

К.М. Романов

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
430005 г. Саранск, Республика Мордовия, Российская Федерация

Развитие креативности школьников

В статье обсуждается проблема содержательной дифференциации креативности. В зависимости от сферы функционирования выделяются два вида креативности: предметная и социальная. Предметная креативность функционирует в условиях предметной деятельности, социальная – в условиях общения. Они отличаются между собой не только содержанием, сложностью и условиями функционирования, но и динамикой возрастного развития. Автором представлены результаты экспериментального исследования креативности у учащихся младшего, подросткового и старшего школьного возраста в количестве 248 человек. Установлено, что во всех возрастных группах предметная креативность в своем развитии опережает социальную креативность. Это объясняется особенностями существующей системы образования. Она ориентирована на формирование не социального, а предметного мышления. Для обоих видов креативности характерна неравномерность возрастного развития. Однако изменение темпов возрастного развития предметной и социальной креативности проходит не синхронно.

Ключевые слова: креативность, социальная креативность, предметная креативность, мышление, общение, профессиональная деятельность, развитие креативности

ССЫЛКА НА СТАТЬЮ: Романов К.М. Развитие креативности школьников // Педагогика и психология образования. 2020. № 2. С. 161–175. DOI: 10.31862/2500-297X-2020-2-161-175



K. Romanov

National Research Ogarev Mordovia State University,
Saransk, Republic of Mordovia, 430005, Russian Federation

Development of students' creativity

The article discusses the problem of meaningful differentiation of creativity. Depending on the scope of functioning, two types of creativity are distinguished: subject and social. Subject creativity operates in the context of subject activity, social – in communication. They differ not only in content, complexity and functioning conditions, but also in the dynamics of age development. The author presents the results of an experimental study of creativity in students of primary, middle and senior school age of 248 people in total. It has been established that in all age groups, subject creativity in its development is ahead of social creativity. This is due to the features of the existing education system that is focused on the formation of not social, but subject thinking. Both types of creativity are characterized by uneven age development. However, the change in the pace of age-related development of subject and social creativity is not synchronous.

Key words: creativity, social creativity, subject creativity, thinking, communication, professional activity, development of creativity

CITATION: Romanov K.M. Development of students' creativity. *Pedagogy and Psychology of Education*. 2020. No. 2. Pp. 161–175. (In Russ.). DOI: 10.31862/2500-297X-2020-2-161-175

Прогрессивное развитие общества определяется наличием необходимого творческого потенциала, т.е. людей, способных к поиску принципиально новых нестандартных путей и способов решения актуальных задач: экономических, политических, технических, технологических, гуманитарных и др. Необходимость в творческих (креативных) людях существовала всегда и в любой социальной сфере. Вполне очевидно, что широкий социальный запрос на творческую личность будет неуклонно возрастать. Именно такие люди являются основой социально-го прогресса. Креативность играет очень важную роль во многих видах

профессиональной деятельности [1; 6; 19; 23], причем это относится не только к так называемым творческим профессиям.

Надо сказать, что современная система общего и профессионального образования не готова к решению данной задачи. Реформирование средней и высшей школы не дало желательного эффекта. В особенности это касается вопросов формирования творческого мышления. Вполне очевидно, что система ЕГЭ не стимулирует этот процесс. Для выхода из создавшегося положения система образования должна срочно переориентироваться на какую-то другую модель, нацеленную на развитие творческого потенциала учащихся. Это предполагает решение целого ряда задач: научно-исследовательских, методических, организационных и других.

Обзор литературы

Проблема креативности относится к числу традиционных и, одновременно, недостаточно разработанных в психологии [4; 5; 10; 14; 24]. Большинство исследователей определяют креативность как способность к порождению новых (нестандартных, оригинальных) идей, образов, способов решения задач в разных сферах жизни: профессиональной деятельности, межличностных отношениях, спорте и др. Она может выражаться в мышлении, восприятии, воображении, чувствах, результатах деятельности и др. В определенной степени изучены механизмы и факторы порождения нового. Выявлены некоторые возрастные особенности креативности. Вместе с тем непонятными остаются многие вопросы. Например, до сих пор нет однозначного понимания механизмов порождения новых идей. Известно, что важнейшую роль в этом процессе играют эмоции [4]. Но механизм эмоциональной регуляции творческого процесса не является единственным и исчерпывающим. Существуют и другие технологии порождения новых идей. Например, в концепции развивающего обучения В.В. Давыдова творческий процесс связывается с теоретическим мышлением [2]. Существуют и другие гипотезы и теории толкования творческого акта. Такое многообразие теорий вполне объяснимо, поскольку творческий процесс протекает на неосознаваемом уровне. В большинстве случаев субъект осознает только его результат. Поэтому нередко исследователи прибегают к таким терминам, как инсайт, озарение, откровение, ага-реакция и др. [6]. Не разработана эффективная методика формирования креативности: в каком возрасте и как ее формировать. Дискуссионным остается вопрос о том, возможно ли это вообще, т.е. является ли она генетически заданной или продуктом обучения и воспитания [1; 5; 12; 24]. Интересным

и актуальным является вопрос о соотношении креативности и личности. С одной стороны креативность является своеобразным инструментом построения личностного бытия, а с другой – сама определяет личностное своеобразие [7; 11; 16; 21]. Актуальным и не решенным остается вопрос о соотношении креативности и духовности [14]. Дело в том, что креативность может служить не только силам добра, но и силам зла. В последнем случае она становится социально опасной. Это необходимо принимать во внимание при разработке методики формирования креативности.

Недостаточно хорошо изучен вопрос о содержательной дифференциации креативности. Речь идет о том, насколько специфичны и насколько едины механизмы порождения новых идей в разных по содержанию областях. Можно ли говорить о наличии каких-то самых общих и независимых от содержательного наполнения механизмах креативности? При положительном ответе на этот вопрос следует признать, что если человек обладает креативностью, то он может проявить ее в любой области. Известно выражение: «Если человек талантлив, то талантлив во всем». При отсутствии таких механизмов следует говорить о конкретных творческих способностях, т.е. о своеобразной творческой специализации личности. Правильный ответ на поставленный вопрос нужно искать где-то между этими крайними точками зрения.

Есть основания считать, что механизмы порождения новых идей в каждой области имеют определенную специфику, т.е. нельзя говорить об универсальной креативности. В научной литературе фигурирует множество терминов, свидетельствующих о факте существования разных видов креативности: коммуникативная, социальная, эмоциональная, педагогическая, лингвосомиотическая, технологическая, повседневная, образная, вербальная и др. [7–9; 13; 19–21].

В последние десятилетия в психологии активно разрабатывается проблема общения. В контексте этих исследований был поставлен вопрос о креативности в общении (субъект-субъектных отношениях) и определении ее специфики по отношению к креативности в предметной деятельности (субъект-объектных отношениях). В соответствие с этим критерием можно говорить о двух видах креативности: социальной и предметной [15; 17; 23]. В настоящее время большинство исследований креативности выполнено на предметном материале. В научной литературе существует тенденция переносить результаты этих исследований в область межличностных отношений, т.е. рассматривать механизмы порождения новых идей как универсальные. Эта тенденция прослеживается уже в самих определениях креативности. В качестве основного признака креативности рассматривается способность

к порождению чего-то нового, нестандартного, оригинального. Мы считаем, что креативность, функционирующая в условиях общения и межличностного понимания, имеет определенную специфику и требует самостоятельного научного анализа. Основная задача данного исследования заключается в теоретическом и эмпирическом доказательстве данного положения.

Результаты соответствующих исследований имеют не только теоретическое, но и практическое значение для разработки методов развития социальной креативности. Это тем более актуально в наше время в связи с наличием социального запроса на личность, креативную в сфере общения. Такие специалисты крайне необходимы в практической психологии, бизнесе, сфере управления, политике, сфере образования и во многих других областях. Но она важна и за пределами профессиональной деятельности: в межличностных отношениях, в семейной жизни, в воспитании детей и т.п.

Изучение креативности в сфере общения весьма интенсивно проводится и в отечественной, и в зарубежной психологии. Наибольшую известность получили такие понятия, как «социальная компетентность», «эмоциональный интеллект», «социальное мышление», «психологическое мышление», «социальная перцепция», «межличностное понимание», «психологическая компетентность», «социальная компетентность» и др. [3; 6; 17; 18–22; 25–27]. (Здесь приведен не полный перечень терминов). Анализ соответствующих работ показывает, что в них не говорится о креативности прямо. Но она имплицитно содержится в них.

Необходимость творческого начала в процессах межличностного понимания определяется его объектом – человеком как субъектом, личностью и неповторимой индивидуальностью. Человек относится к числу наиболее сложных и плохо изученных объектов [17]. Его подлинная сущность недоступна для восприятия. Будучи субъектом и личностью, человек всегда заинтересован в производимом впечатлении. Поэтому вольно или невольно он склонен управлять этим процессом: демонстрировать положительные (выгодные для себя) качества и маскировать отрицательные (невыгодные). В его поведении всегда существует элемент непредсказуемости, алогичности и неопределенности, что существенно ограничивает возможности логического мышления. Все это осложняет процесс познания и предъявляет повышенные требования к творческому мышлению. Кроме того, возникает необходимость в особых инструментах познания, которые не нужны для решения предметных задач. Сюда относятся, например, эмпатия, идентификация, рефлексия. В результате исследования мышления, функционирующего

в условиях межличностного взаимодействия, было установлено, что оно отличается от мышления, направленного на познание предметного мира, содержанием, уровнем сложности, повышенной зависимостью от отношения субъекта к познаваемому человеку, происхождением, специфическими приемами и способами решения задач, сложностью, более высокой долей интуиции, тесной связью с личностью [17]. Исходя из сказанного, можно утверждать, что многие из этих особенности мышления характерны и для социальной креативности. Она отличается от предметной креативности более сложными и специфическими механизмами, происхождением, динамикой развития.

Поставленная проблема определила цель нашего исследования – изучить некоторые особенности социальной креативности и провести сравнение ее с предметной креативностью. Под социальной креативностью мы понимаем способности к продуцированию новых идей в сфере общения и межличностных отношений. Она актуализируется при решении психологических задач, которые возникают в условиях общения человека с другими людьми и с самим собой.

В соответствии с целью были поставлены следующие задачи: выявить уровни развития у учащихся социальной и предметной креативности; установить соотношение этих категорий, проследить динамику их возрастного развития.

Методика

Для решения поставленных задач выполнено экспериментальное исследование. В качестве основной исследовательской процедуры использовался психологический эксперимент. При разработке экспериментальной процедуры мы отталкивались от следующих соображений: она должна моделировать ситуацию творческого поиска; создавать равные условия для диагностики креативности в предметной и в социальной сферах; предоставлять равные возможности для всех участников эксперимента, независимо от возраста, уровня образования и успеваемости. Основу методики составляют две пары разных по содержанию заданий: социально-психологические и предметные. Время их выполнения ограничивалось рамками одного урока – 40 минут.

Социально-психологические задания выглядели следующим образом. В первом из них испытуемым предлагалось написать максимальное количество жизненных ситуаций, в которых актуализируется заданное личное качество (смелость, ответственность или упрямство). Во втором задании от испытуемых требовалось написать как можно больше способов обращения с человеком с заданным личностным качеством

(смелость, ответственность или упрямство), т.е. подготовить систему психологических рекомендаций по обращению с данным человеком: как можно или нельзя вести себя с ним в тех или иных жизненных ситуациях, чем и где он может быть полезен и т.п. Инструкция к ним и способ проведения процедуры были адаптированы с учетом возрастных и интеллектуальных особенностей испытуемых.

Для диагностики креативности в предметной сфере использовалась модифицированная нами методика Дж. Гилфорда «Применение». Испытуемым предлагалось придумать и описать максимальное количество способов применения заданного предмета (металлической канцелярской скрепки, пластиковой бутылки, использованного стержня от шариковой ручки). По своей сущности оно соответствовало заданию по разработке психологических рекомендаций по обращению с человеком. Второе задание из блока предметной креативности во многом соответствует первому социально-психологическому заданию. Испытуемым предлагалось представить максимальное количество способов интерпретации заданного схематического рисунка с очень неопределенным сюжетом. В инструкции указывалось: «Что здесь изображено?», «На что это может быть похоже?». В психологии подобные тестовые задания используются для диагностики воображения.

Исследование проходило в форме конкурсного учебного задания, проводимого в рамках общешкольного конкурса «Интеллектуальный марафон», включающего в себя множество других заданий: по математике, русскому языку, истории, биологии, физике. По итоговым результатам конкурса выделялись победители. Это стимулировало мотивацию и позволило выявить потенциальные творческие возможности учащихся.

Для обработки результатов были введены следующие параметры: продуктивность, оригинальность и адекватность. Продуктивность измеряется числом выдвинутых идей и гипотез. Эта величина является одним из основных показателей уровня развития креативности. Чем выше она, тем выше творческий потенциал человека. Данный показатель можно использовать как основание для сравнения уровня креативности в предметной и социально-психологической сферах, а также для выявления индивидуальных особенностей испытуемых и возрастной динамики. Оригинальность определялась мерой совпадения способов решения задач с наиболее популярными в группе. Неадекватными считались способы решения, не соответствующие заданию.

В исследовании психологических особенностей креативности в сфере общения участвовали учащиеся 2, 3, 5, 6, 9, 10, 11 классов (общее количество – 248 человек). Возрастные группы были примерно одинаковыми по численности. В каждую группу входило 21–45 человек.

Результаты исследования

Исследование позволило установить, что все задания оказались достаточно сложными и непривычными для испытуемых всех возрастных групп. Это говорит о том, что в рамках школьного обучения подобные задания не практиковались. Обработка полученных данных позволила определить средние значения продуктивности предметной и социальной креативности по каждой возрастной группе испытуемых (табл. 1).

Таблица 1

Возрастные показатели продуктивности предметной и социальной креативности

Возраст испытуемого	Количество учащихся	Продуктивность (Pr)			
		Предметная креативность		Социальная креативность	
		Среднее значение	Разброс (σ)	Среднее значение	Разброс (σ)
2 класс	21	8,60	5,18	4,30	2,40
3 класс	21	7,50	2,80	6,20	3,40
5 класс	41	6,45	3,85	5,70	2,80
6 класс	43	9,96	4,12	6,46	2,85
9 класс	45	14,56	6,15	7,30	2,74
10 класс	36	16,10	6,55	9,82 7,80	3,55 3,27
11 класс	41	18,30	6,27	7,80 9,80	3,27 3,55

Сравнительный анализ данных, полученных в ходе диагностики, показал, что для испытуемых любого возраста задачи с психологическим содержанием являются более трудными, чем с предметным. Это говорит о том, что в содержательном плане школьное обучение является предметно ориентированным. Для всей выборки испытуемых средние показатели продуктивности по отношению к предметной креативности составляют 11 единиц, социальной креативности – 7 единиц. Различия между средними показателями изучаемых нами видов креативности статистически достоверны по t-критерию Стьюдента, $t = 2,69$, $v = 12$, $p < 0,05$, $t_{кр} = 2,179 < t_{эмп} = 2,69$ (0,05), $t = 2,69$ при критическом значении 2,179 (0,05).

Отклонение индивидуальных показателей социальной креативности от среднегрупповой нормы по возрастным группам составляют интервал от 2,4 до 3,55; аналогичные показатели предметной креативности находятся в интервале от 2,8 до 6,55. Как видим, индивидуальный разброс в показателях продуктивности характерен в большей степени для предметной креативности.

Общим для предметной и социальной креативности является неустойчивый рост возрастных показателей продуктивности. Однако их возрастная динамика неодинакова. Продуктивность предметной креативности устойчиво снижается к 5 классу, а затем наблюдается ее устойчивый рост. Закономерность возрастного изменения показателей продуктивности социальной креативности такова: рост – снижение – рост. Иначе говоря, развитие предметной креативности идет более равномерно, чем развитие социальной креативности. Тем не менее, один из пиков падения в обоих видах креативности приходится на 5 класс.

Важно также подчеркнуть, что по отношению к предметной креативности развитие социальной креативности на всех возрастных стадиях идет с отставанием. Во многом это объясняется тем, что современная система образования ориентирована на развитие у детей когнитивных процессов и способностей, необходимых для выполнения предметной деятельности. Она не готовит их как субъектов общения и межличностного взаимодействия. Развитие соответствующих когнитивных процессов, способностей и механизмов происходит не на основе целенаправленного обучения, а в ходе личного психологического опыта общения, т.е. стихийно.

Для уточнения уровня согласованности развития предметной и социально-психологической креативности мы провели корреляционный анализ. Он показал, что статистически значимая положительная корреляция наблюдается только во 2, 3 и 5 классах (табл. 2).

Это может говорить о том, что на ранних возрастных этапах развитие предметной и социально-психологической креативности опирается на одни и те же механизмы. В дальнейшем происходит их дифференциация и относительно независимое развитие.

Качественный анализ результатов исследования показал, что с возрастом происходит изменение не только продуктивности, но и оригинальности генерируемых идей. Однако этот параметр анализа креативности довольно сложно использовать, поскольку трудно выделить критерий оригинальности. Более того, некоторые идеи, оригинальные для одного возраста, в другом возрасте перестают быть таковыми. В качестве возможного критерия мы взяли частоту встречаемости вариантов решения задач. К категории стандартных были отнесены наиболее распространенные в группе варианты. Остальные способы решения могли претендовать на оригинальность.

**Корреляционный анализ развития
предметной и социальной креативности
по показателям продуктивности и оригинальности**

Возраст испытуемых	Показатели			
	Продуктивность		Оригинальность	
	Коэффициент ранговой корреляции	Уровень значимости	Коэффициент ранговой корреляции	Уровень значимости
2 класс	0,54	0,05	0,62	0,01
3 класс	0,48	0,05	0,51	0,05
5 класс	0,87 0,80	0,01 0,01	0,72 0,43	0,01
6 класс	0,33 0,27		0,26 0,45	
9 класс	0,30 0,06		0,06 -0,12	
10 класс	0,27 0,14		0,10 -0,42	
11 класс	-0,31 0,27		-0,63 0,16	0,01

Приведем примеры наиболее оригинальных вариантов решения задачи в предметной сфере. Интересными способами использования пустой пластмассовой бутылки оказались следующие варианты: изготовление водостока, защита замка, изготовление наушников, игра в кегли, изготовление матраца, изготовление брелока, изготовление инструмента для сбора яблок, изготовление термоса, изоляция проводки, проведение опытов по физике на тему «Сообщающиеся сосуды», защита деревянного забора; как аквариум, утка для тяжелобольных, футляр для очков, волан для бадминтона, кислородный баллон, циркуль, материал для обучения детей счёту, наколенники и др. Варианты использования израсходованного стержня от ручки: рисовать им через копирку, свеча, игла, передатчик шпартгалок, изготовление моделей молекул, поилка для птиц, отвертка для маленьких шурупов, гирлянда, бигуди, поплавок, дыхательная трубка, для плавания под водой, пуговица, пипетка, китайские палочки, изготовление ошейника, измерение чего-то, вязальные

спицы, палочка для сушки грибов, чехол для швейных игл и др. Способы применения металлической канцелярской скрепки: шампур, вешалка, болтик, отвертка, ключ, сверло, пинцет, материал для изготовления гирлянды, пуговица, прицел и др.

Рассмотрим наиболее оригинальные решения психологических задач. В отношении доброго человека предлагаются следующие способы обращения: для того, чтобы поднять настроение другому; для защиты от злых людей; в роли деда Мороза для раздачи подарков; можно ставить в пример другим; для борьбы со злом; чтобы решать международные проблемы; для оценки степени доброты других людей; для ухода за младшими детьми и др. Примеры обращения со смелым человеком: когда нужно сказать правду, но все боятся; когда нужно участвовать в каких-либо соревнованиях; при испытании новой техники; для охраны природы; для сложных операций в медицине; чтобы разобраться в несправедливом увольнении сотрудника. Примеры обращения с хитрым человеком: полезен в разгадке других хитрецов; использовать его в качестве союзника; поможет убедить, уговорить другого в чем-то; как советника, когда нужно продвинуться по службе; для решения задач с малыми затратами. Способы обращения с упрямым человеком: для работы в налоговой полиции; поможет доказать что-то; как охранника; как союзника, чтобы переспорить кого-то; чтобы занять кровать в лагере; нужно говорить ему, чтобы он все делал наоборот.

На первый взгляд многие из этих вариантов могут показаться достаточно банальными. Но феномен оригинальности относителен, субъективен и субъектоцентричен. Это означает, что главной точкой отсчета для оценки оригинальности является субъект, порождающий новую идею. Важно, чтобы она была оригинальной именно для него.

Выводы

Креативность как способность к порождению новых идей не универсальна по своим функциональным возможностям. Она тесно связана с содержанием и характером решаемых субъектом задач. В зависимости от этого можно выделить, по меньшей мере, два вида креативности: социальную и предметную. Они отличаются друг от друга содержанием, происхождением, динамикой и условиями развития.

Предметная креативность функционирует в условиях взаимодействия субъекта с предметным миром (отношений субъект-объект). Она предназначена для решения сугубо предметных задач: технических, биологических, математических и т.п. Социальная креативность функционирует в условиях общения (отношений субъекта с людьми). Она необходима

для решения психологических задач, т.е. имеет содержательную специфику. Учитывая, что человек как субъект, личность и неповторимая индивидуальность является наиболее сложным объектом познания, социальная креативность представляется более сложной, чем предметная.

Предметная креативность возникает в условиях предметной деятельности человека, социальная креативность – в условиях общения, т.е. они имеют разные генетические корни.

Для обоих видов креативности характерна неравномерная динамика возрастного развития по такому показателю, как продуктивность. По отношению к предметной креативности развитие социальной креативности на всех возрастных этапах идет с большим отставанием и со значительно меньшим разбросом индивидуальных показателей.

Корреляционный анализ показывает, что в младшем школьном возрасте и до начала подросткового возраста (5 класс) развитие обоих видов креативности идет довольно синхронно, после чего наблюдается его десинхронизация. Это может говорить о наличии каких-то общих механизмов и условий их развития.

В целом можно утверждать, что уровень развития у школьников социальной креативности значительно ниже показателей предметной креативности. Об этом говорят не только более низкие показатели продуктивности, но и субъективная оценка более высокой трудности для школьников именно психологических задач. Для них они оказались абсолютно новыми и непривычными. Этот факт можно объяснить особенностями существующей системы среднего образования. Если исключить литературу, то оно не предусматривает решение психологических задач и, как следствие, не стимулирует развитие социальной креативности. Поэтому ее развитие идет стихийно и с большим отставанием от предметной креативности.

Человек как социальное существо и член общества сталкивается с психологическими задачами значительно чаще, чем с предметными. Кроме того, они являются более сложными и нестандартными. Следовательно социальная креативность является более востребованной, чем предметная. Поэтому ее целенаправленное формирование у подрастающего поколения представляет серьезную задачу современного образования.

Библиографический список / References

1. Айбатыров К.С., Харченко Л.Н. Профессионально-ориентированная креативность: феномен и методика формирования. Ставрополь, 2017. [Ajbatyrov K.S., Harchenko L.N. Professionalno-orientirovannaya kreativnost: fenomen i metodika formirovaniya [Professionally-oriented creativity: Phenomenon and method of formation]. Stavropol, 2017.]

2. Андронов В.П. Психология профессионального мышления. Саранск, 2018. [Andronov V.P. Psihologiya professionalnogo myshleniya [Psychology of professional thinking]. Saransk, 2018.]
3. Белоусова А.К., Вышквыркина М.А. Социальный интеллект // Психология общения. Энциклопедический словарь / Под общ. ред. А.А. Бодалева. 2-е изд. М., 2015. С. 102–103. [Belousova A.K., Vyshkvyrkinina M.A. Social intellect. *Psihologiya obshcheniya. Enciklopedicheskij slovar.* A.A. Bodaleva (ed.). 2-nd ed. Moscow, 2015. Pp. 102–103. (In Russ.)]
4. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. М., 2002. [Bogoyavlenskaya D.B. Psihologiya tvorcheskikh sposobnostej [Psychology of creative abilities]. Moscow, 2002.]
5. Боровецкая В.В. Интеллект и креативность как два ортодоксальных фактора // Научная перспектива. 2015. № 6. С. 109–111. [Boroveckaya V.V. Intelligence and creativity as two of the Orthodox factor. *Scientific Perspective.* 2015. No. 6. Pp. 109–111. (In Russ.)]
6. Ильин В.В. Теория познания. Эвристика. Креатология: Монография. М., 2018. [Il'in V.V. Teoriya poznaniya. Evristika. Kreatologiya [Theory of knowledge. Heuristics. Creatology]. Moscow, 2018. (In Russ.)]
7. Ильиных А.Е., Асанова Н.В. Повседневная креативность: выраженность шизотипических черт личности с точки зрения реальных творческих достижений // Science Time. 2015. № 7 (19). С. 149–153. [Ilinykh A.E., Asanova N.V. Everyday creativity: The expression of schizotypic personality traits from the point of view of real creative achievements. *Science Time.* 2015. No. 7 (19). Pp. 149–153. (In Russ.)]
8. Исакова Ю.Б. Связь академической успеваемости с образной и вербальной креативностью // Исакова Ю.Б. Общество в эпоху перемен: современные тенденции развития. М., 2017. [Isakova Yu.B. The relationship between academic performance and imaginative and verbal creativity. *Isakova Yu.B. Obshchestvo v epohu peremen: sovremennye tendencii razvitiya.* Moscow, 2017. (In Russ.)]
9. Ключарева Г. А. Технологическая креативность среды: Россия на фоне других стран // Социологическая наука и социальная практика. 2015. № 3 (11). С. 51–80. [Klyuchareva G.A. Technological creativity of the environment: Russia against the background of other countries. *Sociological Science and Social Practice.* 2015. No. 3 (11). Pp. 51–80. (In Russ.)]
10. Крушельницкая О.И. Творческое и репродуктивное мышление // Школа и производство. 2018. № 7. С. 3–8. [Krushelnitskaya O.I. Creative and reproductive thinking. *School and Production.* 2018. No. 7. Pp. 3–8. (In Russ.)]
11. Кушазли М.И. Креативность как фактор самоорганизации личности // Высшая школа: опыт, проблемы, перспективы: Материалы IX международной научно-практической конференции. М., 2016. С. 603–607. [Kushchazli M.I. Creativity as a factor of self-organization of an individual. *Vysshaya shkola: opyt, problemy, perspektivy. Materialy IX mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii.* Moscow, 2016. Pp. 603–607. (In Russ.)]
12. Мартишина Н.В. Креативность: образовательные технологии развития // Психолого-педагогический поиск. 2016. № 3 (39). С. 36–48. [Martishina N.V. Creativity: Educational technologies of development. *Psychological and Pedagogical Search.* 2016. No. 3 (39). Pp. 36–48. (In Russ.)]

13. Олянич А.В., Рыльщикова Л.М. Лингвосомиотическая креативность в дискурсивном пространстве научной фантастики: прологомены к определению // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2. Языкознание. 2016. Т. 15. № 4. С. 237–244. [Olyanich A.V., Rylshchikova L.M. Linguosemiotic creativity in the discursive space of science fiction: Prologomena to the definition. *Bulletin of Volgograd State University. Ser. 2. Linguistics*. 2016. Vol. 15. No. 4. Pp. 237–244. (In Russ.)]
14. Попов А.И. Креативность и духовность: проблема их интеграции в образовательном процессе вуза // Духовно-нравственное воспитание в системе среднего и высшего образования: традиции и инновации: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. М., 2016. С. 84–88. [Popov A.I. Creativity and spirituality: The problem of their integration in the educational process of higher education. *Duhovno-nravstvennoe vospitanie v sisteme srednego i vysshego obrazovaniya: tradicii i innovacii*. Moscow, 2016. Pp. 84–88. (In Russ.)]
15. Психология общения. Энциклопедический словарь / Под общ. ред. А.А. Бодалева. 2-е изд. М., 2015. [Psikhologiya obshcheniya. Entsiklopedicheskiy slovar [Psychology of communication. Encyclopedic Dictionary]. A.A. Bodalev (ed.). 2th ed. Moscow, 2015.]
16. Разумникова О.М. Связь интеллекта и личностных черт студентов математиков и гуманитариев // Психологический журнал. 2016. Т. 37. № 1. С. 69–78. [Razumnikova O.M. Connection of intelligence and personal traits of students of mathematics and Humanities. *Psychological Journal*. 2016. Vol. 37. No. 1. Pp. 69–78. (In Russ.)]
17. Романов К.М. Психологическая культура личности. М., 2015. [Romanov K.M. Psihologicheskaya kultura lichnosti [Psychological culture of the personality]. Moscow, 2015.]
18. Романов Д.К., Даукша Л.М. Психологические особенности восприятия и понимание преподавателей студентами университета // Интеграция образования. 2016. № 2. С. 28–35. [Romanov D.K., Dauksha L.M. Psychological features of perception and understanding of teachers by university students. *Integration of Education*. 2016. No. 2. Pp. 28–35. (In Russ.)]
19. Серикова О.П. Педагогическая креативность как условие эффективной работы с родителями одаренного ребенка // Психологические и педагогические науки на современном этапе. 2015. № 6. С. 98–101. [Serikova O.P. Pedagogical creativity as a condition for effective work with the parents of a gifted child. *Psikhologicheskie i pedagogicheskie nauki na sovremennom etape*. 2015. No. 6. Pp. 98–101. (In Russ.)]
20. Степина Н.В. Коммуникативная креативность как способность к творческому общению в управлении хоровым коллективом // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 5. № 3 (16). С. 168–170. [Stepina N.V. Communicative creativity as the ability to communicate creatively in the management of a choral group. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*. 2017. Vol. 5. No. 3 (16). Pp. 168–170. (In Russ.)]
21. Фролова С.В., Сергеева В.С., Стулина Л.К. Эмоциональная креативность как фактор жизнестойкости // Организационная психология: люди и риски: Сборник материалов российско-американской научно-практической конференции. М., 2015. С. 419–425. [Frolova S.V., Sergeeva V.S., Stulina L.K.

- Emotional creativity as a factor of resilience. *Organizatsionnaya psikhologiya: lyudi i riski*. Moscow, 2015. Pp. 419–425. (In Russ.)]
22. Щербакова Т.Н. Компетентность психологическая // Психология общения. Энциклопедический словарь / Под общ. ред. А.А. Бодалева. 2-е изд. М., 2015. С. 126–127. [Scherbakova T.N. Psychological competence. *Psikhologiya obshcheniya. Enciklopedicheskij slovar'*. A.A. Bodaleva (ed.). 2th ed. Moscow, 2015. Pp. 126–127. (In Russ.)]
 23. Юдина Н.А. Социальная креативность как качество современного педагога // Вестник Московского института государственного управления и права. 2017. № 9. С. 148–152. [Yudina N.A. Social creativity as a quality of a modern teacher. *Bulletin of the Moscow Institute of Public Administration and Law*. 2017. No. 9. Pp. 148–152. (In Russ.)]
 24. Яковлева Е.Л. Психология развития творческого потенциала личности. М., 1997. [Yakovleva E.L. *Psikhologiya razvitiya tvorcheskogo potentsiala lichnosti* [Psychology of personal creative potential development]. Moscow, 1997. (In Russ.)]
 25. Linderman B. (et al.). Association of burnout with emotional intelligence and personality in surgical residents: Can we predict who is most at risk? B. Linderman (et al.). *Journal of Surgical Education*. 2017. Vol. 74. Issue 6. Pp. e22–e30. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jsurg.2017.11.001>
 26. Moscovici S. The phenomenon of social representations. *Social Representations: Explorations in Social Psychology*. G. Duveen (ed). N.Y., 2013.
 27. Shahid R., Stirling J., Adams W. Promoting Wellness and Stress Management in Residents Through Emotional Intelligence Training. *Advances in Medical Education and Practice*. 2018. Vol. 9. Pp. 681–686. DOI: <https://doi.org/10.2147/AMEP.S175299>

Статья поступила в редакцию 15.07.2020, принята к публикации 24.02.2020

The article was received on 15.07.2020, accepted for publication 24.02.2020

Сведения об авторе / About the author

Романов Константин Михайлович – доктор психологических наук, профессор; профессор кафедры психологии, Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева, г. Саранск, Республика Мордовия

Konstantin M. Romanov – Dr. Psychology Hab.; professor at the Department of Psychology, National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, Republic of Mordovia

E-mail: famylypost@mail.ru