

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ  
ЖУРНАЛ

(ОТДЕЛЬНЫЙ ОТТИСК)

МОСКВА

## ПСИХОЛОГИЯ ТВОРЧЕСТВА

### ОРИГИНАЛЬНЫЕ АССОЦИАЦИИ ПО СХОДСТВУ КАК КОМПОНЕНТ КРЕАТИВНОСТИ

© 2000 г. Л. И. Шрагина

*Канд. психол. наук, руководитель секции психологии творческой деятельности Украинской лаборатории педагогики ТРИЗ, Одесса, Украина*

Группы с наиболее высоким уровнем проявления креативности в профессиональной деятельности продуцируют более оригинальные ассоциации по сходству и обладают большей способностью к метафоричности. Предложена качественная классификация ассоциаций по сходству, что разрешает противоречие, связанное с оценкой критерия “оригинальность” только по минимальной частоте встречаемости данного ответа в данной группе.

*Ключевые слова:* ассоциации по сходству, оригинальность, метафоричность, креативность.

Способность к творчеству, в соответствии с концепцией креативности С. Медника, определяется способностью преодолевать стереотипы на конечном этапе мыслительного синтеза и широтой поля ассоциаций. Формирование новых ассоциаций по смыслу является креативным мыслительным процессом, а показателем креативности испытуемого может служить величина отдаленности ассоциаций от стереотипа [21]. Результаты экспериментальных исследований вербальной креативности, полученные Т.В. Галкиной и Л.Г. Алексеевой, а также А.Н. Ворониным, согласуются с основными положениями С. Медника и показывают, что при оценке теста отдаленных ассоциаций наиболее информативны индексы оригинальности и уникальности ответа [2, 6, 8]. Отсюда можно предположить, что в направленном ассоциативном эксперименте - генерировании ассоциаций по сходству - оригинальность проявится не в ассоциациях-сравнениях, отражающих прямое, реально существующее и зримо наблюдаемое сходство, а в ассоциациях-метафорах, при конструировании которых “человек не столько открывает сходство, сколько создает его” [3, с. 9]. Сходство отражает - смысл постигается. Иными словами, различие между сравнением и метафорой, принимаемое в настоящей работе, следующее: если первое устанавливается исходя из одного-двух общих прямых и видимых элементов сопоставляемых объектов и отражает реально существующее между ними сходство, то второе “создает сходство”, которое приводит к появлению нового “смыслообраза” (под ним подразумевается идея) и происходит с участием воображения на основе понимания внутренней сущности объектов [7].

Такой подход, в отличие от лингвистически-философского, отражает психологический ас

пект метафорического творчества. Цель данного творчества - решение с помощью метафоры проблемно-когнитивных “языковых” и познавательных ситуаций, для чего необходимо наличие креативных способностей. На способность конструировать метафоры как критерий креативности указывает А. Анастаси. Способность к созданию метафор в качестве самостоятельного компонента в структуре креативных способностей выделила М.А. Холодная, рассматривая показатель креативности “метафоричность” как комплекс интеллектуальных свойств, проявляющихся в готовности работать в фантастическом, “невозможном” контексте, как склонность использовать символические, ассоциативные средства для выражения своих мыслей, умение в простом видеть сложное, в сложном - простое [17].

Автор данной работы экспериментально установила, что способность продуцировать оригинальные ассоциации по сходству в ответ на простой вербальный стимул лежит в основе способности конструировать метафоры. Была прослежена также связь между уровнем развития воображения и способностью конструировать метафоры различного уровня оригинальности. Результаты эксперимента показали, что создание креативных - оригинальных - ассоциаций определяется способностью к видению нюансов и деталей, т.е. тогда, когда признак, на основе которого устанавливается сходство, выбирается из несущественных признаков [19]. Выделение менее существенных признаков и использование их в качестве основных можно рассматривать как проявление восприимчивости - чувствительности к необычным деталям, готовности переключаться с одной идеи на другую [17]. Значимость признаков, отличных от существенных признаков понятий, для

**Таблица 1.** Сравнительная характеристика показателей ассоциативной продуктивности у учителей “творческой” и “формальной” групп

№ п/п	Показатели ассоциативной продуктивности	Учителя “формальной” группы, <i>M</i>	Учителя “творческой” группы, <i>M</i>	Уровень значимости, <i>P</i>
1	Оригинальность	30.15	69.40	0.000
	ассоциативная	14.67	32.23	
2	Категориальная гибкость	12.6	18.8	0.000
	ассоциативная	4.47	5.67	
3	Беглость	23.94	46.4	0.000
	ассоциативная	11.90	18.98	
4	Конструктивная активность	15.09	19.3	0.012
	ассоциативная	4.80	7.34	

определения критерия метафоры предлагает выделять К.И. Алексеев [1].

Настоящая работа представляет собой анализ ассоциаций по сходству, полученных в результате их генерирования в ответ на простые вербальные стимулы у групп с различным уровнем проявления профессиональной креативности.

#### МЕТОДИКА

В исследовании приняли участие 106 чел., разделенных на три группы, которые отличаются уровнем творческих достижений в своей профессиональной деятельности:

1. Группа учителей - 65 чел., сформированная в основном по “административному признаку”. Большинство из этой группы работает по стандартным программам, что позволяет рассматривать характер их деятельности как репродуктивный. В дальнейшем эту группу будем называть “формальной”.

2. Группа “творческих” учителей (25 чел.) - членов ассоциаций творческих учителей. Пять и более лет они активно, самостоятельно и по собственному желанию разрабатывают программы своих предметов и методы их изложения в целях развития творческих способностей учащихся в учебном процессе.

3. Группа представителей творческих профессий (16 чел.), с которыми испытание было проведено в индивидуальном режиме взаимодействия. В нее вошли: режиссер-художник, актер-режиссер-поэт, актеры, художники, инженеры-изобретатели, инженер-художник, художник-писатель. Все участники этой группы имеют достаточное количество общественно узнаваемых творческих достижений (патенты на изобретения, картины, спектакли, кинофильмы, литературные произведения).

По проявлениям креативности в своей профессиональной деятельности специалистов “творческих профессий” и “формальных” учителей можно рассматривать как контрастные группы.

Способность генерировать ассоциации по сходству исследовали с помощью методики “Ассоциативная продуктивность по сходству” (“10 слов”), разработанной на базе общей схемы ассоциативных экспериментов. В ходе эксперимента испытуемым предлагалось 10 слов, которые выступали в качестве вербальных стимулов. К каждому из этих слов необходимо было создать как можно больше ассоциаций по сходству, ответив на вопрос: “На кого или на что это может быть похоже?”. Время ответа жестко не ограничивалось.

Вербальные стимулы подбирались по принципу простоты и известности понятий. В качестве слов-стимулов были

выбраны следующие конкретные однозначные понятия: линейка, утюг, зонтик, тарелка, карандаш, лампочка, гитара, елочка, котелок, расческа. Ассоциации по сходству анализировались по четырем параметрам креативности: беглость; категориальная гибкость; оригинальность; конструктивная активность. Под параметром “беглость” понимается общее количество написанных образных сравнений. Категориальная гибкость - это общее количество использованных категорий из 40 возможных, оригинальность - необычность сравнения, определяемая по редкости его применения (оценивалась по 3-балльной системе). Конструктивная активность - показатель, который отражает разнообразие используемых признаков для осуществления сравнений по каждому слову [19].

#### РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Как свидетельствуют данные, представленные в табл. 1, при сравнении показателей ассоциативной продуктивности (беглость, оригинальность, категориальная гибкость, конструктивная активность с ее структурными компонентами) у учителей “формальной” и “творческой” групп выявлены достоверные отличия по всем показателям. Особенно характерны отличия по оригинальности ( $M = 30.15$ ,  $M = 69.40$ ) и конструктивной активности по “другим признакам”.

Данные табл. 2 показывают, что с “нарастанием креативности” по профессиональной деятельности происходит достоверный “отрыв” по показателям “ассоциативная оригинальность” ( $M = 124.00$  и  $M = 69.40$ ) и “конструктивная активность” ( $M = 30.00$  и  $M = 19.3$ ).

Однако между этими группами нет достоверных отличий по показателям “категориальная гибкость ассоциативная” и “беглость”. Отсюда можно сделать вывод, что среднее количество активно используемых семантических категорий не только определяется гибкостью мышления, но и отражает общий запас знаний.

Не отличаясь по показателю “беглость”, группа “творческих профессий” имеет более высокую оригинальность по сравнению с “творческими” учителями благодаря “качеству” ассоциаций.

**Таблица 2.** Сравнительная характеристика показателей ассоциативной продуктивности в группах “творческих профессий” и “творческих” учителей

№ п/п	Показатели ассоциативной продуктивности	Группа “творческих профессий”, <i>M</i>	Группа “творческих” учителей, <i>M</i>	Уровень значимости, <i>P</i>
1	Оригинальность	124.00	69.40	0.018
	ассоциативная	65.05	32.23	
2	Категориальная гибкость	19.60	18.8	0.768
	ассоциативная	4.98	5.67	
3	Беглость	58.20	46.4	0.359
	ассоциативная	38.42	18.98	
4	Конструктивная активность	30.00	19.3	0.019
	ассоциативная	9.15	7.34	

Еще раз отметим, что перечисленные выше три группы были сформированы по объективному критерию, связанному с наличием творческих достижений в профессиональной деятельности.

Исследование показало существенное различие показателя ассоциативной оригинальности между тремя группами: “творческих профессий” (124.0), “творческих” (69.40) и “формальных” учителей (30.15).

Что, однако, определяет оригинальность ассоциаций? Являются ли оригинальные ассоциации в условиях данного исследования качественно однородными?

Рассмотрим исходные значения понятия “оригинальность” с точки зрения семантики:

1. Не заимствованный, подлинный.
2. Вполне самостоятельный, чуждый подражательности.
3. Своеобразный, необычный [12]. (Выделено мной. -Л.Ш.)

Приведенные значения демонстрируют неоднозначность отражаемых признаков. Так, первое и второе значения содержат в своей основе традиционный критерий творчества - признак *новизны* и относятся к результату деятельности - *творческому продукту* [6, 22].

В значении же “своеобразный, необычный” - “всегда особенный, т.е. отличающийся от других подобных такими свойствами, признаками, которые присущи только ему” [16] - акцентируется индивидуальное различие. Такой контекст позволяет рассматривать оригинальность как степень выраженности стремления субъекта проявить свою индивидуальность - создать “свой образ”, а также считать, что оригинальность - это сила проявления индивидуальности, степень ее выраженности. Креативность “расцветает” в индивидуальных различиях и представляет собой выраженную оригинальность. И чем сильнее желание “быть собой”, т.е. “отличным от других”, чем сильнее внутренняя уверенность и независи-

мость, тем глубже “прорыв” личности из обыденности в “необычность” [18]. Отсюда оригинальность как психологический феномен - качественное проявление индивидуальных различий, свойства “целостной личности, отражающее взаимодействие прежде всего познавательных и мотивационных факторов в их единстве” [4, с. 55]. В условиях данного эксперимента готовность субъекта выразить свою индивидуальность (при наличии мотивации) должна была и могла проявиться только в стремлении создавать оригинальные ассоциации.

Для выявления качественных различий при оценке критерия “оригинальность” все ассоциации-сравнения, полученные от испытуемых каждой группы, были предварительно распределены по частоте встречаемости на 1) стереотипные, получившие по признаку максимальной встречаемости от 0 до 2 баллов; и 2) оригинальные, получившие по 3 балла за единственный ответ в каждой группе испытуемых.

Оригинальные ассоциации-сравнения мы распределили на три группы по следующим признакам:

“прямые” сравнения - на основе одного-двух общих элементов;

сравнения, в которых появился элемент детализации объекта и/или включение объекта как части в целое;

образное определение объекта посредством косвенного, а не прямого сравнения.

В целом, все ответы испытуемых по качеству ассоциаций распределились на четыре группы:

- 1) стереотипные сравнения;
- 2) оригинальные “прямые” сравнения;
- 3) оригинальные сравнения с элементом детализации;
- 4) оригинальные “косвенные” сравнения.

Покажем результаты такого распределения на примерах выполнения задания по методике “Ассоциативная продуктивность (10 слов)”.

#### *Линейка*

1. Дорога, ленточка, рельсы, железная дорога...
2. Трамплин, язык, весы...
3. След от самолета, цифровой мостик, плоская веревочка, железная дорога между участками карты, ступеньки к тридцатому этажу.
4. Прямой, невоспитанный человек; полет стрелы; дама худая; характер; мать прямых линий.

#### *Утюг*

1. Пароход, коток асфальтовый, печка...
2. Бычок, гантеля, зеркало...
3. Вздымающаяся вверх ракета, горячий паровозик.
4. Кот фыркающий; муж шипящий; тупой и тяжелый, как ленивый человек; неповоротливый, как груженная баржа; злая бабушка; мамина рука; колонист-первопроходец гор чистого белья.

#### *Зонтик*

1. Грибок, парашют, трость...
2. Карусель, пальма, штурвал...
3. Паутинка в шляпе, осьминог снизу, предмет-лягушка, корка арбуза.
4. Мальчишка-забияка; зависит от погоды, как слалом; знамя сражающихся с ненастьем; интим для мыслей.

#### *Тарелка*

1. Луна, солнце, шляпа, блин, НЛО...
2. Щит, пригоршня, холмик...
3. Мини-кратер, листок с дерева, дно корабля.
4. Инопланетянин; хрупкая, как девушка; круглый дурак; искусство керамической кухни; бесконечность (нет ни начала, ни конца).

#### *Расческа*

1. Забор, грабли, зубы...
2. Счеты, станок ткацкий, китовый ус...
3. Забор на пути растрепы; приводит в порядок волосы, как грабли - грядку; волосы дыбом; лес после пожара; озимая пшеница.
4. Модница; зубастая челюсть аккуратности; хищная ласка.

#### *Лампочка*

1. Груша, солнце, шарик...
2. Кулак, светлячок, скафандр...
3. Капля воды; стеклянное солнце; голова лысая; гнездо иволги.
4. Требующий жертв идол мошек и бабочек; держит нить накаливания под колпаком, как жена мужа (или наоборот!).

#### *Карандаш*

1. Палочка, нос, столб, бревно...
2. Меч, трубка, болт...
3. Палец в чернилах; былинка в чистом поле; многогранный, как учебный процесс; удалец-молодец, труженик, помощник.
4. Сундучок, в котором хранятся шедевры и каракули; образы в деревяшке; истинная волшебная палочка; тот самый рычаг, за который в конце концов хватается всякий Архимед; пьяный сын перед родителями; посредник, соединяющий мир фантазий с нашим миром.

#### *Котелок*

1. Каска, шляпа, яма...
2. Подбородок; корзина воздушного шара; батискаф...
3. Кусок булки; нос клоуна; пуговица у снежной бабы; хвост бульдога.
4. Сварливый дед; трубочист; солнце кухни; защита жизни; центр тяжести любой экспедиции.

#### *Гитара*

1. Фигура женская, скворечник...
2. Лекало, голландский тюльпан, опахало...
3. Остров на карте; солнечная дорожка.
4. Душа; музыкальная страсть; языческая мадонна музыкальных инструментов.

#### *Елочка*

1. Ежик, девушка, расческа...
  2. Вигвам, сарафан, игольница...
  3. Следы от лыж; шуба из ежика; обонятельный еж.
  4. Колочий подросток; дерево желаний.
- Анализ сравнений, составивших каждую из этих четырех групп, позволяет сделать следующие выводы:

1. В группу стереотипных ассоциаций вошли сравнения, которые возникали от признаков очевидных (таким признаком чаще всего выступала “форма”) и наиболее характерно выраженных, например, “утюг - горячий, как печка”, “лампочка - солнце”, “елочка - ежик”.  
Продуцирование стереотипных сравнений свидетельствует, прежде всего, об автоматической актуализации и нетворческом тиражировании ассоциаций, закрепленных в языковом сознании и возникающих на основе отношений смежности или сходства [18].

2. Оригинальность “прямых” ассоциаций, которые вошли во вторую группу сравнений, связана, с первую очередь, с формой организации индивидуального познавательного опыта испытуемых, включающего базу знаний. Такой вывод можно сделать на основе достоверных отличий между показателями категориальной гибкости у “творческой” и “формальной” групп учителей:

“творческие” шире применяют семантические категории, что отражает активность их познавательной деятельности (см. табл. 1).

3. Оригинальные ассоциации по сходству, которые вошли в третью группу сравнений, отличаются от второй по степени детализации ответа, включением стимула как части в целое. Эти различия соответствуют критериям креативности Торренса [22] и “нарастают” в четвертой группе.

4. Между сравнениями, составившими третью и четвертую группы, нет резкой границы. От “формальных” учителей в эти группы сравнений в сумме вошли 7.1% общего количества созданных ими ассоциаций, от “творческих” - 7.2% и от представителей творческих профессий - 45%. Для косвенных сравнений, составивших четвертую группу, характерны: эмоциональная выразительность ответа, необычность высказывания, выход за рамки ожидаемого результата, юмор, сопоставление несовместимых элементов, сказочные персонажи. Такие сравнения приобретают форму образов с ярко выраженной эмоциональной окрашенностью, которая отсутствует в первой и второй группах и в незначительной степени присутствует в третьей. Сравнения четвертой группы отличает не только образное описание объекта, но и стремление необычно отразить его известную сущность или обнаружить новую. Можно сказать, что в процессе “создания сходства” мысль идет “в глубь” объекта, обнаруживая и создавая его новые смыслы.

Приведенные выше результаты экспериментальных исследований показывают, что созданные метафоры неравноценны. Введем для их оценки критерий “образность”.

“Словарь русского языка” (М.: Русский язык, 1982) определяет это понятие как “свойство по значению прилагательного “ОБРАЗНЫЙ” (Т. 2. С. 560), т.е. производное от понятия “ОБРАЗ”.

Наиболее первичными значениями понятия “ОБРАЗ” являются: символ; способ, содержание; существенное подобие (см.: Полный церковно-славянский словарь / Под ред. протоиерея Г. Дьяченко. М.: Издательский отдел Московского патриархата, издательство “ПОСАД”, 1993. С. 366).

В контексте нашей работы значение понятия “ОБРАЗ” рассматривается как “существенное подобие”.

Это значение связывается с целью художественного образа - “пре-ОБРАЗ-ить вещь, достичь между двумя полюсами наивысшего смыслового напряжения, раскрыть взаимопроникновение самых различных пластов бытия” (“Литературный энциклопедический словарь”. М.: Советская энциклопедия, 1987. С. 252), в результате чего и возникают метафорические образы.

“Метафора ... призвана создать такой образ объекта, который бы вскрыл его латентную сущ-

ность” [3, с. 25]. Яркость метафор, считает Поль Рикер, развивая взгляды Аристотеля, заключается в их способности “показывать” смысл, который они выражают [14]. И чем глубже такое “взаимопроникновение”, чем более латентное свойство объектов используется для создания метафоры, тем больше дополнительной информации она подключает, тем большее эмоциональное воздействие производит, тем ярче метафора, тем она “образнее”.

На основании этого под понятием “ОБРАЗНОСТЬ” в настоящей работе понимается степень эмоционально-смыслового напряжения, создаваемого метафорическим выражением.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Качественный анализ оригинальных сравнений, проведенный по предположенному выше принципу, позволяет выявлять различия в способах получения оригинальных результатов. Сопоставляя сравнения в четырех группах, мы видим, как от чисто логически устанавливаемого сходства идет нарастание эмоциональной окрашенности - образности: от ориентации на предметную квалификацию объекта к наделянию его “человеческими” эмоциями и чувствами. Анализ также подтверждает, что существенный разрыв по показателю “ассоциативная оригинальность” между “формальными” и “творческими” учителями происходит за счет оригинальных “прямых” сравнений (вторая группа сравнений), что соответствует и разрыву в количестве семантических категорий, которые используют эти испытуемые. А разрыв между представителями “творческих профессий” и “творческими” учителями - за счет сравнений, составивших третью и четвертую группы.

Такое распределение демонстрирует качественные различия между необычными ответами: от обратной частоты встречаемости до оригинальности как проявлению “смыслового синтеза”.

При исследовании творческого процесса нас интересует, когда индивидуальные различия между людьми перерастают в “самостоятельность, чуждую подражательности, в результате чего мы имеем оригинальные, т.е. “незаимствованные, подлинные” продукты творческой деятельности. И если в условиях данного эксперимента степень оригинальности количественно рассчитывалась как обратная частота встречаемости ответа и определялась знаниями испытуемого и желанием участвовать в исследовании, то качественная оценка ответов, выявленных по способности конструировать метафоры, зависела не от индивидуальной базы знаний, а от умения создавать “смыслообраз”. По мнению автора,

способность субъекта конструировать и использовать метафоры различной “образности” в процессе своей деятельности позволяет ему уловить момент, когда индивидуальные различия переходят на тот новый качественный уровень, который и оценивается как креативность.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Алексеев К.И.* Метафора как объект исследования в философии и психологии // *Вопр. психологии.* 1996. № 2. С. 73-85.
2. *Алексеева Л.Г.* Исследование речемыслительной креативности личности: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 1993.
3. *Арутюнова Н.Д.* Метафора и дискурс // *Теория метафоры.* М.: Прогресс, 1990. С. 5-32.
4. *Богоявленская Д.Б.* О предмете и методе исследований творческих способностей // *Психол. журн.* 1995. Т. 16. №5. С. 49-58.
5. *Брушлинский А.в.* Субъект: мышление, учение, воображение. Москва-Воронеж, 1996.
6. *Галкина Т.В., Алексеева Л.Г.* Диагностика и развитие креативности // *Развитие и диагностика способностей.* М.: Наука, 1991. С. 170-178.
7. *Голосовкер Я.* Имагинативная эстетика // *Символ. Париж,* 1993. № 29. С. 73-130.
8. *Дружинин В.Н.* Психология общих способностей. М.: *Лантерна-Вита,* 1995.
9. *Ломов Б.Ф.* Проблемы образа в психологии // *Вести. АН СССР.* М., 1985. № 6. С. 85-92.
10. *Ломов Б.Ф., Беляева А.В., Носуленко В.Н.* Вербальное кодирование в познавательных процессах. М.: Наука, 1986.
11. *Мартинович Г.А.* Опыт комплексного исследования данных ассоциативного эксперимента // *Вопр. психологии.* 1993. № 2. С. 93-99.
12. *Ожегов С.И.* Словарь русского языка. М., 1991.
13. *Потебня А.А.* Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976.
14. *Рикер П.* Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение // *Теория метафоры.* М.: Прогресс, 1990. С. 416-434.
15. *Сеченов И.М.* Избранные произведения. М.: Изд-во АН СССР, 1952. Т. 1.
16. *Словарь синонимов.* Ленинград: Наука, 1976.
17. *Холодная М.А.* Психология интеллекта: парадоксы исследования. Москва-Томск, 1997.
18. *Шрагина Л.и.* Проблема критерия “оригинальность” в психологии творчества // *Психология на перетині тисячоліть.* Киев, 1999. Т. III. С. 560-565.
19. *Шрагина Л.и.* Конструирование метафор в контексте психологии способностей // *Психол. журн.* 1999. Т. 20. № 1. С. 78-85.
20. *Якиманская И.С.* Развитие образного мышления в процессе обучения // *Возрастные и индивидуальные особенности образного мышления учащихся.* М.: 1989. С. 5-42.
21. *Mednick S.A.* The associative basis of the creative process // *Psychol. Review.* 1969. № 2. P. 220-232.
22. *Torrance E.P.* The nature of creativity as manifest in the testing // *The nature of creativity / Eds R. Sternberg, T. Tardif.* Cambridge: Cambr. Press, 1988. P. 43-75. Buffalo, N.Y.: Bearly Limited, 1987.

## THE ORIGINAL ASSOCIATIONS BY SIMILARITY AS A COMPONENT OF CREATIVITY

L. I. Schragina

*Cand. sci. (psychology), head of the section of psychology of creative activity, Ukrainian lab. of pedagogy TRIZ, Odessa, Ukraine*

The groups with the highest level of creativity in professional activity produce more original associations by similarity and have the greater capacity to produce metaphors. The qualificative classification of associations by similarity is proposed to overcome the contradiction of assessment “the originality” only by minimal appearance frequency of specific response in given group.

*Key words:* associations by similarity, originality, producing of metaphors, creativity.