



УДК 159.924.24

**ПРОДУКТИВНОСТЬ ТВОРЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ
В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ**

Е. А. Карпова
А. В. Амалайнен

*Кандидат психологических наук, доцент,
студент,
Ленинградский государственный
университет им. А. С. Пушкина,
г. Санкт-Петербург, г. Пушкин, Россия.*

PRODUCTIVITY OF THE CREATIVE THINKING IN RIVAL CONDITIONS

A. V. Ammalaynen,
E. A. Karpova

*Candidate of Psychological Sciences,
associate professor,
student,
Pushkin Leningrad State University,
St. Petersburg, Pushkin, Russia*

Summary. The article examines the problem of studying correlation between the creativity and influence it gets from the rivalry. Marked substantial characteristics of creativity. The meaning of divergent thinking in the process of solving creative tasks was highlighted. The role of the rival conditions in the educational process was mentioned. Also, the conditions of the rivalry's influence on the creativity were identified in the current work. The results of the current study shows, that in general rival conditions have a positive influence on solving tasks that determine activation of the creative thinking. Motivating conditions reduce time of solving the tasks with the right answer. The obstacles of creativity were revealed.

Keywords: creativity; training; competitive spirit; divergent thinking; competitive environment.

Постоянная трансформация социально-экономической ситуации бросает вызов современному специалисту, требуя от него проявления большей мобильности, гибкости, креативности, умения работать в режиме многозадачности. Обучение в вузе предполагает некоторую степень свободы для творческой самореализации студента, однако надо признать, что продвижения в этом направлении не столь значительны, как этого требует особенности современной ситуации. Недавно на Всемирном экономическом форуме в Давосе были названы десять профессионально важных качеств, которые будут актуальны в ближайшие годы. Первую тройку составляют такие качества как комплексное многоуровневое решение проблем

(complex problem solving), критическое мышление (critical thinking) и креативность (creativity). Остановимся более подробно на феномене креативности.

Креативность предполагает новое видение действительности, преодоление стереотипов мышления, способность к созиданию. Несмотря на многочисленные исследования условий развития креативных способностей человека, эта проблема, тем не менее, остается одной из загадочных и одновременно актуальных проблем современной психологии. Значительный вклад в развитие проблемы креативности внесли как зарубежные: (Дж. Гилфорд, Е. П. Торренс, Э. де Боно, Ф. Бартон, Д. Харрингтон, Т. Тардиф, Р. Стернберг, А. Танненбаум,



Р. Хеллер и др.), так и отечественные исследователи: (Л. С. Выготский, С. Л. Рубинштейн, Я. А. Пономарев, В. Н. Дружинин, Е. П. Ильин, Д. Б. Богоявленская, Р. М. Грановская, М. А. Холодная и др.) [1].

Существует весьма широкое многообразие определений понятия «креативность» и «творчество» в психологических исследованиях. Вместе с тем есть нечто общее объединяющее большинство содержательных характеристик данного феномена – это способность кардинально менять мыслительную установку во время решения проблемы, способность порождать что-то новое, способность к гибкому мышлению и выдвижению новых идей [2, с. 152].

Данное исследование посвящено изучению взаимосвязи между креативностью и влиянием на нее конкурентной среды. Анализ психолого-педагогических работ этой тематики показал, что организация конкурентной среды имеет свои определенные преимущества при обучении. Соревнование в большинстве случаев носит стимулирующий характер, но отношение к методам организации конкуренции в обучении очень неоднозначное. В свое время А. Г. Шмелев высказал предположение о невозможности создания единых для всех людей условий и правил ведения конкуренции. Необходимо, учитывая различия по темпераменту, склонности к риску, самооценке, уровню притязаний и т. д. [3, с. 48]. В нашем случае вовлекая обучающихся в соревнование за достижение наилучших результатов, мы организовали ситуацию таким образом, что бы конкурентные преимущества достигались, путем усиления своего собственного потенциала.

Методологическая основа исследования базировалась на концепции креативности Дж. Гилфорда, который понимал креативность как способности порождать необычные идеи, отклоняться от традиционных схем мышления,

быстро решать проблемные ситуации [4]. Можно представить два вида этого процесса: дивергентное мышление и способность решать проблемы (problem solving). Нами было принято решение проверить, как конкурентные условия влияют на способность решать креативные задачи. Мы предположили, что давление условий конкуренции должно негативно влиять на активацию творческого мышления и, следовательно, на продуктивность креативной деятельности, в данном случае решения задач (H_1).

В качестве испытуемых выступили две группы студентов экономического факультета ($N = 47$): одна группа работала в условиях конкуренции ($N_1 = 20$), другая в свободном режиме ($N_2 = 27$). «Борьбу» студентов между собой мы организовали с помощью стимулирующих баллов за скорость и правильность выполнения работы.

Оценка творческого мышления была проведена при помощи составленного авторами комплекса задач. Задачи делились на две группы: задачи с условно правильным ответом, где нужно найти скрытое решение, и задачи, включающие дивергентное мышление, требующие оригинальных ответов. Для анализа полученных данных нами был использован статистический критерий Манна-Уитни, поскольку проверка распределения показала, что оно не соответствует нормальному.

В ходе исследования нами были получены некоторые любопытные результаты. В целом, с заданием успешнее справилась группа, работающая в условиях конкуренции ($M_1 = 1,7$; $M_2 = 1,3$). Сумма рангов в первой группе (N_1) равна 521, во второй (N_2) – 607. Эмпирическое значение U -критерия равно 229 при p -уровне значимости, равном 0,374. Соответственно, мы можем сделать вывод о том, что наша гипотеза не подтвердилась: результаты группы, работавшей в условиях конкуренции (N_1)



статистически достоверно выше, чем в другой группе (N_2). При этом наиболее значимые различия наблюдаются в заданиях на дивергентное мышление.

Задачу, требующую практического решения, которая кажется нам наиболее ярко отражающей процесс истинно творческого мышления, чаще правильно решали испытуемые из второй группы (14 % против 5 %).

В ходе наблюдения за работой студентов было выявлено, что студентам второй группы требовалось больше времени на обдумывание задания. Оценка среднего времени выполнения задания также показала, что без стимулирующих выгод студентам требовалось больше времени на решение задачи ($t_{cp1} = 25,4$; $t_{cp2} = 63,03$). Несмотря на то, что изначальная гипотеза не получила подтверждения, отдельная оценка решения задач в зависимости от их направленности показывает, что и полностью опровергнута она не была.

Результаты нашего исследования показали, что в целом условия конкуренции положительно влияют на решение задач, требующих активации творческого мышления. Несмотря на это, частота корректных ответов в заданиях с практическими решениями выше в группе, работавшей без конкуренции. В противовес этому, наиболее значимые различия наблюдаются в решении задач активизирующих дивергентное мышление.

Проблема влияния конкуренции на работу творческого мышления требует, безусловно, более тщательных и методологически более точных исследований. Однако из полученных нами

результатов можно сделать несколько выводов касательно роли конкурентной среды в обучении. Так, мы предполагаем, что при ее организации следует учитывать характер заданий, чтобы дифференцировать случаи, когда конкуренция полезна (например, мозговой штурм) и случаи, когда она может препятствовать процессу творчества.

Библиографический список

1. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 448 с.
2. Карпова Е. А. Научно-практические основания проектирования тренинга креативности для управленческого персонала. Теоретические и практические аспекты психологии и педагогики: монография – Уфа: Аэтерна, 2015. – 186 с. – С. 146–156.
3. Шмелев А. Г. Продуктивная конкуренция. Опыт конструирования объединительной концепции. – М.: ИЧП «Магистр», 1997. – 56 с.
4. Guilford Y. P. The nature of humane intelligence. – N.-Y., 1967.

Bibliograficheski spisok

1. Il'in E. P. Psihologija tvorcestva, kreativnosti, odarennosti. – Sankt-Peterburg: Piter, 2009. – 448 s.
2. Karpova E. A. Nauchno-prakticheskie osnovanija proektirovanija treninga kreativnosti dlja upravlencheskogo personala. Teoreticheskie i prakticheskie aspekty psihologii i pedagogiki: monografija – Ufa: Ajeterna, 2015. – 186 s. – S. 146–156.
3. Shmelev A. G. Produktivnaja konkurencija. Opyt konstruirovanija ob'edinitel'noj koncepcii. – M.: IChP «Magistr», 1997. – 56 s.
4. Guilford Y. P. The nature of humane intelligence. – N.-Y., 1967.

© Карпова Е. А., Амалайнен А. В., 2016