

УДК 159.942

О. М. Кириченко

кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри соціальної та прикладної психології
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВІВ КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ У ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В статті розкриваються результати дослідження ролі креативного навчального середовища у підвищенні пошукової активності та формуванні креативності у студентів-психологів, проаналізовано умови, що сприяють та перешкоджають формуванню креативності у студентів-психологів.

Ключові слова: креативність, освітнє середовище, креативне навчальне середовище.

Формування й розвиток креативності особистості в обраній спеціальності — одне із завдань сучасної вищої освіти. Проблема креативності активно досліджується в психологічній науці, виявляючи різні позиції в підходах до її вивчення, неоднозначні висновки й оцінки, зокрема й стосовно можливості її цілеспрямованого розвитку і формування, що й визначило актуальність звернення до вказаної тематики.

Мета цієї статті полягає у визначенні особливостей формування креативності у студентів-психологів в освітньому середовищі.

В психологічній літературі існують різні думки щодо використання терміну «формування» стосовно особистості та її якостей і властивостей. Згідно поглядів О. М. Столяренка, при визначенні особливостей формування особистості більш коректно вживати терміни «сприяння формуванню» та «створення умов для формування особистості» [9, 141–142]. Саме про умови формування креативності та причини, що заважають її розвитку, йде мова в багатьох сучасних роботах, присвячених цій проблематиці.

Серед внутрішніх причин, що гальмують реалізацію креативності, називають існування конкуруючих між собою типів мислення — критичного й творчого [6, 325]. Вияву креативності заважають не тільки недостатній розвиток творчого мислення, але й деякі особистісні якості. Так, Г. Ліндсей, К. Халл, Р. Томпсон вказували, що схильність до конформізму, побоювання насмішок з приводу власних думок, острах критикувати інших через можливу помсту, завищена оцінка власних ідей заважають розвитку креативності [6, 324].

Серед зовнішніх чинників, що заважають розвитку креативності, науковці вказують: відсутність підтримки оточення, недостатню матеріальну базу, тощо [4, 37].

Ретельний аналіз причин (ситуативних і особистісних), що гальмують вияв креативності, представлено в працях С. Д. Смірнова. Серед ситуативних причин він називає ліміт часу; стан стресу, підвищеної тривожності;

бажання швидко знайти рішення; дуже сильну або дуже слабку мотивацію; наявність фіксованої настанови на конкретний спосіб рішення; невпевненість в своїх силах, викликану попередніми невдачами; страх; підвищену цензуру. Серед особистісних визначено конформізм; невпевненість у собі; дуже сильну впевненість; емоційну пригніченість і стійке домінування негативних емоцій; уникнення ризикованої поведінки; домінування мотивації уникнення невдачі над мотивацією прагнення до успіху; високу тривожність як особистісну межу; сильні механізми особистісного захисту [8].

Умови, що сприяють реалізації креативності, теж розподіляються як внутрішні й зовнішні. Так, К. Роджерс до внутрішніх умов відносив: екстенціональність (відкритість новому досвіду); внутрішній локус оцінювання; здібність до незвичайних поєднань. Зовнішніми умовами творчості є: психологічна безпека й захищеність (визнання безумовної цінності індивіда, створення обстановки, в якій відсутнє зовнішнє оцінювання); психологічна свобода самовираження. К. Роджерс називав і «супутні компоненти творчого акту» — емоції (естетичні, евристичні, комунікативні, «відокремленості») [4, 34–35].

Дослідники креативності вказують також на значущість наявності креативного середовища. Зокрема, Т. Амабайл вважав, що середовище «має забезпечувати час та ресурси; розвиток компетентності; конструктивність зворотного зв'язку, що фокусується на певній роботі чи завданні; заохочення атмосфери гри та експериментування; упровадження змішаних стилів роботи для групової взаємодії; заохочення ризику; вільний вибір завдань; передбачення винагороди за досягнення чи для заохочення додаткової дії, але такої, яка підтримує внутрішню мотивацію, а не контролює поведінку. Проте нагляд та оцінювання розглядаються нею як перешкоди креативності внаслідок посилення чинників стресу» [3, 44]. Наголошується також, що середовище, що сприяє прояву креативності, повинно володіти високим ступенем невизначеності й потенційної багатоваріантності: це мобілізує учнів на пошук власних орієнтирів і забезпечує можливість їх знаходження [7, 44].

В вищій освіті мова йде про освітнє середовище в різних його модифікаціях. Існують варіанти визначення цього поняття, загальним для яких є характеристика освітнього середовища як сукупності умов, що впливають на розвиток особистості учня, причому підкреслюється його суб'єктність, залучення в це середовище як активного учасника [5, 6–7].

Автори педагогічних досліджень розглядають різні модифікації освітніх середовищ: віртуальні, навчальні, інформаційно-освітні й ін. В умовах вищої освіти мається на увазі насамперед навчальне середовище — «спеціально організоване середовище, спрямоване на набуття певних знань, умінь і навичок учнем; в якій мета, зміст, методи й організаційні форми навчання стають рухомими й доступними для зміни в межах конкретного навчального закладу» [2].

Інноваційну вищу освіту реалізує особистісно орієнтований підхід до людини, оскільки спрямованість на усереднені стандарти перешкоджає розкриттю творчого потенціалу учнів. У зв'язку з цим важливе врахування умов, що забезпечують прояв творчих здібностей в навчально-освітньому

середовищі. Узагальнюючи спостереження дослідників у визначенні умов креативного розвитку й самовираження студентів, важливо зазначити, що креативне освітнє середовище має забезпечувати творчу навчальну діяльність, створювати атмосферу експериментування в умовах невизначеності й потенційної багатоваріантності, підтримувати мотивацію до творчості й позитивні емоції тих, хто навчається. Урахування внутрішніх і зовнішніх умов вияву творчих здібностей дає можливість визначати оптимальні форми й методи роботи з формування креативності студентів.

Задля підтвердження гіпотези щодо зв'язку креативного навчального середовища із стимулюванням пошукової активності, а, отже, із розвитком креативності було здійснено емпіричне дослідження.

У дослідженні приймали участь 50 студентів факультету психології Одеського національного університету імені І. І. Меникова, віком від 20 до 22 років. Студентів було поділено на дві підгрупи: контрольна — студенти, що навчалися за стандартними методами й формами; експериментальна — студенти, яким на лекціях й практичних заняттях створювалося креативне навчальне середовище.

Було використано наступні методики: 1) методика дослідження особливостей орієнтувально-пошукової діяльності абстрактно-модельованого характеру (модифікації таблиці системно впорядкованих крапок Й. Т. Романюка); 2) тест вербальної креативності Медніка; 3) тест невербальної креативності Торренса.

Дослідження процесуальної динаміки пошукової активності особистості представляло собою індивідуальний експеримент і проводилося за модифікованими таблицями системно впорядкованих крапок [1] у три етапи:

1) розгадування принципу (алгоритму) побудови таблиці системно впорядкованих крапок за її скороченим, навчально-тренувальним варіантом (як стимулювання пошукової активності);

2) робота за основною експериментальною таблицею системно впорядкованих крапок, де виконувалося 40 окремих спроб із вимірюванням часу за кожною;

3) робота за другою експериментальною таблицею-лабіринтом, яка полягала у знаходженні оптимального (найкоротшого) шляху між вказаними початковою та кінцевою крапками.

Основними аналізованими показниками були: 1) середній час виконання завдання за основною таблицею (із 40 вимірів); 2) тривалість активного пошуку (сумарний час вимірів до 12-секундного виконання завдання); 3) кількість спроб пошуку (до 12-секундного виконання завдання); 4) сумарний час пошуку оптимального рішення за таблицею-лабіринтом; 5) сумарний час розгадування принципу побудови таблиці системно впорядкованих крапок за її навчально-тренувальним варіантом.

Окрім основних аналізувалися й додаткові показники: 1) мінімальний час виконання завдання за основною таблицею; 2) тип стратегії пошуку оптимального рішення за таблицею-лабіринтом.

Для діагностики креативності застосовувалися такі психодіагностичні методики: тест віддалених асоціацій С. Медніка (RAT) для оцінки вер-

бальної креативності; субтест «Завершення рисунків» із тесту творчого мислення Е. Торренса для оцінки невербальної креативності. Використані показники оригінальності (тест Торренса і Медніка) та розробленості (тест Торренса).

Процедура реалізації методичного комплексу здійснювалась у відповідності до основних процедурних вимог кожної із застосованих методик.

Тест невербальної креативності Торренса має високу дискримінативну здатність щодо досліджуваних — оригінальних мислителів (студенти з високим балом за показником оригінальності: оригінальність, нестандартність мислення, уміння пов'язати непоєднуване, уміння подивитися на речі та явища з нового, незвичного боку) та досліджуваних — хороших розробників ідей (студенти з високим балом за показником розробленості: уміння розширити, продовжити, додати щось до початкової ідеї). Одні досліджувані пропонують велику кількість оригінальних рисунків, але не прагнуть детально їх розробляти, інші пропонують мало оригінальних ідей, але доповнюють їх великою кількістю деталей.

За основним показником невербальної креативності — індексом оригінальності — із загальної вибірки студентів було виділено дві підгрупи, що за складом майже співпали із контрольною та експериментальною. До першої підгрупи увійшли досліджувані, які проявили рівень оригінальності, вищий від середнього (більше 60 балів за Т-шкалою) — «оригінали» ($n = 16$), до другої підгрупи увійшли студенти, які виявили рівень оригінальності, нижчий від середнього (менше 40 балів за Т-шкалою) — «не оригінали» ($n = 12$). За показником розробленості виділена підгрупа досліджуваних, які проявили рівень розробленості, вищий від середнього (більше 60 балів за Т-шкалою) — «розробники» ($n = 17$), а також нечисленна підгрупа «не розробників» ($n = 6$), які виявили рівень розробленості, нижчий від середнього (менше 40 балів за Т-шкалою). Крім того, виділена підгрупа досліджуваних, які проявили високий рівень за двома показниками одночасно: «оригінали — розробники» ($n = 7$). Досліджуваних із низьким рівнем оригінальності та розробленості одночасно не виявлено. В контрольній групі переважають «не оригінали» та «розробники», в експериментальній — «оригінали» та «оригінали-розробники».

У виділених підгрупах здійснено якісний аналіз за рівнем пошукової активності досліджуваних. У підгрупі «Оригінали» студенти з високим рівнем пошукової активності становлять 75 % досліджуваних, у підгрупі «Розробники» — 58 %, усі «Оригінали — Розробники» (100 %) мають високий рівень пошукової активності. Показово, що після вилучення з підгрупи «Розробників» досліджуваних із високим рівнем оригінальності (підгрупи «Оригінали — Розробники») студенти з високим рівнем пошукової активності становили лише 41 %. Підгрупа «Не оригінали» подібна за складом до підгрупи «Не розробники»: студенти з високим рівнем пошукової активності становлять відповідно 46 % і 50 % досліджуваних.

Аналіз середніх значень основного показника пошукової активності за методикою системно впорядкованих крапок — середнього часу пошуку — показав аналогічну тенденцію: найвище значення показника — у підгрупі

«Оригінали — Розробники» (20 сек.), в підгрупі «Оригінали» — 24 сек., низькі та досить близькі значення показника у підгрупах «Розробники» (25,36 сек.), а також «Розробники без оригіналів» (27,57 сек.) і «Не оригінали» (26,34 сек.), значно нижчі значення показника виявлені у студентів підгрупи «Не розробники» (36,58 сек.).

Таким чином, найвищий рівень пошукової активності виявлений у підгрупах «Оригінали — Розробники» та «Оригінали», тобто в експериментальній групі, найнижчий — у підгрупах «Розробники», «Неоригінали» і «Нерозробники» (контрольна група). Це, з одного боку, підтверджує характеристику креативних (високооригінальних) людей як таких, що легко переносять стан невизначеності та добре справляються з неоднозначними завданнями. З іншого боку, низький рівень пошукової активності, виявлений у підгрупах досліджуваних, які виділені за показником розробленості, підтверджує слабкий зв'язок даного показника із креативністю. За даними Е. Торренса, показник «Розробленість» у структурі образної креативності виділяється найбільш слабкою кореляцією з іншими показниками. Він мало впливає на рівень розвитку образної креативності: хороші розробники можуть бути і нетворчими людьми. Дослідження Е. Торренса показали, що «Оригінали» та «Оригінали — “Розробники” частіше справляються зі стресом за допомогою нових проектів і стратегій поведінки, тоді як «Розробники» частіше використовують відхід від проблем. Ці стратегії легко співвідносяться з прагненням до пошукової активності та відмовою від пошуку, що підтверджується вищенаведеним аналізом індивідуального рівня пошукової активності в підгрупах.

За тестом вербальної креативності Медніка із загальної вибірки студентів також було виділено дві підгрупи: оригіналів (студентів з високими значеннями показника оригінальності) та неоригіналів (студентів з низькими значеннями показника оригінальності). Здійснений якісний аналіз за рівнем пошукової активності досліджуваних у виділених підгрупах показав, що в підгрупі оригіналів студенти з високим рівнем пошукової активності становлять 71,5 % досліджуваних, у підгрупі неоригіналів — 50 % досліджуваних.

Аналогічну (проте менш виражену) тенденцію показав аналіз середніх значень основного показника пошукової активності за методикою системно-впорядкованих крапок: значення середнього часу пошуку у підгрупі оригіналів становить 23,92 сек., нижче значення показника виявлено у студентів підгрупи неоригіналів — 25,08 сек.

Отже, за результатами дослідження можна дійти наступних висновків. Аналіз індивідуального рівня пошукової активності в підгрупах за основними показниками вербальної та невербальної креативності показав однакову тенденцію: висококreatивним індивідам характерний більш високий рівень пошукової активності, ніж низькокreatивним. Пошукова активність стимулюється невизначеністю та багатоваріантністю навчального середовища, що стимулює розвиток креативності студентів.

Список літератури

1. Василькевич Я. З. Експериментальне дослідження процесуальної динаміки пошукової активності особистості / Я. З. Василькевич // Практична психологія та соціальна робота. — 2008. — № 10. — С. 34–39.
2. Виды сред в образовании [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://courses.urs.ac.ru/eng/u7-9.html>
3. Гриненко І. В. Педагогічні умови розвитку креативності майбутніх учителів гуманітарного профілю у процесі фахової підготовки: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / І. В. Гриненко. — Тернопіль, 2008. — 192 с.
4. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е. П. Ильин. — СПб. : Питер, 2011. — 448 с.
5. Кулюткин Ю. Образовательная среда и развитие личности / Ю. Кулюткин, С. Тарасов // Новые знания. — 2001. — № 1. — 151 с.
6. Маклаков А. Г. Общая психология / А. Г. Маклаков. — М., 2010. — 592 с.
7. Сластёнин В. А. Педагогика: инновационная деятельность / В. А. Сластёнин, Л. С. Подымова. — М. : Магистр, 1997. — 308 с.
8. Смирнов С. Д. Педагогика и психология высшего образования : от деятельности к личности / С. Д. Смирнов. — М. : Академия, 2001. — 304 с.
9. Столяренко А. М. Общая педагогика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по педагогическим специальностям / А. М. Столяренко. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 479 с.

О. Н. Кириченко

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры социальной и прикладной психологии
Одесский национальный университет им. И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЙ КРЕАТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ-ПСИХОЛОГОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Резюме

В статье раскрываются результаты исследования роли креативной учебной среды в повышении поисковой активности и формировании креативности у студентов-психологов, проанализированы условия, способствующие и препятствующие формированию креативности у студентов-психологов.

Ключевые слова: креативность, образовательная среда, креативная учебная среда.

O. Kirichenko

Odessa national university named after I. I. Mechnikova

FEATURES OF CREATIVENESS STUDENT-PSYCHOLOGISTS IN AN EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Summary

In the article the results of research of role of creative educational environment open up on the increase of searching activity and forming of creativeness for students-psychologists, terms, cooperant and impedimental to forming of creativeness for students-psychologists, are analysed.

Key words: креативность, educational environment, креативная educational environment.