

Попова Н.Н., ст. преподаватель,
Читинский государственный университет,
г. Чита

К ВОПРОСУ О ДИАГНОСТИКЕ КРЕАТИВНОСТИ

Особенностью современного этапа развития научного знания является рост интереса к проблеме креативности как элемента творчества, обусловленный ее ролью в формировании многогранной личности, способной к продуцированию большого количества новых идей. Научные представления о креативности многообразны и противоречивы, поскольку рассматриваемый феномен является предметом исследования философии, социологии, психологии, педагогики, истории, культурологии, искусствоведения и многих других наук.

Сегодня в науке накоплена достаточно большая база теоретических и эмпирических исследований креативности. Однако неоднозначность научных пониманий креативности не позволяет измерять её с помощью современных методов диагностики. Поэтому возникла необходимость, которая заставляет взглянуть на проблему диагностики креативности по-новому.

Начало разработки методов диагностики креативности некоторые авторы связывают с трудами Дж. Гилфорда, начиная с 1950 года. Однако, как указывает Ф. Баррон (цит. по: Яковлева Е.Л. Психология развития творческого потенциала личности. - М.: Флинта, 1997), к первым исследованиям в данной области следует отнести еще работы Ф. Гальтона. В его работах было заложено понимание творчества как проявления общей умственной одаренности, которая, в свою очередь, рассматривалась как генетически детерминированная (Лубовский Д.В. www.childpsy.ru/lib/articles). Такое понимание общих способностей вполне типично для естественнонаучной парадигмы, сложившейся в завершённом виде к концу XIX века (М.К. Мамардашвили, 1984). На тех же позициях стоял Л. Термен, создавший первые тесты общей интеллектуальной одаренности, которая оценивалась при помощи коэффициента интеллекта.

Примерно в те же годы в Европе развивается совершенно иное понимание креативности в рамках гештальтпсихологии (М. Вергеймер, К. Дункер). Классические исследования продуктивного мышления, проведенные К.Дункером (1935), наметили совершенно иной подход к диагностике креативности, основанный на применении экспериментальных методов. Существенно, что в таком подходе к диагностике креативности имеются три ключевых принципа:

1. Проявление человеку задачи для творческого мышления индивидуализировано, в отличие от стандартизованных инструкций в тестах.
2. Изучается прежде всего процесс порождения решения, а не конечный результат.

3. Проведение индивидуального исследования не исключает, как в традиционных тестах, а, напротив, предполагает активное участие экспериментатора.

Таким образом, еще до 1950 года, признаваемого большинством авторов поворотным пунктом в исследовании творчества, уже сложились минимум два подхода к диагностике креативности из тех, что имеются в современной психологии. Работы Дж. Гилфорда (1954), а затем и П. Торренса, начиная с 1962 г., положили начало новому этапу в развитии диагностики креативности, основанному на использовании стандартизованных тестов для изучения творческого потенциала человека. Существеннейшим отличием нового подхода к диагностике креативности было изучение последней как самостоятельного фактора, не сводимого к общей умственной одаренности. После работ Дж. Гилфорда и П. Торренса различие интеллекта как общей способности к применению знаний и креативности как общей способности к их преобразованию стало общепринятым (Дружинин В.Н. Психология общих способностей. - СПб., Питер, 2007.), а тестологическое изучение креативности выделилось в самостоятельную область психодиагностики (Анастаси А., Урбина С. Психологическое тестирование. - 7-е изд.-СПб.: Питер, 2005.).

Креативность часто рассматривается как нечто противоположное конформности, обыденности, предполагающее нестандартные подходы, отличающиеся от общепринятых. Она представляет собой результат экономических решений относительно того, сколько экономических и временных ресурсов общество считает необходимым потратить на развитие своего творческого потенциала. Качество и своевременность принятия обществом таких решений зависит от уровня развития самого общества. В соответствии с этой теорией, креативность рассматривается с позиций соотношения инвестиций, риска и получаемой выгоды (Ш.Фельдман, Д. Рабенсон, М. Ранко). Несмотря на разные точки зрения, практически во всех определениях креативность связывается с изобретением чего-то нового (для личности или общества).

Возникает некоторое противоречие между сущностью тестов и сущностью креативности. Тест – это стандартизованная процедура обследования по заданному набору параметров. А сущностью креативности является выход за рамки заданного и известного. Тест креативности – это стандарт измерения нестандартности. Данные неустранимые противоречия заложены в самой идее теста креативности.

Однако, не смотря на это, в современной диагностике для оценки креативности используются тесты, которые объединены одним общим недостатком, вернее сам метод оценивания креативности довольно несовершенен – ответы испытуемого оцениваются по критерию частоты встречаемости ответа в выборке. Таким образом, оценка очень зависит от характеристик той выборки, с которой проводится диагностика. Ответы на один и тот же стимульный материал будут существенно отличаться у

инженеров и продавцов; у учеников пятого класса и выпускников школы; у жителей города и сельских районов и т.д. Мало того, ответы представителей одной группы будут различны в зависимости от настроения и физиологического состояния; от времени года (к примеру, если проводить тест на дорисовывание рисунков в декабре, когда в воздухе витает предчувствие Нового Года, большое количество людей нарисуют елки, шарик и другие атрибуты наступающего праздника, перед пасхой – яйца, летом – солнце, море и чаек и т.д.); от политической обстановки (например, после начала бомбежек Америкой Афганистана дети начали дорисовывать бомбы и истребители, что ранее никогда не случалось) и от влияния многих других факторов.

Таким образом, в каждом отдельном случае диагностики нужно практически полностью разрабатывать тестовые нормы и нормы оценивания каждой выборки с помощью специальных формул, что требует довольно много времени и определенных навыков. В любом случае нельзя взять тест из книжки и сразу же проводить исследование в группе – результаты будут недостоверны.

Учитывая опыт зарубежных и отечественных исследователей в диагностике креативности, для своего исследования, мы отобрали следующие методики: (субтест Е. Торренса «Завершение картинок», тест отдельных ассоциаций С.Медника, проба Ю.Н. Кулюткина на выявление невербальной креативности), два опросника личностной составляющей креативности Д.Л. Джонсона и Дж. Рензулли, 16 факторный опросник личности Р.Б. Кетелла (сокращенный вариант) и тест «Креативность» Н. Вишняковой.

Из выборки в 251 человек были сформированы две группы: представителей монгольской национальной – 125 человек, представителей русской национальной – 126 человек, из которых – юношей – 125 чел., девушек – 126, в возрасте от 16 до 22 лет.

Для повышения качества тестирования креативности нами были соблюдены следующие основные параметры креативной среды, как:

- отсутствие ограничения по времени (согласно современным исследованиям креативности, (Т.В.Галкина и Л.Г.Хуснутдинова) при снятии лимита времени эффективность выполнения тестов креативности повышается у большинства испытуемых (причем влияние отсутствия ограничения времени на высококреативных студентов значительно больше);
- минимизация мотивации достижения;
- отсутствие соревновательной мотивации и критики действий;
- отсутствие в тестовой инструкции жесткой установки на творчество.

Смысловые и количественные характеристики используемых нами показателей креативности представлены в таблице 1.

Таблица 1. Содержание показателей креативности и нормативные данные в выборке студентов русской и бурятской национальностей

Название показателя	Значение	Количественная характеристика в выборке русских студентов	Количественная характеристика в выборке бурятских студентов
Индекс оригинальности (непохожесть ответов испытуемого на ответы других испытуемых – статистическая редкость ответов). Минимальное значение – 0. Максимальное значение – 1	Способность к выдвижению идей, которые отличаются от очевидных, банальных или твердо установленных (предусматривает способность избегать очевидных и тривиальных ответов).	min = 0,1, max = 0,489, M = 0,453, σ = ,018, e = 0,015	min = 0,1, max = 0,507, M = 0,471, σ = ,019, e = 0,015
Индекс уникальности – определяется количеством ответов, оригинальность которых высочайшая (равняется 1). Минимальное значение – 0. Максимальное значение – 1	Высочайшая мера отклонения от стереотипа. Демонстрирует, насколько действительно новое может создавать человек.	min = 0, max = 4,813, M = 4,081, σ = 0,371, e = 0,014	min = 0, max = 4,790, M = 4,055, σ = 0,373, e = 0,014
Гибкость – Минимальное значение – (-1). Максимальное значение – 1	Этот показатель уравнивает два предшествующих, показывая отношения между уникальностью и типичностью мышления.	min=0,1, max = 16, M = 7,92, σ = 1,88, e = 0,029	min=0,1, max = 15, M = 7,31, σ = 1,87, e = 0,027
Разработанность – понимается как тщательность разработки, количество дополнений к общему рисунку и т.д. Минимальное значение – 0 Максимальное значение – неограниченное	Способность совершенствовать объект, прибавляя детали.	min = 1,3, max = 12,2, M = 5,03, σ = 4,2, e = 0,16	min=(-0,86), max = 12,0, M = 4,55, σ = 4,1, e = 0,12
Оригинальность в названии картинки. Минимальное значение – 0 Максимальное значение – 3	Способность к словарному синтезу, богатство словарного запаса и способность к образной передаче сути изображенного на рисунках	min = 0, max = 4, M = 2,03 σ = 0,65, e = 0,044	min = 0, max = 3, M = 1,53, σ = 0,62, e = 0,046

(min – минимальное значение показателя в выборке, max – максимальное значение показателя в выборке, M – среднее значение показателя, σ – стандартное отклонение, e – стандартная ошибка.

Из таблицы видно, что существенные различия наблюдаются у бурятских студентов по индексу оригинальности, измеренного с помощью методики Е. Торренса. А русские студенты лидируют в разработанности оригинальности в названии картинок. Что касается индексов вербальной оригинальности и уникальности, диагностируемых с помощью теста отдаленных ассоциаций С. Медника, то статистическая значимость национальных различий составляет $p = 0,012$.

Статистическая значимость национальных различий в невербальной креативности составляет $p = 0,039$. Дисперсия составляет 0,019.

Таким образом, тщательный отбор выше упомянутого диагностирующего материала, с использованием условий, корректно устраняющих целый ряд факторов, угрожающих валидности отобранных методик, дает нам статистически значимые различия в исследуемых показателях креативности. Думается, что использование разных источников субъективной и объективной информации, анализ показателей во всей сложности и неразрывности их взаимосвязей, учет возрастных особенностей, количественный и качественный анализа данных, на сегодняшний день, являются теми условиями, которые позволяют адекватно измерить наличествующий уровень основных качеств и показателей креативности студентов.