предметной креативности мнения исследователей расходятся. Существуют разные точки зрения: согласно первой креативность «человек-человек» коррелирует с креативностью «человек-предмет» [40, 46] согласно второй: если у человека доминирует развитие творческих способностей в какой-либо из сфер деятельности, то в других сферах они либо расходятся, либо затрудняют их проявление[24].

Социальная креативность отличается от предметной креативности спецификой ее объекта – человек. Здесь на передний план выступает субъект-субъектная схема взаимодействия, которая характеризуется равенством психологических позиций, обоюдной активности сторон, взаимным участием в мире чувств и переживаний друг друга. Когда в предметной креативности субъект имеет дело с реальными материальными объектами. Вторым отличительным признаком является то, что социальная креативность начинает формироваться с младенчества по мере включения ребенка в систему жизненно важных отношений с окружающими людьми. Отличительным признаком так же является и пространство функционирования. Предметная креативность должна быть развита больше у представителей профессий «человек – предмет», а социальная у представителей профессий «человек-человек».

В реальных жизненных обстоятельствах проблемные задачи в сфере межличностных отношений более распространены, чем предметные, требуют безотлагательного принятия решения, четкого понимания последствий, потому что при неудачах они сопровождаются более глубокими переживаниями.

2.3 Креативность и психологический возраст

Важнейшим компонентом субъективной картины жизненного пути выступают представления личности о характере детерминационных отношений между происшедшими, происходящими и предстоящими событиями ее жизни. Отражаясь в сознании человека, эти отношения образуют сложную

субъективную структуру межсобытийных связей, в которой то или иное событие может быть представлено либо как причина или следствие других событий, либо как их цель или средство. Единицей анализа и измерения психологического времени является межсобытийная связь. При этом единицей психологического прошлого выступает реализованная связь между двумя событиями хронологического прошлого, единицей психологического настоящего — актуальная связь между событиями хронологического прошлого и будущего, единицей психологического будущего — потенциальная связь событий хронологического будущего.

Четкой и осознанная жизненная перспектива, возможна только в том случае, если человек уделяет осознанное внимание не только психологическому прошлому и настоящему, но и имеет четкие линии будущих событий, что дает человеку мощные стимулы к творчеству, рождает оптимистическое мироощущение.

Узкая и односторонняя перспектива заранее обрекает человека на ограниченный диапазон жизненных проявлений, что чревато преждевременным «психологическим старением», в результате которого у личности исчезает интерес к будущему как полю самореализации. Так же и в противоположном случае: когда интерес к будущему полю самореализации очень высок, но не подкреплён событиями прошлого, это свидетельствует о том, что у личности не реальных ориентиров своего развития. Таким образом мы понимаем, что в случае односторонней перспективы человек в своей жизни занимает позицию наблюдателя, не вмешивающегося ни в структуру межсобытийных связей, ни в содержание событий. Перед личностью не стоит задача пользоваться креативностью, потому что в своей собственной жизни он не принимает активное участие.

Исходя из положений А. Кроника, Р. Ахмерова и Е. Головахи мы понимаем, что наличие четкой и осознанной перспективы, и есть тот случай когда психологический возраст соответствует хронологическому возрасту. Это означает что человек ясно осознает, влияние своей деятельности в прошлом на

события будущего, из которой он строит планы на дальнейшие развития событий собственной жизни, то есть принимает активное участие в психологическом настоящем.

Торренс определяет креативность как чувствительность к задачам, дефициту и пробелам знаний, стремление к объединению разноплановой информации. Креативность выявляет связанные с дисгармонией элементов проблемы, ищет их решения, выдвигает предположения и гипотезы о возможности решений, проверяет и опровергает эти гипотезы, видоизменяет, перепроверяет их, окончательно обосновывает результат. Маслоу выделяет креативность как универсальную характеристику самоактуализирующейся личности, которая характеризуется особым восприятием мира.

Социальная креативность, определяет творчество в межличностном взаимодействии, и так же требует оригинальности, способности изменять поведение, принимать нестандартные решения и понимать реакцию других людей, что бы предвидеть последствия.

Связь между феноменами определяют не только А. Кроник, Р. Ахмеров и Е. Головаха, но и Л.С. Выготский, говоря о том, что деятельность человека не ограничивается одним воспроизведением старого, потому что тогда человек был бы существом, обращенным только к прошлому и приспособление к будущему происходило бы через воспроизведение этого прошлого. Он подчеркивает, что именно творческая деятельность человека делает его существом, обращенным к будущему, созидающим его и видоизменяющим свое настоящее.

Так же в экзистенциальном направлении, ученые определяют, что только креативность проявляется только в случае, если субъект сам осознает себя самореализующимся, открыт будущему. Если есть представление себя как субъекта творческих преобразований.

В нашем исследовании предметная креативность будет измеряться по критериям: оригинальность, то есть новизна, специфичность, уникальность тестируемого; абстрактность мышления, то есть способность синтезировать и

обобщать, выделять главное; «сопротивление замыканию», способности длительное время оставаться открытым новизне; «разработанность» - способность дополнять, детализировать, усложнять и модифицировать продукт творческой деятельности.

Социальная креативность рассматривается в таких критериях: *мотивационный*, критерий определяющий стремление к самосовершенствованию, к самоактуализации, к осмысленности жизни, наличие цели, ощущение временной перспективы; *когнитивный параметр*, характеризующийся вербальной оригинальностью как нестандартному подходу к использованию вербальных средств; *коммуникативный параметр* определяет вербальную, невербальную и поведенческую сенситивность, эмпатию, поскольку сопровождает процесс общения и способствует поддержанию эмоционального фона.

Исходя из анализа феноменов психологический возраст и креативность мы понимаем, что у личности, которая занимает активную позицию по отношению к своей жизни, ясно осознает причинно-следственные связи своего психологического времени, креативность будет проявляться ярче, так как понимает, что для достижения какой-либо цели в будущем, ему необходимо быть чувствительным к задачам, к дефициту знаний, что бы это будущее получилось именно таким, каким он его представляет.

3 Эмпирическое исследование психологического возраста и креативности

3.1 Отбор респондентов исследования

Исследование психологического возраста и креативности проводилось на студентах таких институтов Сибирского Федерального Университета: Институт психологии педагогики и социологии, Военно-инженерный институт, Гуманитарный институт, Торгово-экономический институт, Юридический институт, Институт экономики, управления и природопользования.

В исследовании приняли участие 63 студента в возрасте от 19 до 24 лет.

Студенческий возраст - этап формирования самосознания и собственного мировоззрения, этап принятия ответственных решений, наиболее активного развития нравственных и эстетических чувств, становления и стабилизации характера и овладения полным комплексом социальных ролей взрослого человека: гражданских, профессионально - трудовых и др. Он характеризуется завершением становления психологической личности и зрелости мышления.

Подбор методик исследования

1. Методика «Оценка пятилетних интервалов»(ОПИ) Авторы: А. Кроник, Р. Ахмеров, Е. Головаха.

Данная методика измеряет динамику субъективной продуктивности жизни в самосознании личности на основе самооценки. ОПИ является методикой экспресс-диагностики субъективной картины жизненного пути личности. Психологический возраст определяется через показатели реализованности и ожидаемой продолжительности жизни.

Показатель реализованности определяется через соотношение

насыщенности важными событиями прожитых лет и ожидаемой человеком суммарной насыщенности жизни, для этого респонденту предлагается оценить каждое пятилетие своей жизни по степени насыщенности.

2. Методика творческого потенциала личности Е. Торренса.

Методика была выбрана нами для определения предметной креативности. В конкретной методике предметная креативность определяется на основе анализа законченных рисунков по таким критериям:

– Оригинальность. Степень оригинальности определяется статистической редкостью ответа, то есть рисунка.

– «Абстрактность рисунка». Определяется по названию к каждому рисунку: от простых описательных названий до абстрактных философских.

– «Сопrotивление замыканию». Определяется способом замыкания фигуры.

– «Разработанность». Определяется количеством дополнительных деталей на рисунке.

3. Методика определения социальной креативности А.В. Батаршева.

Выбранная нами методика определяет уровень социальной креативности с помощью самооценки поведения в нестандартных ситуациях жизнедеятельности. По этой методике мы смотрим 3 критерия социальной креативности:

- Мотивационный критерий
- Когнитивный критерий
- Коммуникативный критерий

3.2 Результаты и интерпретация полученных данных

1. После первого этапа исследования сформировались три группы сочетаний возрастов, в которых по 21 респонденту. Общее число респондентов 63, которые обучаются в таких институтах: Институт психологии, педагогики и социологии – 2 курс 12 человек; Военно-инженерный институт – 2 курс 12

человек; Гуманитарный институт – 2 курс 5 человек, 3 курс 7 человек; Торгово-экономический институт – 4 курс 3 человека, 3 курс 5 человек; Юридический институт – 3 курс 9 человек; Институт экономики, управления и природопользования – 2 курс 5 человек, 3 курс 5 человек.

1.1 Психологический возраст соответствует хронологическому возрасту($ПВ=ХВ$). Группа из 21 респондента включает в себя студентов 2 курса Института психологии, педагогики и социологии – 5 человек; 5 человек из Военно-инженерного института 2 курса; 4 человека из Гуманитарного института 3 курса – 3 человека, 2 курса – 1 человека; 3 курса Торгово-экономического института – 2 человека; Юридического института – 3 курса 2 человека; 3 курса 2 человека и один человек 2 курса из Института экономики, управления и природопользования. Из них 10 мужского пола и 11 женского пола.

Соответствие возрастов свидетельствует о том, что такие люди нашли приемлемый для себя темп жизни, соизмеримый с их возможностями. Таким людям присущ многомерный, целостный, гибкий стиль познания мира, готовность воспринимать новое во всей его полноте.

По тесту Е. Торренса у группы средний бал 38,5, что соответствует норме среди которых максимальный 80 соответствует высокому уровню предметной креативности, минимальный 15 соответствует низкому уровню. По общему показателю предметной креативности 33% респондентов показали уровень выше нормы, у 19% респондентов ниже нормы, 48% респондентов результат соответствует норме.

Большинство рисунков этой группы(70%) детализированные как внутри фигуры, так и вокруг нее, это свидетельствует о том, что респонденты этой группы удерживают внимание на новизне и способны детально разрабатывать придуманную ими идею. Так же половина(50%) группы использовала образные описания в названиях своих работ, это говорит о том, что респонденты способны выделять главное, понимать суть проблемы. Можно заметить в результатах респондентов, что малая часть группы(29%) получила балы в такой

шкале как «оригинальность».

Подводя итоги по тесту Е. Торренса можно сказать, что группа характеризуется способностью хорошо прорабатывать свои идеи, длительно оставаться открытым новизне и разнообразию идей. Умением понимать суть проблемы, выделять значимое в рисунке.

По тесту социальная креативность средний бал у группы 108,2, что соответствует показателю нормы, из которой максимальный бал 132, который определяет высокий уровень социальной креативности, а минимальный бал равен 79, что соответствует уровню ниже среднего. У 33% респондентов уровень социальной креативности выше среднего, один респондент продемонстрировал низкий показатель, результаты оставшихся респондентов находятся в диапазоне среднего уровня. Это говорит о том, что люди не испытывают ситуационного напряжения в социальном взаимодействии, способны создавать нечто новое в сфере социальных отношений, нестандартно решать социальные задачи. Они способны адекватно интерпретировать поведение других людей, а так же использовать различные поведенческие стили во взаимодействии с другими людьми.

33% респондента продемонстрировали результат выше нормы по предметной креативности, и 33% показали результаты выше нормы по социальной креативности. Респонденты показавшие высокие результаты по предметной креативности (от 40 баллов и выше), показывают результаты нормы по методике социальной креативности (диапазон от 85 до 114 баллов). В подгруппе респондентов, которые показывают высокие результаты в предметной креативности (от 115 и выше), показывают результаты нормы (3 человека) и ниже нормы (3 человека). Результаты представлены в приложении А.

Мы можем сделать вывод, что в данной группе у людей, которые демонстрируют высокие показатели по социальной креативности, показывают не высокие результаты по предметной креативности ($t_{Эмп} = 4.4$, $p \leq 0.01$), и наоборот, люди, которые демонстрируют высокие показатели по предметной

креативности, показывают результаты нормы в социальной креативности ($t_{Эмп} = 4.7, p \leq 0.01$). Это подтверждается данными математической статистики.

1.2 Психологический возраст старше хронологического возраста (ПВ > ХВ). Группа из 21 респондента включает в себя студентов 2 курса Института психологии, педагогики и социологии – 5 человек; 4 человек из Военно-инженерного института 2 курса; из Гуманитарного института 3 курса – 2 человека, 2 курса – 3 человека; 3 курса Торгово-экономического института – 2 человека с 3 и 4 курсов; Юридического института – 3 курса 3 человека; 2 курса 2 человека из Института экономики, управления и природопользования. Из них 12 мужского пола и 9 женского пола.

Такое сочетание связано с пессимистической и обедненной жизненной перспективой, то есть так называемой «психологической старостью», потерей интереса к полю самореализации.

По тесту Е. Торренса у группы средний бал 36,6, что соответствует норме среди которых максимальный 70 соответствует высокому уровню предметной креативности, минимальный 1 соответствует низкому уровню. По общему показателю предметной креативности 33% респондентов показали уровень выше нормы, у 10% респондентов ниже нормы, 57% респондентов результат соответствует норме.

У половины группы (50%) рисунки детализируются внутри фигуры, но эти детали разнообразны, поэтому можно сделать вывод о том, что респонденты не обладают способностью долго удерживать внимание на новизне, но при этом обладают оригинальностью (у 33%) деталей и самих образов. Названия своим рисункам большинство респондентов (85%) присваивали как просто описательные названия, описывающие конкретные свойства нарисованного объекта, так и образно описательные название, что говорит о способности выделять главное.

Таким образом можно сделать вывод о том, что у этой группы есть способности выделять главное и придумывать оригинальные идеи, но они не обладают способностью долго удерживать внимание и быть открытым новизне.

Они быстро замыкают фигуру, но при этом добавляют оригинальные детали только внутри фигуры.

По тесту социальной креативности средний балл у группы 106,5, что соответствует показателям нормы. Максимальный балл группы 129, что соответствует высокому уровню, минимальный балл 81, что соответствует уровню ниже среднего. Только у 19% респондентов уровень социальной креативности выше среднего, у одного респондента уровень ниже среднего, у остальных респондентов результаты на среднем уровне. Люди со средним показателем по этой креативности характеризуются, способностью адекватно оценивать и интерпретировать поведение других людей, продуктивно взаимодействовать в обществе, ставить перед собой цели и задачи направленные на социальное взаимодействие.

У респондентов, которые показали высокие результаты по предметной креативности результаты по социальной креативности показали такие результаты: 71% - средний уровень, 29% - уровень выше среднего. Респонденты, которые показали высокий уровень по социальной креативности, по предметной показали такие результаты: 50% высокий уровень, 25% средний и 25% низкий уровень предметной креативности. Здесь мы можем говорить о том, что показатели не имеют статистически значимых различий между собой ($t_{Эмп} = 1.9, p \leq 0.05$).

1.3 Психологический возраст младше хронологического (ПВ < ХВ)

Людей, которые оказались психологически моложе, характеризует нереализованность, отсутствие значимых достижений, реальный ориентиров самореализации.

По тесту Е. Торренса среднее значение по данному тесту в группе составляет 30, где максимальное значение 52, минимальное 1.

Большинство работ характеризуется быстротой замыкания фигур, незначительным детализированием внутри фигуры, можно сделать вывод, что респонденты этой группы не могут долго быть открытыми новизне, не обладают оригинальностью идей. Названия простые и очевидные, что говорит о

слабой способности выделять главное.

По социальной креативности только у 15% респондентов уровень выше среднего. Люди со средним показателем по этой креативности характеризуются, способностью адекватно оценивать и интерпретировать поведение других людей, продуктивно взаимодействовать в обществе, ставить перед собой цели и задачи направленные на социальное взаимодействие.

2. Группы различаются между собой по параметру «детализированность»: так, в первой группе респонденты дополняли не только цельную фигуру, но еще и заполняли пространство во круг него (например: вокруг домика добавляются солнце, облака, трава, цветы; обозначается фактура разнообразием штриховки; создается фон, для придания конкретной атмосферы: колонки со звуком, много разных планет рядом с космонавтом). Тогда как вторая группа дополняла детали только внутри замкнутой фигуры(украшения на елке, добавление нарисованному дому окон и дверей). Третья группа отличается малой детализированностью рисунков, дополнения только уточняют нарисованную фигуру;

Так же первая и вторая группы отличаются от третьей по параметру замыкание. В этих группах нарисованные фигуры либо являются частью чего-то большего(дорисованный элемент лишь ручка от большой двери, элемент – часы на руке, элемент – часть рта рыбы, которая выныривает из воды), либо быстро замыкаются, но добавляются детали снаружи(спрятанный за щитом рыцарь, вулкан, вокруг которого лава). Третья группа быстро замыкает рисунок.

По параметру абстрактность первая группа характеризуется тем, что дает названия рисункам образные: «довольный жизнью добряк-мексиканец», «верблюды, который комплексует по поводу своей внешности», «дураки и дороги», «затишье перед бурей», «подстригли ужасно». Вторая группа использует названия, которые характеризуют нарисованную фигуру: «худая собака», «зубы хищника». Первая группа давала точные и явные названия: «маска», «лицо», «птица», «человек».

По параметру оригинальность ни одна из групп не характеризуется высокими показателями.

3. По параметру социальной креативности «мотивационный» в первой и второй группе показатель выше среднего значения был у 57% респондентов, у третьей группы только 43% процента показали такой результат. Мы можем говорить о том, что мотивационный компонент, который отвечает за самоактуализацию, самосовершенствование, у респондентов проявляется в одинаковой степени.

Показатели когнитивного параметра социальной креативности выше среднего в большей степени проявляется у первой группы(80%), во второй группе только у 67% респондентов показатель выше среднего и 57% респондентов показали такой же уровень в третьей группе. Этот параметр характеризуется вербальной оригинальностью, значит респонденты всех групп без затруднений находят новые речевые конструкции в обычных коммуникативных ситуациях.

Больше всего респондентов во второй группе показали уровень выше среднего по параметру коммуникативность(71%), 57% респондентов первой группы показали такой же уровень этого параметра и только 33% в третьей. Это говорит о том, что представители первой и второй группы продуктивнее взаимодействуют благодаря чуткости к эмоциональному состоянию партнера, адекватному использованию вербальных и невербальных средств.

4. Следующим шагом в анализе данных будет использование метода математической статистики и-критерия Манна-Уитни. Статистический анализ проводился между группами на степень выраженности показателей креативности у разных возрастов.

В предметной креативности мы проверяли 4 показателя: оригинальность, абстрактность, замыкание, разработанность.

По всем четырем показателям наша гипотеза не подтверждается, степень выраженности показателей респондентов с уравненными возрастами не выше, чем у людей, у которых психологический возраст моложе или старше

хронологического.

В социальной креативности мы проверяли такие показатели: мотивационный, когнитивный, коммуникативный параметр. Статистический анализ показал, что мотивационный и когнитивные параметры не различаются у трех групп респондентов.

Коммуникативный параметр различается у двух групп. Достоверно, что у группы, с одинаковым значением психологического и хронологического возрастов показатели коммуникативного параметра социальной креативности выше, чем у респондентов, чей психологический возраст старше, чем хронологический ($U_{Эмп} = 119.5, p \leq 0.01$). Это значит, что респонденты первой выборки адекватно используют в общении различные коммуникативные средства, они способны воспринимать информацию без смысловых искажений, адекватно интерпретируют поведение других людей, используют различные поведенческие стили во взаимодействии с другими людьми, что позволяет им продуктивно взаимодействовать.

Так же достоверно, что у группы чей психологический возраст ниже, чем хронологический, показатели выше, чем у группы, чей возраст старше хронологического ($U_{Эмп} = 101.5, p \leq 0.01$). Значит респонденты, которые оптимистично смотрят на будущее, действуют в настоящем и создают свое будущее по своим планам и в своем комфортном темпе, эффективно используют свою социальную креативность, а именно коммуникативный ее компонент, который характеризуется чувствительностью на вербальном и невербальном, поведенческом уровне, используют эмпатию для создания и эмоционального фона в общении с другими людьми, что бы эффективно достигать поставленные перед собой цели.

Между группами респондентов, у которых психологический и хронологический возраста совпадают и у тех, чей психологический возраст младше хронологического показатели статистически не значимы. Это может объясняться тем, что у людей, кто психологически моложе есть еще не реализованный творческий потенциал, они с надеждой смотрят в будущее и

предполагают, что еще многое успеют создать. Психологически молодежь, такие респонденты стараются творчески подходить к решению задач, смотреть на мир глазами ребенка. Решают жизненно важные задачи в обществе рискованно, импульсивно.

Корреляция между предметной креативностью и социальной не обнаружена. Заметим, что у респондентов, которых предметная креативность низкая, социальная креативность высокая и наоборот, социальная креативность низкая, а предметная креативность высокая. В исследованиях мы находим объяснение таким значениям в том, что индивиды, у которых креативность предметная высокая отличаются особой эмоциональной уязвимостью. Им трудно адаптироваться в обществе, предвидеть поведение других людей, устанавливать эмоциональные связи.

Таким образом наша гипотеза подтвердилась частично. Статистически выше показатели социальной креативности, а именно коммуникативный его компонент у группы, у которой психологический возраст равен хронологическому, чем у группы, у которой психологический старше хронологического. Так же в этом показателе, статистически выше результатов группы со старшинством психологического возраста, оказались данные группы с младшим психологическим возрастом.

Таким образом мы говорим о том, что личности, которые рационально используют время жизни, эффективней используют вербальную, невербальную и поведенческую сенсетивность, это означает, что способны использовать языковые средства адекватно ситуации, воспринимать информацию без искажений, могут предугадать поведение другого человека, адекватно использовать различные стили поведения. Такие личности более открыты для творчества в процессе общения с другими людьми, способны понять и почувствовать эмоциональное состояние партнера.

По всем другим показателям статистически степень насыщенности доказать не удалось.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение психологического возраста личности является актуальной проблемой поскольку субъективное восприятие времени отражает активную позицию по отношению к своей жизни. Такая позиция очень важна в современном мире, что бы чувствовать свой темп жизни, строить эффективные взаимодействия и добиваться своей цели.

Несмотря на то, что существует множество исследований направленные на изучение жизненного пути личности, как показывает мой анализ литературы по данному вопросу, психологическому возрасту уделяется очень мало внимания. Благодаря проделанной мною работе, можно выделить основные направления, в котором данный феномен рассматривается: типологический казуальный и мотивационный.

Малоизученность феномена социальная креативность так же указывает на актуальность данной работы. А так же на связь предметная и социальная креативности.

Существуют два противоположных мнения исследователей на этот вопрос о связи двух видов креативности. Благодаря изучению разнообразных исследований мы можем определить общие отличия социальной креативности от предметной. Но данный вопрос требует более глубоких исследований.

Новизна моей работы обосновывается тем, что была проведена работа на выявление параметров креативности и их различия в разных возрастных сочетаниях между психологическим и хронологическим возрастах.

Исходя из этого возникает интерес дальнейших работ в детальном изучении психологического возраста в данных направлениях и как в этих подходах рассматривается креативность и как она себя проявляет.

Так же интересно как показатели креативности будут проявляется в разных возрастных периодизациях вместе с разным сочетанием психологического и хронологического возрастов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абобвский, Н.П. Творчество: системный подход, законы развития, принятие решений. М., 1998. – 312 с.
2. Агабабян, А.Р., Арутюнян Н.Д. К вопросу взаимосвязи креативности с личностными характеристиками // Ананьевские чтения, 2007: Материалы научно-практической конференции. СПб., 2007. – 598 с.
3. Абульханова, К.А. Время личности и время жизни / К.А. Абульханова, Т.Н. Березина. – СПб.: Алетейя, 2001. – 304 с.
4. Абульханова, К.А. Идеальность и реальность субъекта // Субъект и личность в психологии саморегуляции / Под ред. В.И. Моросановой. – М.; Ставрополь: Изд-во ПИ РАО, 2007. – 31 с.
5. Абульханова-Славская, К. А. Диалектика человеческой жизни / К. А. Абуль-ханова-Славская. - Москва: Мысль, 1977. - 224 с.
6. Абульханова-Славская, К. А. Стратегия жизни / К. А. Абульханова-Славская. - Москва: Мысль, 1991. - 299 с.
7. Ананьев Б.Г. Избранные психологические труды: в 2 т. / Б.Г. Ананьев. – М.: Педагогика, 1980. Т. 1. – 232 с.
8. Ананьев, Б.Г. О взаимосвязях в развитии способностей и характера: Доклады на совещании по вопросам психологии личности. М., 1956. – 96 с.
9. Ананьев, Б.Г. Формирование одаренности. Склонности и способности. Л., 1962. – 15 с.
10. Ананьев, Б.Г. Психология и проблемы человекознания. Избранные психологические труды / Под ред. А.А. Бодалева. – М.; Воронеж: Ин-т практ. Психологии; НПО «МОДЭК», 1996. – 383 с.
11. Ахмеров, Р.А. Субъективная картина жизненного пути в структуре самосознания / Р.А. Ахмеров // В мире научных открытий. – 2013. - №7.3(43). – 190 с.
12. Банюхова, А.Е. Социальное поведение творческой личности //

Вестник Санкт-Петербургского университета сер.12. Психология. Социология. Педагогика. – 2009. - №2-1. – 271 -276 с.

13. Барышева, Т.А. Креативность. Диагностика и развитие: Монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2002. – 205 с.

14. Барышева, Т.А., Жигалов Ю.А. Психолого-педагогические основы развития креативности. Учеб. Пособие. СПб: СПГУТД, 2006. – 268 с.

15. Богоявленская, Д.Б. Психология творческих способностей. – М., 2002. – 320 с.

16. Богоявленская, Д.Б. Измерение креативности – описание индивидуальности: психология индивидуальности. Материалы Всероссийской конференции. М., 2006. – 87с.

17. Богоявленская, Д.Б. О важности метода "креативного поля" // Проблемы психологической диагностики. Теория и практика. - Таллин, 1977. – 67 - 82 с.

18. Бондалев, А.А. Восприятие и понимание человека человеком. – М.: Москва, 1982. – 200 с.

19. Быкова, А.В. Особенности креативности личности студентов различных социальных групп // Вестник Томского Государственного университета. 2008. № 308. – 144 - 148 с.

20. Вассерман, Л.И. Семантический дифференциал времени / Л.И. Вассерман, Е.А. Трифонова, К.Р. Червинская. – СПб.: С.-Петербур. Психоневро.ин-т им. В.М. Бехтерева, 2009. – 43 с.

21. Выготский, Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте // Психология. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. – 807 - 819 с.

22. Выготский, Л.С. Психологические основы творческой деятельности // Свободное развитие личности школьника: Философские и психолого-педагогические основы образования / Сост. В. И. Аксенова, Р. Г. Карандашова. – Ставрополь: СКИПКРО, 2000.

23. Выготский, Л. С. Воображение и творчество в детском возрасте. СПб., 1997. – 96 с.

24. Гилфорд, Дж. Три стороны интеллекта, // Психология мышления. М., 1965. – 31 -38, 433 с.
25. Головаха, Е.И., Кроник А. А. Психологическое время личности. М.: Смысл, 2008. – 267 с.
26. Дерманова, И. Б., Крылова М.А. Креативность, личные особенности и стратегии совладания старших школьников // Ананьевские чтения, 2004: Материалы научно-практической конференции. СПб., 2004. – 384 -386 с.
27. Дорфман Л.Я., Ковалева Г.В. основные направления исследований креативности в науке и искусстве // Вопросы психологии. – 1999. - №2. – 101 – 111 с.
28. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – М.: Академия, 1996. – 224 с.
29. Дружинин В.Н. Варианты жизни. Очерки экзистенциальной психологии / В.Н. Дружинин. – СПб.: Питер, 2010. – 156 с.
30. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб., 2009. – 154 с.
31. Ильиных А.Е. Социальная креативность личности: психологическая структура // Изв. Саратовского университета сер. Философия. Психология. Педагогика. 2011. Т. 11 – вып. 3. – 74 -77 с.
32. Канн С.Ю. изучение взаимосвязи креативности общения и креативности мышления студентов: дис. ... канд. психол. Наук. Рязань, 1997. – 22 с.
33. Ковалев В.И. Психологические особенности личностной организации времени: Авто-реф. дис. ...канд. психол. Наук. – М.: Московский Государственный университет, 1979. – 48 с.
34. Кроник А.А., Ахмеров Р.А. Мотивационная недостаточность как критерий деформации картины жизненного пути // Мотивационная регуляция деятельности и поведения личности. – М.: Институт психологии РАН, 1988. – 55 -74 с.
35. Кроник А.А. Каузометрия: методы самопознания, психодиагностики

и психотерапии в психологии жизненного пути / А.А. Кроник, Р.А. Ахмеров. – М.: Смысл, 2008. – 294 с.

36. Крылова М.А. Типы креативности и особенности социально-психологической адаптации // Ананьевские чтения, 2007: Материалы научно-практической конференции. СПб., 2007. – 204 -206 с.

37. Линдсей Г. Творческое и критическое мышление / Г. Линдсей, К.С. Халл, Р.Ф. Томпсон // Хрестоматия по общей психологии: Психология мышления. – М., 1981. – 149 -152 с.

38. Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество. М., 1977. – 184 с.

39. Лук А.Н. Психология творчества. М., 1978. – 128 с.

40. Матюшкин А.М. Концепция творческой одаренности // Вопросы психологии. 1989. № 6. – 29 -33 с.

41. Нюттен Ж. Мотивация. Действие и перспектива будущего. М.: Смысл, 2004. – 607 с.

42. Пономарев Я.А. Психология творческого мышления. М., 1960. – 352 с.

43. Пономарев Я.А. Психология творчества. М., 1976. – 303 с.

44. Рубинштейн, С.Л. Теоретические вопросы психологии и проблема личности // Психология личности: тексты / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер. 1982. – 28 – 34 с.

45. Холодная, М. А. Психологические механизмы интеллектуальной одаренности // Вопросы психологии. 1994. №1. – 32-39 с.

46. Abraham H. Maslow. Motivation and Personality (2nd ed.). N.Y.: Harper & Row, 1970; СПб.: Евразия, 1999. – 223 с.

47. Amabile, T. M. «Social psychology of creativity: A consensual assessment technique», Journal of Personality and Social Psychology. 1982. 43(5) С. 997–1013.

48. Amabile, T. M., Gryskiewicz, N.D. «The Creative Environment Scales: Work Environment Inventory». Creativity Research Journal. 1989. 2(4), С. 231–253.

49. Baer, J. «Does artistic creativity decline during elementary school?»,

Psychological Reports. 1996. №78 (3, Pt 1). C. 927–930.

50. Baer, J. «The case for domain specificity of creativity», *Creativity Research Journal*, 11(2). 1998. C. 173–177.

51. Baer, J. «Domains of creativity». In M. A. Runco & S. R. Pritsker (Eds.), *Encyclopedia of Creativity* (Vol. 1, pp. 591–596), New York, Academic Press. 1999.

52. Barron, F. *Creative person and creative process*, New York, Holt, Rinehart & Winston. 1969.

53. Barron, F. «Putting creativity to work», in R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity* (p. 76–98), New York, Cambridge University Press. 1988.

54. Barron, F., & Harrington, D. M. (1981), «Creativity, intelligence, and personality», *Annual Review of Psychology*, 32, 439–476. Baumrind. (1991), «Parenting style and adolescent development», in R. Lerner & A. C. Peterson & J. Brooks-Gunn (Eds.), *The Encyclopaedia of adolescence*, New York, Garland.

55. Feldman, D. H., Csikszentmihalyi, M., & Gardner, H., *Changing the world: A framework of the study of creativity*, Westport (CT), Praeger. 1994.

56. Lubart, T. I. «Models of the creative process: Past, present and future», *Creativity Research Journal*, 13(3–4), (2000–2001), 295–308.

57. Lubart, T. I. «In search of creative Intelligence», in R. J. Sternberg, J. Lautrey, & T. I. Lubart (eds.), *Models of intelligence: International perspectives* (p. 279–292). (2003). Washington DC, American Psychological Association.

58. Torrance, E. P. *Thinking creatively in action and movement*, Bensenville (Ill.), Scholastic testing service. 1981.

59. Torrance, E. P. *Tests de pensee creative*, Paris, Editions du Centre de Psychologie Appliquee. 1976.

60. Torrance, E. P. «The nature of creativity as manifest in its testing», in R. J. Sternberg (ed.), *The nature of creativity* (p. 43–75), New York, Cambridge University Press. 1988.

61. Torrance, E. P. (1994), *Creative motivation scale*, Unpublished test.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Данные группы, у которой психологический возраст равен хронологическому. Общие показатели

Таблица А.1 –добавить название

| Код испытуемого | Хронологический возраст | Психологический возраст | Предметная креативность | Социальная креативность |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 1 | 21 | 21 | 18 | 122 |
| 2 | 19 | 20 | 17 | 123 |
| 3 | 22 | 23 | 30 | 124 |
| 4 | 20 | 20 | 39 | 100 |
| 5 | 23 | 24 | 28 | 132 |
| 6 | 21 | 20 | 42 | 88 |
| 7 | 20 | 20 | 80 | 103 |
| 8 | 21 | 20 | 55 | 127 |
| 9 | 20 | 20 | 15 | 124 |
| 10 | 20 | 21 | 72 | 104 |
| 11 | 20 | 20 | 61 | 105 |
| 12 | 21 | 22 | 28 | 110 |
| 13 | 19 | 19 | 34 | 90 |
| 14 | 22 | 21 | 35 | 79 |
| 15 | 20 | 21 | 15 | 104 |
| 16 | 21 | 22 | 52 | 110 |
| 17 | 19 | 20 | 36 | 111 |
| 18 | 20 | 20,5 | 72 | 96 |
| 19 | 20 | 20 | 24 | 108 |
| 20 | 19 | 19,5 | 33 | 129 |
| 21 | 21 | 20 | 55 | 127 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Данные группы, у которой психологический возраст равен хронологическому. Показатели компонентов социальной креативности

Таблица Б.1 –добавить название

| Код испытуемого | Мотивационный компонент | Когнитивный компонент | Коммуникационный компонент |
|-----------------|-------------------------|-----------------------|----------------------------|
| 1 | 32 | 31 | 59 |
| 2 | 33 | 32 | 58 |
| 3 | 33 | 41 | 50 |
| 4 | 28 | 36 | 36 |
| 5 | 41 | 37 | 54 |
| 6 | 27 | 21 | 40 |
| 7 | 29 | 30 | 44 |
| 8 | 23 | 24 | 38 |
| 9 | 31 | 34 | 59 |
| 10 | 30 | 26 | 48 |
| 11 | 27 | 30 | 48 |
| 12 | 29 | 38 | 43 |
| 13 | 24 | 30 | 36 |
| 14 | 20 | 31 | 24 |
| 15 | 30 | 29 | 45 |
| 16 | 37 | 35 | 38 |
| 17 | 32 | 24 | 55 |
| 18 | 22 | 32 | 42 |
| 19 | 21 | 35 | 52 |
| 20 | 38 | 43 | 48 |
| 21 | 27 | 43 | 57 |

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Данные группы, у которой психологический возраст равен хронологическому. Показатели компонентов предметной креативности

Таблица В.1 –добавить название

| Код испытуемого | Оригинальность | Абстрактность | Замыкание | Разработанность |
|-----------------|----------------|---------------|-----------|-----------------|
| 1 | 3 | 6 | 2 | 7 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 6 | 17 |
| 4 | 5 | 10 | 6 | 18 |
| 5 | 3 | 3 | 6 | 15 |
| 6 | 3 | 12 | 7 | 20 |
| 7 | 6 | 13 | 16 | 40 |
| 8 | 5 | 2 | 4 | 13 |
| 9 | 2 | 1 | 2 | 10 |
| 10 | 5 | 11 | 12 | 44 |
| 11 | 7 | 6 | 11 | 37 |
| 12 | 8 | 2 | 3 | 15 |
| 13 | 4 | 2 | 5 | 23 |
| 14 | 6 | 10 | 5 | 14 |
| 15 | 1 | 0 | 2 | 12 |
| 16 | 4 | 3 | 14 | 31 |
| 17 | 3 | 5 | 10 | 18 |
| 18 | 6 | 6 | 14 | 46 |
| 19 | 7 | 15 | 11 | 47 |
| 20 | 5 | 3 | 10 | 15 |
| 21 | 7 | 11 | 13 | 24 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Данные группы, у которой психологический возраст младше хронологического. Общие показатели

Таблица Г.1 –добавить название

| Код испытуемого | Хронологический возраст | Психологический возраст | Предметная креативность | Социальная креативность |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 22 | 21 | 19 | 1 | 120 |
| 23 | 20 | 13 | 39 | 113 |
| 24 | 20 | 18 | 37 | 81 |
| 25 | 19 | 16 | 36 | 114 |
| 26 | 19 | 17 | 54 | 113 |
| 27 | 19 | 17 | 47 | 92 |
| 28 | 20 | 18 | 24 | 108 |
| 29 | 24 | 20 | 25 | 105 |
| 30 | 20 | 17 | 31 | 111 |
| 31 | 20 | 18 | 51 | 126 |
| 32 | 20 | 17 | 25 | 78 |
| 33 | 22 | 16,5 | 14 | 107 |
| 34 | 20 | 15 | 47 | 92 |
| 35 | 20 | 14 | 50 | 100 |
| 36 | 20 | 18 | 34 | 108 |
| 37 | 20 | 17 | 70 | 109 |
| 38 | 21 | 18,5 | 56 | 102 |
| 39 | 19 | 17,5 | 21 | 86 |
| 40 | 20 | 14 | 60 | 120 |
| 41 | 20 | 17 | 31 | 111 |
| 42 | 23 | 19 | 31 | 104 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Данные группы, у которой психологический возраст младше хронологическому. Показатели компонентов социальной креативности

Таблица Д.1 –добавить название

| Код испытуемого | Мотивационный компонент | Когнитивный компонент | Коммуникационный компонент |
|-----------------|-------------------------|-----------------------|----------------------------|
| 22 | 33 | 32 | 55 |
| 23 | 33 | 33 | 47 |
| 24 | 19 | 21 | 41 |
| 25 | 32 | 28 | 54 |
| 26 | 29 | 37 | 47 |
| 27 | 33 | 35 | 61 |
| 28 | 33 | 20 | 55 |
| 29 | 32 | 23 | 50 |
| 30 | 26 | 36 | 56 |
| 31 | 26 | 41 | 59 |
| 32 | 19 | 27 | 32 |
| 33 | 35 | 30 | 42 |
| 34 | 36 | 30 | 54 |
| 35 | 28 | 28 | 44 |
| 36 | 28 | 31 | 49 |
| 37 | 27 | 30 | 52 |
| 38 | 24 | 37 | 41 |
| 39 | 21 | 30 | 35 |
| 40 | 32 | 39 | 49 |
| 41 | 37 | 27 | 47 |
| 42 | 29 | 36 | 39 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Данные группы, у которой психологический возраст младше хронологического. Показатели компонентов предметной креативности

Таблица Е.1 –добавить название

| Код испытуемого | Оригинальность | Абстрактность | Замыкание | Разработанность |
|-----------------|----------------|---------------|-----------|-----------------|
| 22 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 23 | 4 | 8 | 8 | 19 |
| 24 | 5 | 2 | 10 | 20 |
| 25 | 5 | 9 | 6 | 16 |
| 26 | 5 | 5 | 14 | 31 |
| 27 | 3 | 5 | 6 | 19 |
| 28 | 5 | 4 | 5 | 10 |
| 29 | 5 | 6 | 5 | 9 |
| 30 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 31 | 3 | 12 | 11 | 25 |
| 32 | 1 | 4 | 4 | 16 |
| 33 | 0 | 2 | 2 | 10 |
| 34 | 4 | 15 | 9 | 19 |
| 35 | 7 | 16 | 6 | 21 |
| 36 | 6 | 4 | 7 | 17 |
| 37 | 8 | 20 | 11 | 31 |
| 38 | 6 | 10 | 11 | 29 |
| 39 | 4 | 2 | 4 | 11 |
| 40 | 6 | 12 | 10 | 32 |
| 41 | 5 | 10 | 6 | 16 |
| 42 | 4 | 8 | 9 | 10 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Данные группы, у которой психологический возраст старше хронологического. Общие показатели

Таблица Ж.1 –добавить название

| Код испытуемого | Хронологический возраст | Психологический возраст | Предметная креативность | Социальная креативность |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 43 | 19 | 21 | 45 | 99 |
| 44 | 24 | 32 | 1 | 120 |
| 45 | 20 | 25 | 6 | 88 |
| 46 | 20 | 31 | 11 | 73 |
| 47 | 19 | 33 | 7 | 95 |
| 48 | 21 | 34 | 47 | 97 |
| 49 | 20 | 22 | 50 | 113 |
| 50 | 19 | 32 | 40 | 108 |
| 51 | 20 | 22,5 | 52 | 114 |
| 52 | 19 | 22 | 37 | 107 |
| 53 | 19 | 26 | 20 | 89 |
| 54 | 21 | 25 | 48 | 98 |
| 55 | 19 | 27,5 | 26 | 101 |
| 56 | 20 | 33 | 29 | 90 |
| 57 | 20 | 36 | 24 | 74 |
| 58 | 20 | 24 | 37 | 81 |
| 59 | 19 | 22,5 | 2 | 59 |
| 60 | 20 | 24 | 25 | 78 |
| 61 | 20 | 25 | 46 | 123 |
| 62 | 20 | 22 | 37 | 81 |
| 63 | 19 | 23 | 36 | 115 |

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Данные группы, у которой психологический возраст старше хронологического. Показатели компонентов социальной креативности

Таблица И.1 –добавить название

| Код испытуемого | Мотивационный компонент | Когнитивный компонент | Коммуникационный компонент |
|-----------------|-------------------------|-----------------------|----------------------------|
| 43 | 25 | 26 | 47 |
| 44 | 38 | 34 | 48 |
| 45 | 22 | 35 | 31 |
| 46 | 21 | 20 | 32 |
| 47 | 27 | 34 | 34 |
| 48 | 29 | 25 | 43 |
| 49 | 34 | 26 | 53 |
| 50 | 34 | 21 | 53 |
| 51 | 30 | 28 | 56 |
| 52 | 29 | 31 | 47 |
| 53 | 27 | 29 | 33 |
| 54 | 30 | 34 | 34 |
| 55 | 27 | 36 | 38 |
| 56 | 24 | 27 | 39 |
| 57 | 21 | 25 | 28 |
| 58 | 35 | 38 | 40 |
| 59 | 17 | 20 | 22 |
| 60 | 21 | 30 | 27 |
| 61 | 37 | 41 | 35 |
| 62 | 20 | 27 | 34 |
| 63 | 29 | 39 | 47 |

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Данные группы, у которой психологический возраст младше хронологического. Показатели компонентов предметной креативности

Таблица К.1 –добавить название

| Код испытуемого | Оригинальность | Абстрактность | Замыкание | Разработанность |
|-----------------|----------------|---------------|-----------|-----------------|
| 43 | 6 | 5 | 8 | 22 |
| 44 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 45 | 1 | 1 | 0 | 4 |
| 46 | 5 | 0 | 1 | 5 |
| 47 | 3 | 14 | 6 | 17 |
| 48 | 6 | 13 | 13 | 15 |
| 49 | 4 | 11 | 10 | 25 |
| 50 | 4 | 10 | 7 | 19 |
| 51 | 4 | 10 | 12 | 26 |
| 52 | 2 | 10 | 5 | 20 |
| 53 | 4 | 2 | 4 | 10 |
| 54 | 6 | 7 | 13 | 22 |
| 55 | 3 | 1 | 5 | 17 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 57 | 2 | 5 | 5 | 15 |
| 58 | 3 | 0 | 1 | 3 |
| 59 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| 60 | 5 | 5 | 7 | 8 |
| 61 | 7 | 12 | 15 | 12 |
| 62 | 4 | 9 | 11 | 13 |
| 63 | 2 | 11 | 13 | 10 |

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Методика для определения психологического возраста «оценка пятилетних интервалов». Бланк для респондентов

Имя:

Возраст:

На кого обучаетесь:

До какого возраста Вы надеетесь дожить:

Инструкция: представьте себе мысленно всю вашу жизнь – прошлое настоящее и будущее. В каком году вы родились? До какого возраста Вы надеетесь дожить?(дайте более реалистичную оценку). В таблице кружком обведите число, соответствующее указанному вами возрасту с точностью до пяти лет. А теперь с помощью таблицы попытайтесь оценить каждое пятилетие вашей жизни по степени насыщенности важными для вас событиями. Пятилетия оцениваются по десятибалльной шкале, 10 баллов – максимальная степень насыщенности, 1 балл - минимальная. Место пересечения балла вашей оценки и пятилетия отмечаете знаком «х».

Таблица Л.1 –добавить название

| Пятилетия жизни | Степень насыщенности важными событиями | | | | | | | | | |
|-----------------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 0-5 | | | | | | | | | | |
| 6-10 | | | | | | | | | | |
| 11-15 | | | | | | | | | | |
| 16-20 | | | | | | | | | | |
| 21-25 | | | | | | | | | | |
| 26-30 | | | | | | | | | | |
| 31-35 | | | | | | | | | | |
| 36-40 | | | | | | | | | | |
| 41-45 | | | | | | | | | | |
| 46-50 | | | | | | | | | | |
| 51-55 | | | | | | | | | | |
| 56-60 | | | | | | | | | | |
| 61-65 | | | | | | | | | | |
| 66-70 | | | | | | | | | | |
| 71-75 | | | | | | | | | | |
| 76-80 | | | | | | | | | | |
| 81-85 | | | | | | | | | | |
| 86-90 | | | | | | | | | | |
| 91-95 | | | | | | | | | | |
| 96-100 | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

ПРИЛОЖЕНИЕ М

Методика для определения социальной креативности. Бланк для респондентов

Имя:

Возраст:

Профессия, на которой обучаетесь:

Инструкция к тесту

В предложенном ниже бланке вам необходимо по 9-балльной шкале (где 1 балл – минимальный бал, 9 – максимальный) провести самооценку личностных качеств либо частоту их проявления в заданных ситуациях жизнедеятельности.

ТЕСТ

1. Как часто начатое дело вам удается довести до логического конца?
2. Если всех людей мысленно разделить на логиков и эвристиков, то есть генераторов идей, то в какой степени вы являетесь генератором идей?
3. В какой степени вы относите себя к людям решительным?
4. В какой степени ваш конечный «продукт», ваше творение чаще всего отличается от исходного проекта, замысла?
5. Насколько вы способны проявить требовательность и настойчивость, чтобы люди, которые обещали вам что-то, выполнили обещанное?
6. Как часто вам приходится выступать с критическими суждениями в чей-либо адрес?
7. Как часто решение возникающих у вас проблем зависит от вашей энергии и напористости?
8. Какой процент людей в вашем коллективе чаще всего поддерживают вас, ваши инициативы и предложения? (Один балл – около 10%.)
9. Как часто у вас бывает оптимистическое и веселое настроение?
10. Если все проблемы, которые вам приходилось решать за последний год,

Окончание приложения М

условно разделить на теоретические и практические, то каков среди них удельный вес практических?

11. Как часто вам приходилось отстаивать свои принципы, убеждения?

12. В какой степени ваша общительность, коммуникабельность способствует решению жизненно важных для вас проблем?

13. Как часто у вас возникают ситуации, когда главную ответственность за решение наиболее сложных проблем и дел в коллективе вам приходится брать на себя?

14. Как часто и в какой степени ваши идеи, проекты удавалось воплощать в жизнь?

15. Как часто вам удается, проявив находчивость и даже предприимчивость, хоть в чем-то опередить своих соперников по работе или учебе?

16. Как много среди ваших друзей и близких людей, считающих вас человеком воспитанным и интеллигентным?

17. Как часто вам в жизни приходилось предпринимать нечто такое, что было воспринято даже вашими друзьями как неожиданность, принципиально новое дело?

18. Как часто вам приходилось коренным образом реформировать свою жизнь или находить принципиально новые подходы в решении старых проблем?

ПРИЛОЖЕНИЕ Н

Методика для определения предметной креативности. Бланк для респондентов

Имя:

Возраст:

Специальность на которой Вы обучаетесь:

Инструкция:

Вам предлагают выполнить увлекательные задания. Все они потребуют от вас воображения и фантазии. При выполнении каждого задания старайтесь придумать что-то новое и необычное и хорошо бы такое, до которого далеко не каждый додумается. Перед вами 10 незаконченных фигур. Если вы добавите к ним дополнительные линии или штрихи, получаются интересные предметы или даже сюжетные картинки. Придумайте название для вашего рисунка и напишите его под ним. Время выполнения – 15 мин. Поэтому работайте быстро.

Продолжение приложения Н

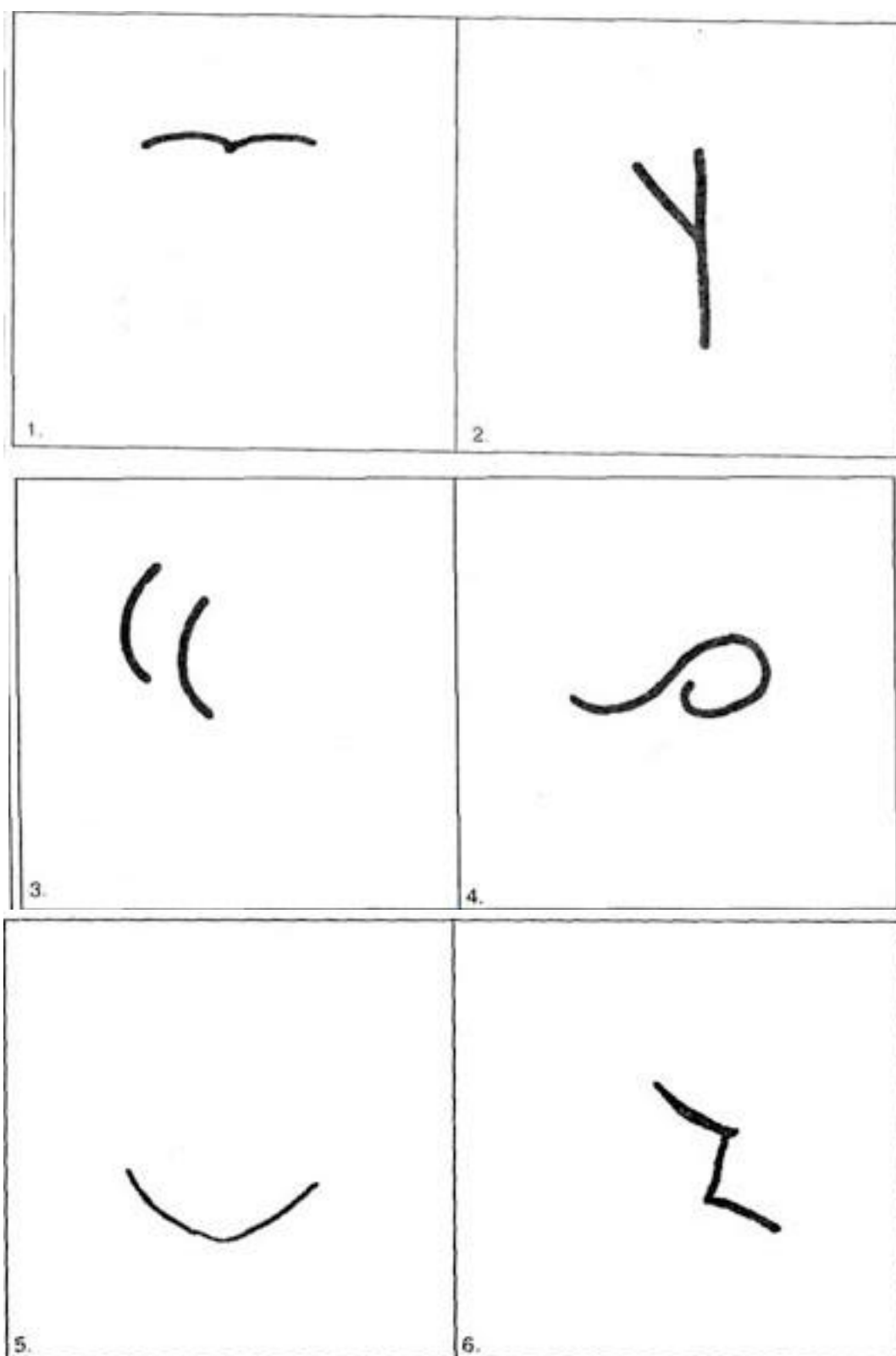


Рисунок Н.1 - название

Окончание приложения Н

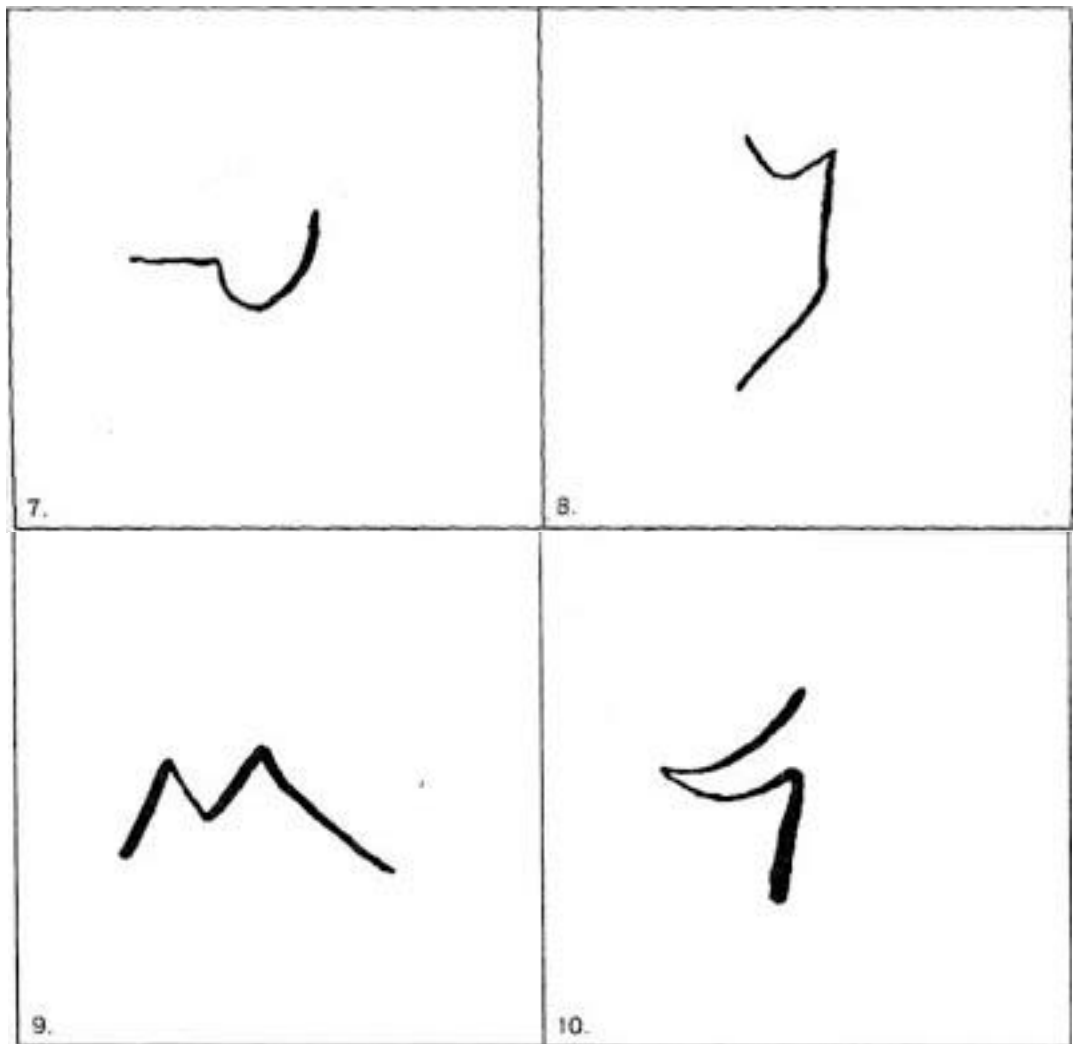


Рисунок Н.2 - название