

УДК 159.923:159.922.736.4
ББК Ю941.5-72

ГСНТИ 14.35.01; 14.07.05

Код ВАК 13.00.01; 19.00.07

Водяха Сергей Анатольевич,

кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии образования, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, к. 387; e-mail: svodykha@yandex.ru

Водяха Юлия Евгеньевна,

кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии образования, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, д. 26, к. 387; e-mail: jullyaa@ya.ru

КРЕАТИВНОСТЬ СТАРШЕКЛАССНИКОВ КАК ПРЕДИКТОР ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ В ШКОЛЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: психологическое благополучие личности; креативность старшеклассников.

АННОТАЦИЯ. Рассматриваются основные теоретические аспекты проблемы креативности как предиктора школьного психологического благополучия. Выявлен ряд различий в показателях школьного психологического благополучия в зависимости от степени выраженности у старшеклассников креативной идентичности. Наиболее существенные различия между креативами и некреативами были обнаружены в отношении к себе. Креативы отличаются рефлексивностью и поэтому склонны оценивать себя ниже, чем некреативы. На основании результатов исследования можно предположить, что некреативы избирают стратегии компенсаторного самооценивания, не связанного с реальным уровнем достижений. Креатив не боится остаться непопулярным среди сверстников, поэтому у него меньше друзей среди одноклассников. Некреативы чрезмерно озабочены ожиданиями и оценками других людей, не умеют противостоять давлению окружающих в ущерб собственному мнению. Они конформны и стремятся быть как все. Это способствует установлению многочисленных удовлетворяющих связей с одноклассниками. Креативные старшеклассники более раскрепощены в общении с педагогами, предпочитают видеть в них равных партнеров. Многие педагоги склонны соблюдать дистанцию в общении с учениками, не делая исключения для креативов. Потребность в общении с педагогом у творческих старшеклассников остается острой, но довольствоваться формальными отношениями они не могут, чаще могут открыто выражать недовольство действиями педагога. Это может быть связано с тем, что педагоги недостаточно часто эмоционально поддерживают креативов. Эмоциональная поддержка педагогов необходима таким старшеклассникам, особенно при отсутствии понимания у одноклассников. Ориентация школы на стандарт, а подчас на нижние границы нормы оставляет слишком узкую нишу для самореализации креатива. Креативу сложно выполнять деятельность, смысл которой ему не ясен. Понять логику школьного стандарта старшекласснику непросто, поэтому школа часто не воспринимается в качестве развивающей среды. Тем более, что большинство школ в качестве базовой стратегии обучения выбирают подготовку к ЕГЭ на основе условно-рефлекторного научения.

Vodyakha Sergey Anatolievich,

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

Vodyakha Yulia Evgenievna,

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

CREATIVITY OF SENIOR SECONDARY SCHOOL CHILDREN AS A PREDICTOR OF THE SCHOOL PSYCHOLOGICAL WELL-BEING

KEY WORDS: psychological well-being of an individual; creativity of senior secondary school children.

ABSTRACT. The article examines the main theoretical aspects of the problem of creativity as a predictor of the school psychological well-being. It identifies a number of differences in the estimations of the school psychological well-being depending on the degree of formation of the pupils' creative identity. The most significant differences between creative and noncreative pupils were found in their relation to themselves. Creative pupils are reflexive and therefore tend to rate themselves lower than noncreative ones. On the basis of the undertaken study, it can be assumed that noncreative pupils choose compensatory strategies of self-evaluation, which are not connected with the actual level of achievement. A creative pupil is not afraid of being unpopular among his peers, so he has fewer friends among classmates. Noncreative pupils are excessively concerned with the expectations and evaluations of others and are not able to resist the pressure of others at their own expense. They are conformable and seek to "be like everyone else". This fact contributes to the establishment of many satisfying relationships with classmates. Creative secondary school pupils are more relaxed in their communication with teachers, preferring to see them as equal partners. Many teachers tend to keep distance in relations with their pupils, without exceptions for the creative ones. The need to communicate with the teacher is very urgent with creative senior secondary school pupils, but they cannot be content with formal relations. They are more likely to openly express dissatisfaction with the actions of the teacher. This may be due to the fact that teachers do not often enough emotionally support cre-

ative pupils. The teacher's emotional support is necessary, especially in the absence of understanding of classmates. Orientation of the school on the standard, and sometimes on its lower limit, leaves too narrow a niche for the realization of creativity. For a creative pupil it is difficult to perform activities, the meaning of which is not clear to him. It is not easy for a senior secondary school pupil to understand the logic of the school standard, so the school is often not seen as a developing environment. Moreover, the majority of schools select as a basic learning strategy preparation for the uniform state examinations on the basis of conditioned reflex learning.

В начале третьего тысячелетия важность творчества становится все более значимой. Вековые проблемы, накопившиеся на нашей планете, бросают вызов выживанию человечества. Современные творческие личности должны научиться справляться с такими последствиями развития цивилизации, как увеличение численности населения и загрязнение окружающей среды.

Современные люди в последние время все более зависимы от содержания школьного образования для получения информации, необходимой для адаптации к окружающей их среде. Таким образом, очевидно, что креативность необходимо формировать в школах. В то же время часто встречаются данные о том, что школа снижает уровень креативности.

Дж. Гетцелс и Ф. Джексон обнаружили, что ученики, получавшие высокие баллы по тестам креативности, как правило, были редко любимы учителями. Педагоги предпочитают академически одаренных, но не творческих учащихся [3].

М. Чиксентмихайи исследовал жизнь 91 высокопродуктивных писателей, музыкантов, бизнесменов и ученых-лауреатов Нобелевской премии. Выяснилось, что они почти никогда не вспоминали начальную и среднюю школу как ту среду, которая помогла им развить познавательные интересы и креативность, которые стали залогом их более поздних достижений. Почти каждый человек мог отметить одного или двух учителей, оказавших сильное влияние на познавательную инициативу, но в целом школьная атмосфера воспринималась как скучная и репрессивная. На основании данных исследований можно предположить, что креативные школьники испытывают дискомфорт в условиях обязательного массового образования [2].

Возможно, этот феномен обусловлен тем, что креативность как показатель индивидуальности формируется в контексте культурных и социальных стандартов и неотделима от них. Другими словами, если школа как социальный институт считает креативность приоритетной ценностью, содержание образования будет ориентироваться на формирование творческих личностей и креативной идентичности. Именно креативная идентичность будет способствовать отказу от инсайтной ригидности и стремлению настойчиво использовать стратегии разре-

шения проблемной ситуации, отличающиеся от шаблонных способов решения.

Творческое поведение в настоящее время рассматривается не только в качестве способности, проявляющейся на индивидуальном уровне; в последние годы исследователи получают все больше данных, демонстрирующих влияние экономических, политических и социальных явлений на проявление креативности [4].

В лонгитюдном исследовании художников М. Чиксентмихайи было обнаружено, что некоторые из потенциально наиболее продуктивных творческих личностей бросали занятия искусством и занимались обычными делами. В то же время другие, не обладающие высоким уровнем креативности, создали произведения искусства, которые были признаны важными творческими достижениями [1; 12].

Оригинальность, свежесть восприятия, дивергентность мышления необходимы творческой личности, но без той или иной формы общественного признания продукты труда креатива не будут считаться творческими. Творчество – это феномен, который формируется за счет взаимодействия между творцом и потребителем творческого продукта. Креативность не является плодом усилий отдельных лиц, она является социально заданной формой самореализации. Соответствие творческому образцу при оценке креативного продукта определяется не внутренним стандартом, а социально заданным эталоном [4; 7; 9; 14].

Поэтому, если в школьной среде не сформированы критерии творческого продукта, большинство членов школьного сообщества будет считать креативную продуктивность старшеклассников банальной неспособностью достичь шаблона. Таким образом, креативное поведение будет связываться не с высокопродуктивной деятельностью, а с отклонением от нормы. Поэтому нередко школьная среда отторгает креативных старшеклассников. Поэтому, по данным В. Н. Козленко, примерно 70% конфликтов в сфере «ученик – учитель» в старших классах приходится на конфликты педагогов с креативными старшеклассниками. Стандарты достижения результата творческими и нетворческими старшеклассниками существенно различаются. Креативные ученики стремятся исходить из интернализированных стандартов, не полностью соответствующих внешне заданным условиям. По-

этому возникает противоречие между внутренним стремлением к совершенству и стремлением соответствовать обезличивающей норме поведения хорошего ученика и члена ученического коллектива [1; 3; 8].

Многие педагоги видят свою задачу в том, чтобы сформировать как можно более прочную и как можно устойчивую систему знаний. Это способствует экономности мышления в предсказуемой ситуации, но абсолютно неадекватно в экстремальной ситуации. Креативность плохо формируется в контексте устойчивости, предсказуемости и линейной последовательности. Школьная среда также способствует формированию конформности школьников, подавляющей креативные черты личности [2; 5; 10; 11; 14].

Креативность также не поощряется вследствие того, что применение знаний, полученных в школе, гипотетично. Поэтому творческим школьникам трудно быть хорошими учениками, т. к. они не всегда понимают, зачем преподаваемые знания им нужны. Невероятную трудность составляют предметы, на которых они не могут проявить потребность в самоутверждении и оригинальности. Педагоги и одноклассники стремление к оригинальности нередко подвергают довольно жестким санкциям. Это приводит к формированию у некоторых творческих старшеклассников комплекса неполноценности и стремлению быть, как все [4; 9; 15].

С другой стороны, именно творческие педагоги способны рассмотреть проявления креативного старшеклассника, превратив учебную деятельность из тяжелого труда в

увлекательное и волнительное занятие. Успехи в творческой деятельности в рамках различных учебных предметов порождают внутреннее и социальное подкрепление креативного поведения. Педагоги способны сформировать у старшеклассников установку на креативность, способствуя становлению креативной идентичности [5; 6; 13].

На основе обзора теоретических подходов автор предположил, что креативная идентичность является важным предиктором психологического благополучия в школе старшеклассника.

1. Опросник творческой идентичности, представляющий собой монометрическую шкалу из 15 пунктов. Испытуемые должны выразить степень своего согласия, используя шкалу Лайкерта.

2. Опросник психологического благополучия школьника, представляющий пятифакторную шкалу из 30 пунктов. Испытуемые должны выразить степень своего согласия, используя шкалу Лайкерта.

В исследовании принимали участие 438 учащихся старших классов г. Екатеринбурга в возрасте 15-17 лет. Для проверки гипотезы исследования было проведено сравнение различий в психологическом благополучии школьника между креативными (лицами, показавшими более 56 баллов по креативной идентичности) и некреативными (лицами, показавшими менее 32 баллов по креативной идентичности). Различия вычислялись с помощью программы Statistica 10 (таблица 1).

Таблица 1

Различия креативов и некреативов по школьному психологическому благополучию

	Среднее некреативов	Среднее креативов	t-критерий Стьюдента	p
Отношение к друзьям	27,74359	24,33333	2,441388	0,015626
Отношение к школе	24,47436	19,42424	3,289206	0,001215
Отношение к педагогам	24,24359	17,71717	4,179719	0,000046
Отношение к родителям	27,51282	24,93939	1,689704	0,092865
Отношение к себе	34,06410	22,40404	5,524157	0,0000001

Анализируя таблицу, следует отметить, что по 4 показателям школьного психологического благополучия некреативы существенно превосходят креативов.

Наиболее значимыми являются различия в отношении креативов и некреативов в отношении к себе (34,06410 против 22,40404). Т-критерий равен 5,524157 ($p < 0,0000001$). Самоотношение и чувство самоценности креативных старшеклассников существенно ниже, чем у некреативов. Креативы в меньшей степени расценивают себя полезными и общественно значимыми людьми в школьном коллективе и в мень-

шей степени проявляют самопривязанность. Возможно, они отторгаются в группе сверстников, чувствуют себя «белыми воронами», испытывая комплекс неполноценности из-за того, что они не такие, как все. Возможно, это связано с тем, что креативы более автономны и самодетерминированны. А это нередко воспринимается как неконформизм, эгоистичность и даже оппозиция социальным стандартам как на микросоциальном, так и на макросоциальном уровнях. Такие ученики не готовы отказаться от индивидуальных стандартов ради соответствия представлению школы об идеальном ученике

или идеальном однокласснике. Также привычка рефлексировать большинство своих поступков, свое место в структуре общества не способствует повышению самооценности. Школа как социальный институт подчас слишком жестко регламентирует жизнь школьника, поэтому креативный школьник чувствует себя в ней неуютно.

Также интересны различия в отношении креативов и некреативов в отношении к педагогам (24,24359 против 17,71717). Т-критерий равен 4,179719 ($p < 0,000046$). Другими словами, креативы менее удовлетворены отношениями с педагогами, чем некреативы. Креативные старшеклассники более раскрепощены в общении с педагогами, предпочитая видеть в них равных партнеров. Многие педагоги склонны соблюдать дистанцию в общении с учениками, не делая исключения для креативов. Потребность в общении с педагогом у творческих старшеклассников остается острой, но довольствоваться формальными отношениями они не могут. Они чаще могут открыто выражать недовольство действиями педагога. Это может быть связано с тем, что педагоги недостаточно часто эмоционально поддерживают креативов. Эмоциональная поддержка педагогов им необходима, особенно при отсутствии понимания у одноклассников.

Весьма существенным различием по критерию Стьюдента между креативами и некреативами является отношение к школе (24,47436 против 19,42424). Т-критерий равен 3,289206 ($p < 0,001215$). Таким образом, отношение креативов к школе существенно хуже, чем у некреативов. Возможно, это связано с тем, что креативы находят школьную жизнь не слишком увлекательной и мало насыщенной приятными, будо-

ражающими сознание событиями. Ориентация школы на стандарт, а подчас на нижние границы нормы оставляет слишком узкую нишу для самореализации креатива. Креативу сложно выполнять деятельность, смысл которой ему не ясен. Понять логику школьного стандарта старшекласснику не просто, поэтому школа часто не воспринимается в качестве развивающей среды. Тем более, что большинство школ в качестве базовой стратегии обучения выбирают подготовку к ЕГЭ на основе условно-рефлекторного научения.

Весьма значимо различие по критерию Стьюдента между креативами и некреативами в отношении к друзьям (27,74359 против 24,33333). Т-критерий равен 2,441388 ($p < 0,015626$). Креативы менее довольны отношениями с одноклассниками и сверстниками. У таких учеников среди одноклассников меньше близких друзей, чем у некреативов. Возможно, это связано с тем, что креативы отличается стремлением дифференцировать людей по шкале социальной дистанции. Некреативы могут считать другом того, кого креатив считал бы приятелем или партнером в деловом взаимодействии. Креативы более притязательны в отношениях, предпочитая близко общаться с людьми со схожими интересами, позволяющими совместить взаимообмен интракциями и творческими навыками.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы: психологическое благополучие в школе старшеклассников-креативов в среднем существенно ниже, чем некреативов; креативы существенно хуже относятся к друзьям, педагогам, самим себе и школе в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Водяха С. А. Креативность студентов как предиктор психологического благополучия и жизнестойкости // Педагогическое образование в России. 2015. №3. С. 113-116
2. Чиксентмихайи М. Креативность. М. : Манн, Иванов и Фарбер, 2014.
3. Getzels J. W. & Jackson P. J. Creativity and Intelligence: Explorations with Gifted Students. New York : John Wiley and Sons, Inc., 1962.
4. Amabile T. M., Mueller J. S. Studying creativity, its processes, and its antecedents: An exploration of the component theory of creativity // J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.) Handbook of Organizational Creativity. New York : Lawrence Erlbaum, 2008. Pp. 33-64.
5. Dollinger S. J., Urban K. K., James T. A. Creativity and Openness: Further Validation of Two Creative Product Measures // Creative research Journal. 2004. № 1. P. 35-47.
6. Feist G. J. The Influence of Personality on Artistic and Scientific Creativity // Sternberg R. J. (Ed.) Handbook of Creativity. Cambridge. UK : Cambridge University Press. 2004. P. 273-296.
7. Ludwig A. M. The Price of Greatness: Resolving the Creativity and Madness Controversy. New York : Guilford Press, 1995.
8. Meneely J., Portillo M. The adaptable mind in design; Relating personality, cognitive style, and creative performance // Creativity Research Journal. 2005. № 17. P.155-166.
9. Russ S. Affect and Creativity: The Role of Affect and Play in the Creative Process // Hillsdale. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1993
10. Shalley C. E., Zhou J., Oldham G. R. The effects of personal and contextual characteristics on creativity: where should we go from here? // Journal of Management. 2004. № 30. P. 933-958.
11. Sternberg R. J. «Creativity». Cognitive Psychology. Cengage Learning, 2011.
12. Preckel F., Holling H., Wiese M. Relationship of intelligence and creativity in gifted and non-gifted students: An investigation of threshold theory // Personality and Individual Differences. 2006. №40. P. 159-170.

13. Schmidhuber J. Formal Theory of Creativity, Fun, and Intrinsic Motivation (1990–2010) // IEEE Transactions on Autonomous Mental Development. 2010. №2(3) .P. 230-247
14. Torrance E. P. Why Fly? A Philosophy of Creativity //Norwood. NJ : Ablex Publishing, 1995.
15. Wai J., Lubinski D., Benbow C. P. Creativity and occupational accomplishments among intellectually precocious youths: An age 13 to age 33 longitudinal study // Journal of Educational Psychology. 2005. № 97. P. 484-492.

L I T E R A T U R E

1. Vodyakha S. A. Kreativnost' studentov kak prediktor psikhologicheskogo blagopoluchiya i zhiznestoykosti// Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii. 2015. №3. S. 113-116
2. Chiksentmikhayl M. Kreativnost'. M. : Mann, Ivanov i Farber, 2014.
3. Getzels J. W. & Jackson P. J. Creativity and Intelligence: Explorations with Gifted Students. New York : John Wiley and Sons, Inc., 1962.
4. Amabile T. M., Mueller J. S. Studying creativity, its processes, and its antecedents: An exploration of the componential theory of creativity // J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.) Handbook of Organizational Creativity. New York : Lawrence Erlbaum, 2008. Pp. 33-64.
5. Dollinger S. J., Urban K. K., James T. A. Creativity and Openness: Further Validation of Two Creative Product Measures // Creative research Journal. 2004. № 1. P. 35-47.
6. Feist G. J. The Influence of Personality on Artistic and Scientific Creativity // Sternberg R. J. (Ed.) Handbook of Creativity. Cambridge. UK : Cambridge University Press. 2004. P. 273-296.
7. Ludwig A. M. The Price of Greatness: Resolving the Creativity and Madness Controversy. New York : Guilford Press, 1995.
8. Meneely J., Portillo M. The adaptable mind in design; Relating personality, cognitive style, and creative performance // Creativity Research Journal. 2005. № 17. P.155-166.
9. Russ S. Affect and Creativity: The Role of Affect and Play in the Creative Process // Hillsdale. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1993
10. Shalley C. E., Zhou J., Oldham G. R. The effects of personal and contextual characteristics on creativity: where should we go from here? // Journal of Management. 2004. № 30. P. 933-958.
11. Sternberg R. J. «Creativity». Cognitive Psychology. Cengage Learning, 2011.
12. Preckel F., Holling H., Wiese M. Relationship of intelligence and creativity in gifted and non-gifted students: An investigation of threshold theory // Personality and Individual Differences. 2006. №40. P. 159-170.
13. Schmidhuber J. Formal Theory of Creativity, Fun, and Intrinsic Motivation (1990–2010) // IEEE Transactions on Autonomous Mental Development. 2010. №2(3) .P. 230-247
14. Torrance E. P. Why Fly? A Philosophy of Creativity //Norwood. NJ : Ablex Publishing, 1995.
15. Wai J., Lubinski D., Benbow C. P. Creativity and occupational accomplishments among intellectually precocious youths: An age 13 to age 33 longitudinal study // Journal of Educational Psychology. 2005. № 97. P. 484-492.

Статью рекомендует д-р пед. наук, проф. Е. А. Казаева.