

УДК: 159.9.

doi: 10.11621/vsp.2020.02.03

САМООЦЕНКА И ВИДЫ КРЕАТИВНОСТИ У ПОДРОСТКОВ: СВЯЗЬ И ПРЕДИКТОРЫ

Н. Н. Косенкова, Н. В. Мешкова*

ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия

Для контактов*. E-mail: nmeshkova@yandex.ru

В статье представлены результаты эмпирического исследования связи самооценки творческих способностей, оригинальности креативности (вербальной и социальной) и ценностей.

Актуальность исследования связана с востребованностью креативности как важной компетенции на рынке труда. Неоднозначность связи различных видов креативности и ее самооценки, а также несоответствие результатов диагностики креативного потенциала с помощью различных методов актуализируют проблему реализации творческого потенциала.

Целью работы стало изучение связи между различными видами креативности, ее самооценкой и ценностями, а также выявление соотношения показателей креативности, диагностированных с помощью заданий Real Word Divergent Task (RWDT) и заданиями на вербальную креативность.

В исследовании принимали участие *подростки* 15–16 лет (N = 50; из них 26 — юноши), учащиеся общеобразовательной школы г. Москвы. Использовались следующие **методики**: «Самооценка творческих способностей» (Е. Туник), задания на вербальную креативность и креативность в социальном взаимодействии положительной и негативной коннотации RWDT, портретный ценностный опросник Ш. Шварца.

Согласно полученным **результатам**, оригинальность выше в заданиях на вербальную креативность по сравнению с ситуациями в социальном взаимодействии; оригинальность в ситуациях лжи и просоциальной ситуации в социальном взаимодействии значимо коррелируют; отсутствуют корреляции между самооценкой воображения и показателями креативности, измеряемыми с помощью метода RWDT и заданиями на вербальную креативность; самооценка творческих способностей имеет положительную связь с высшей ценностью «Открытость изменениям»; предиктором самооценки воображения является ценность «Самостоятельность мысли». Результаты подтвердили *гипотезы* о ситуационности креативности, об отсутствии связи между показателями креативности, измеряемыми как

самоотчет, и объективными методами; о наличии прямой связи между высшими ценностями «Открытость изменениям» и компонентами креативности, измеряемыми методом самоотчета, и не подтвердили предположение об отсутствии прямой связи между оригинальностью в просоциальных ситуациях и ситуациях с негативной коннотацией.

Делаются **выводы** о том, что 1) креативность специфична в различных областях, 2) креативность в ситуациях лжи и просоциальной ситуации в социальном взаимодействии является единым конструктом; 3) самооценка воображения не связана с дивергентным мышлением, измеряемым с помощью метода RWDТ и заданиями на вербальную креативность; 4) высокая самооценка воображения опосредуется мотивационной целью мыслить творчески, иметь оригинальные идеи, узнавать новое о вещах и явлениях.

Ключевые слова: креативность, самооценка креативности, воображение, ценности, диагностика креативности, Real Word Divergent Task.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта № 19-013-00240-А.

Для цитирования: *Косенкова Н.Н., Мешкова Н.В.* Самооценка и виды креативности у подростков: связь и предикторы // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2020. № 2. С. 45–61. doi: 10.11621/vsp.2020.02.03

Поступила в редакцию: 14.05.2020 / Принята к публикации: 27.05.2020

SELF-ESTEEM AND TYPES OF CREATIVITY IN ADOLESCENTS: RELATIONSHIP AND PREDICTORS

Natalya N. Kosenkova, Natalya V. Meshkova*

Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia

*Corresponding author. E-mail: nmeshkova@yandex.ru

We present the results of an empirical study of the relationship between self-assessment of creative abilities, originality of creativity (verbal and social) and values. The relevance of the research is related to the demand for creativity as an important competence in the labor market. The ambiguity of the relationship between different types of creativity and self-assessment of creativity, as well as the discrepancy between the results of diagnostics of creative potential using various methods, actualizes the problem of realizing creative potential.

The aim of the work was to study the relationship between different types of creativity, self-assessment of creativity and values, as well as to identify the ratio of creativity indicators diagnosed using the Real Word Divergent Task (RWDT) method and tasks for verbal creativity.

The study involved adolescents aged 15–16 years ($N = 50$; 26 — men) — students of one of Moscow school. The following methods were used: “Self-assessment of creative abilities” (E. Tunik), tasks on verbal creativity and creativity in social interaction of positive and negative connotations of RWDT, Portrait value questionnaire of Sh. Schwartz.

According to the results, originality is higher in tasks for verbal creativity compared to situations in social interaction; originality in situations of lies and prosocial situations in social interaction significantly correlate; there is no correlation between self-esteem of imagination and creativity indicators measured using the RWDT method and tasks for verbal creativity; self-esteem of creative abilities has a positive relationship with the highest value of “Openness to change”; the predictor of self-esteem of imagination is the value of “Independence of thought”. The results confirmed the hypotheses about specificity of creativity, about the absence of a link between creativity measured as self-report and objective methods; about the presence of a direct link between the highest values of “Openness to change” and the components of creativity measured by self-report, and did not confirm assumption about the absence of a direct link between originality in prosocial situations and situations with negative connotations.

Conclusions are made that 1) creativity is specific in various areas, 2) creativity in situations of lies and prosocial situations in social interaction is a single construct; 3) self-esteem of imagination is not associated with divergent thinking, measured using the RWDT method and tasks for verbal creativity; 4) high self-esteem of imagination is mediated by the motivational goal of thinking creatively, having original ideas, learning new things and phenomena.

Keywords: creativity, self-assessment of creativity, imagination, values, diagnostics of creativity, Real Word Divergent Task.

Funding: The reported study was funded by Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project number 19-013-00240-A.

For citation: Kosenkova, N.N., Meshkova, N.V. (2020) Self-esteem and types of creativity in adolescents: relationship and predictors // *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psikhologiya = Moscow University Psychology Bulletin*. 2020. 2, P. 45–61. doi: 10.11621 / vsp.2020.02.03

Received: May 14, 2020 / Accepted: May 27, 2020

Введение в проблему

На мировом экономическом форуме в Давосе (Швейцария, 2018 г.) креативность была признана одной из десяти самых востребованных к 2023 году компетенций человека на рынке труда¹, что делает особенно актуальными вопросы выявления и развития креативного потенциала. Креативный потенциал понимается нами как способность к дивергентному мышлению, который может проявляться в различных видах креативности: вербальная, невербальная, социальная (то есть решение проблем в социальном взаимодействии), негативная, антисоциальная, просоциальная (результат креативного процесса является полезным и эффективным). За рубежом особое внимание психологов сфокусировано на проблеме соотношения различных видов креативности, их предикторах, а также соотношении результатов диагностики креативности, полученных различными методами (Runco, Illies, Eisenman, 2005; Sternberg, 2018; Reiter-Palmon, 2018; Кароор, Хан, 2018). Решение обозначенных проблем тесно связано с проблемой реализации креативного потенциала в различных видах деятельности.

Исследования показывают, что большую роль в реализации креативного потенциала играют ценности. Так, было показано, что ценности самосовершенствования положительно связаны с инновационным поведением (Purk, Laguna, 2019), ценности универсализма — с креативностью и поведением (Arieli, TenneGazit, 2017), ценности традиции и самостоятельности мысли вносят определенный вклад как предикторы антисоциально направленной (наносящей вред другим людям) креативности (Антропова, Мешкова, 2017; Мешкова, 2018).

Еще одним параметром, оказывающим влияние на реализацию креативного потенциала, является контекст. Так, Н. Кароор и А. Хан (2018) показали, что контекст задачи, поставленной перед испытуемыми, неоднозначно связан с просоциальной и негативной креативностью (негативная креативность проявляется в ненамеренно нанесенном вреде, когда решение легитимной задачи легитимными способами привело к нарушению психического или физического здоровья человека или ущербу его собственности (Мешкова, Ениколопов, 2018), результатом же просоциальной креативности является новая и полезная идея/продукт). Важным результатом данного

¹ The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution. World economic forum. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>

исследования является тот факт, что авторы выявили особенности креативности при использовании объектно-ориентированных заданий и заданий из реальной жизни на дивергентное мышление: был выявлен разный уровень оригинальности (показатель креативности) при диагностике использованными методами. В просоциальной креативности уровень оригинальности был выше в объектно-ориентированных заданиях при использовании предметов, в то время как оригинальность негативной креативности была выше в заданиях при решении ситуаций из реальной жизни (Karoor, Khan, 2018). М. Runco с коллегами выявили большую оригинальность при решении нереалистических задач по сравнению с заданиями из реальной жизни (Runco, Illies, Eisenman, 2005). Российскими исследователями были получены результаты, показавшие, во-первых, что значимость ситуации, в которой используется творческое мышление, может определяться ценностями личности: угроза ценностям достижения и анонимность ситуации провоцируют творческий потенциал для нанесения вреда у тех подростков, для кого значимы данные ценности, а во-вторых, отсутствие корреляций между показателями беглости (показатель креативности) в просоциальной ситуации и ситуации с негативной коннотацией (Антропова, Мешкова, 2017). Таким образом, креативность ситуационна и можно предположить, что между показателями оригинальности в просоциальных ситуациях и ситуациях с негативной коннотацией отсутствует прямая связь (гипотеза 1).

По мнению М. Runco и R. Beghetto, для понимания детской креативности, креативности в повседневной жизни и латентного креативного потенциала достаточно фокусироваться на личностной креативности и субъективных, индивидуальных отчетах о творческих процессах и результатах (Runco M., Beghetto, 2019). Исходя из такого понимания, самооценка креативности становится важным фактором, объясняющим показатели различных видов креативности. При этом исследования показывают неоднозначность связи самооценки креативности и креативности, измеряемой объективными методами, а также реальными достижениями. С одной стороны, было показано, что самооценка креативности значимо положительно связана с вербальной креативностью (Павлова, Корнилова, 2019). С другой стороны, на примере студентов были выявлены расхождения самооценки креативности и креативностью, диагностируемой с помощью заданий решения проблем (Reiter-Palmon et al., 2012), а у школьников 9–11 классов — в самооценке креативности и актуальных творческих

способностей в математике, науке, искусстве и письме (Kaufman et al., 2010). Таким образом, испытуемые различных возрастов могут не адекватно оценивать собственную креативность, что ставит под вопрос предсказательность самооценки креативности и дает возможность предположить отсутствие связи между показателями креативности, измеряемыми как самоотчет и объективными методами (гипотеза 2). Однако, исследователи приходят к выводу о том, что самооценка креативного потенциала имеет предсказательный эффект для лиц, склонных к поиску нового и проявлению гибкости (Павлова, Корнилова, 2019), то есть люди с высоким поиском новизны более адекватно оценивают себя по сравнению с обладателями низкого поиска новизны. Учитывая, что высокая открытость опыту как черта сочетается со значимостью ценностей «гедонизм» и «самостоятельность» (Алексеева, Ржанова, 2019), можно предположить, что существует прямая связь между высшими ценностями «Открытость изменениям» и компонентами креативности, измеряемыми методом самоотчета (гипотеза 3).

Метод и методики

Целью нашего исследования стало изучение взаимосвязи показателей креативности (беглость и оригинальность), измеряемых с помощью метода Real Word Divergent Task (далее RWDT) при решении проблем в различных социальных ситуациях и их связь с самооценкой креативности и ценностями. Зарубежные исследования показали, что в качестве заданий на дивергентное мышление можно использовать реальные ситуации из обыденной жизни (Okuda et al., 1991). Респондентам дается задание придумать как можно больше оригинальных решений проблем в социальных ситуациях. Для иллюстрации приведем пример задания из исследования коллектива авторов под руководством М.Рунко: «Твой друг сидит за одной партой с тобой и все время отвлекает тебя от выполнения задания учителя. Что ты можешь сделать. Придумай как можно больше решений» (Okuda et al., 1991).

В нашем пилотном исследовании мы использовали несколько ситуаций: просоциальную (№ 1 — поздравить друга с днем рождения) (Антропова, Мешкова, 2017), ситуации с положительной коннотацией на воображение (№ 2 — придумать рекламу новой компьютерной игры (Creativity Testing Services, 2019); № 3 — придумать номерной знак на машину, который характеризовал бы респондента как уникальную личность (Creativity Testing Services, 2019) и ситуацию с

негативной коннотацией лжи (№ 4 — оправдания опоздания на занятия) (Бочкова, Мешкова, 2018; Мешкова и др., 2018а). Компоненты креативности подсчитывались следующим образом: беглость — по количеству предлагаемых решений в каждой ситуации; оригинальность — с помощью трех экспертов (преподаватель и 2 студента, прошедшие обучение по креативности), оценивавших по 5-балльной шкале степень оригинальности решения. Далее мы производили расчет коэффициентов внутриклассовой корреляции (ИСС) оценок экспертов по каждой ситуации. Полученные значения коэффициентов (0.923; 0.929; 0.876; 0.951 соответственно) позволили усреднить оценки экспертов по каждой ситуации для получения среднего значения оригинальности для каждого испытуемого (см. Кароог, Khan, 2018). Также был использован тест «Самооценка творческих способностей» (Е. Туник) (Ильин, 2012) и «Портретный ценностный опросник» Ш. Шварца (Шварц и др., 2012). Здесь следует отметить, что новизна нашего исследования заключается в сопоставлении самооценки (в данном случае для нас важен параметр Воображение) с результатами диагностики вербальной и социальной креативности (измеряемой с помощью RWDТ) в двух видах заданий: на просоциальную креативность и задание с негативной коннотацией. В то время как основной массив исследований в российской литературе касается исследований «предметной» креативности, измеряемой с помощью заданий на необычное использование предметов, исследования же по креативности в социальном взаимодействии практически отсутствуют.

Выборку исследования составили подростки 15–16 лет (N = 50; из них 26 — юноши), учащиеся одной из общеобразовательных школ г. Москвы.

Результаты исследования

При анализе ответов-решений респондентов на предложенные им задания № 1, 3 и 4, мы обнаружили, что практически во всех просоциальных заданиях (то есть задание сформулировано таким образом, что предполагается получить социально приемлемый ответ), встречаются ответы с негативной коннотацией, которые можно расценить как агрессивные или унижающие с помощью злых шуток (например, ответы: на задание № 1 — налить, пока друг спит, клеймомент на кровать, а как проснётся, подарить ему ацетон; надеть, пока друг спит, страшную маску, напугать; накидать в соса-сола Ментос и

взболтать перед лицом друга; ответ на задание № 4 — в777ор). Такие ответы мы кодировали как негативные и подсчитывали отдельно их беглость.

Показатели самооценки творческих способностей, высших ценностей и креативности были подвергнуты корреляционному анализу по критерию Спирмена. Были выявлены следующие корреляции:

1. Положительные корреляции шкал опросника «Самооценка творческих способностей» (Е. Туник) «Любознательность» и «Воображение» с высшими ценностями «Самоопределения», «Открытости опыту и социального фокуса (корреляции значимы на уровне $p < .01; .01; .05; .01; .01; .05$, соответственно) и «Сложность» — с ценностями «Самоопределения» и «Открытости изменениям» (корреляции значимы на уровне $p < .05$ и $.01$, соответственно) (см. табл. 1);

2. Положительные корреляции оригинальности в ситуации лжи (№ 2) с количеством негативных ответов в просоциальных заданиях; оригинальностью в просоциальной ситуации (№ 1) и оригинальностью в ситуации лжи (№ 2) (корреляции значимы на уровне $p < .01; .05$ и $.01$, соответственно) (см. табл. 2).

Никаких корреляций между показателями креативности, диагностируемыми с помощью социальных ситуаций, и компонентами самооценки творческих способностей (опросник Е. Туник), а также ценностями выявлено не было.

Описательная статистика и значимые корреляции показателей представлены в табл. 1 и 2.

Таблица 1

Описательная статистика и значимые корреляции по Спирмену самооценки творческих способностей и ценностей

Ценности (Ш. Шварц и др.)		Самоопределение	Открытость изменениям	Социальный фокус
	<i>M (SD)</i>	14,23 (1.91)	14,44 (1.74)	26,40 (3.20)
Самооценка творческих способностей (Е. Туник)				
Любознательность	16,72 (3.63)	0,388**	0,432**	0,346*
Воображение	14,43 (2.88)	0,366**	0,378**	0,310*
Сложность	16,54 (4.41)	0,306*	0,372**	–
Общий балл по методике	65,43 (11.74)	0,315*	0,377**	–

Условные обозначения: * $p < 0 .05$; ** $p < 0 .01$.

Таблица 2

**Описательная статистика и значимые корреляции по Спирмену
 креативности в социальных ситуациях**

Спирмен-корреляции	M (SD)	1	2	3	4	5
1. Количество негативных ответов в просоциальных ситуациях	0,84 (.91)		–	–	–	0,392**
2. Беглость в просоциальных ситуациях	3,01 (1.03)	–		–	0,406**	–
3. Оригинальность в просоциальной ситуации (1)	1,78 (.80)	–	–		0,307*	0,391**
4. Беглость в ситуации лжи (2)	3,68 (.74)	–	0,406**	0,307*		0,345*
5. Оригинальность в ситуации лжи (2)	1,6 (1.19)	0,392**	–	0,391**	0,345*	

Условные обозначения: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$.

Также были выявлены следующие положительные корреляции компонента самооценки творческих способностей «Воображения» (опросник Е. Туник) и ценностей «Самостоятельность мысли», «Стимуляция», «Универсализм — забота» о других, «Благожелательность — забота» и «Благожелательность — чувство долга» (корреляции значимы на уровне $p < .01$; $.01$; $.05$; $.05$ и $.01$, соответственно) (см. табл. 3).

Таблица 3

Значимые корреляции по Спирмену Воображения и ценностей

		СамМ	СТ	Уздр	БлЗ	БлЧд
Воображение (Е. Туник)	Коэффициент корреляции	0,489**	0,391**	0,292*	0,328*	0,369**
	Значимость корреляций	,000	,005	,039	,020	,008
	N	50	50	50	50	50

Условные обозначения: СамМ — самостоятельность мысли; СТ — стимуляция; Уздр — универсализм — забота о других; БлЗ — благожелательность — забота; БлЧд — благожелательность — чувство долга. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$.

Регрессионный анализ показал, что 24% дисперсии значений показателя самооценки Воображение объясняется ценностью «Самостоятельность мысли» (стандартизированный коэффициент бета = 0.497; значимость 0.000).

Что касается значимых корреляций между показателями креативности, полученными с помощью заданий решения ситуаций из реальной жизни, то были получены следующие результаты: положительные корреляции между показателями беглости (количество решений) в социальной ситуации 1 и ситуациями 2, 3 и 4 (коэффициенты корреляции 0.319; 0.579; 0.567; 0.393; значимость корреляций $p < .05$; 01; 01; 05, соответственно) и между беглостью ситуации 3 с ситуациями 2 и 4 (коэффициенты корреляции 0.389 и 0.358; значимость корреляций $p < .05$, соответственно).

Анализ по критерию значимых рангов Уилкоксона показал достоверные различия в уровне оригинальности в следующих ситуациях: в ситуации лжи оригинальность значимо ниже, чем в ситуациях № 1 и № 3 ($Z = -5,143$, уровень значимости $p = 0,000$; $Z = -2,550$, $p = 0,01$, соответственно); в ситуации № 3 оригинальность выше, по сравнению с ситуацией № 1, и ниже, по сравнению с ситуацией № 4 ($Z = -2,609$, $p = 0,009$; $Z = -3,172$, $p = 0,002$, соответственно).

Обсуждение результатов

В нашем пилотном исследовании диагностировалась самооценка творческих способностей с помощью опросника Е. Туник, а также респондентам предлагалось задание придумать как можно больше таких решений четырех ситуаций, которые до них никто не придумывал. Две из предложенных ситуаций были ситуациями из реальной жизни и измеряли социальную креативность, то есть решение проблем в социальном взаимодействии. Одна ситуация имела положительную коннотацию (поздравить друга с днем рождения), вторая — негативную (придумать объяснения опоздания на занятия) и касалась лжи. Третье задание состояло в том, чтобы придумать рекламу новой компьютерной игры, и диагностировало вербальную креативность. Четвертое задание касалось также вербальной креативности, в соответствии с которым следовало на номерном знаке машины дать информацию о самом себе. Для нас важно было выяснить, как соотносятся оригинальность и беглость в различных ситуациях, с самооценкой творческих способностей, а также выявить связь компонентов креативности и ценностей. Сразу отметим, что

показатели беглости мы исключили из анализа, поскольку оказалось, что случайная нумерация ответов на каждую социальную ситуацию в бланке ответов привела к тому, что все испытуемые дали именно пронумерованное количество ответов (четыре). Таким образом, важно не нумеровать предполагаемые ответы, с тем, чтобы предложить возможность испытуемому дать столько ответов, сколько он сам захочет.

Согласно полученным результатам, оригинальность ответов в просоциальной ситуации и ситуации с негативной коннотацией коррелирует, при этом отсутствуют корреляции данных компонентов с вербальной креативностью в заданиях № 3 и 4. Кроме того, оригинальность в заданиях достоверно различается. Полученные результаты частично подтверждают первую гипотезу о ситуационности креативности и согласуются с результатами, полученными М. Рунко с коллегами, согласно которым, оригинальность в ситуациях из реальной жизни ниже по сравнению с нереалистичными заданиями (Runco, Illies, Eisenman, 2005). Ситуации поздравления друга с днем рождения и оправдания за опоздания на занятия являются реальным, в то время как придумать рекламу компьютерной игре и саморекламу себе на номерном знаке машины скорее можно отнести к нереалистичским заданиям. Однако в части отсутствия связи между оригинальностью в просоциальной ситуации и в ситуации с негативной коннотацией гипотеза подтверждения не получила. Объяснить это можно тем, что обе данные ситуации являются заданием решить проблему в социальном взаимодействии, видимо, в данном случае социальная креативность является единым конструктом, включая в себя решение проблемы в ситуации лжи и просоциальной ситуации, что согласуется с выводами зарубежных авторов F. Gino и D. Ariely, о том, что креативные люди могут легко обманывать и вести себя нечестно, если есть такая возможность, поскольку легко себя оправдывают (Gino & Ariely, 2012).

Что касается второй гипотезы, то она полностью подтвердилась: никаких корреляций между показателями креативности, измеряемыми как самоотчет, и объективными методами решения ситуаций из реальной жизни, а также с вербальной креативностью выявлено не было. Полученные результаты согласуются с результатами, полученными R. Reiter-Palmon с коллегами о расхождении самооценки креативности и креативностью, диагностируемой с помощью заданий решения проблем (Reiter-Palmon, et al., 2012). В данном случае для нас важно было проверить связь между воображением, как одним из

ключевых компонентов творческого мышления, и оригинальностью предлагаемых решений в социальном взаимодействии, а также вербальной креативностью. Объяснить полученный результат можно, прибегая к анализу шкалы, измеряющей самооценку собственного воображения респондентов: такие утверждения, как «Мне нравится представлять себе, что мне нужно будет узнать или сделать», «Мне нравится думать о том, чего со мной никогда не случилось», «Я люблю представлять себе, как жили люди 200 лет назад» и др., имеют мало общего с решением актуальных и конкретных проблем как в социальном взаимодействии, так и вербальной креативности. Можно утверждать, что в методике Е. Туник самоотчетом измеряется воображение как общая способность, не имеющая отношения к конкретным ситуациям и видам деятельности, что нивелирует значение воображения в социальной и вербальной креативности. Помимо этого, респонденты могут выдавать желаемое за действительное и неадекватно оценивать собственное воображение.

Если говорить о третьей гипотезе, то мы предположили, что существует прямая связь между высшими ценностями «Открытость изменениям» и компонентами креативности, измеряемыми методом самоотчета. В данном случае наша гипотеза подтвердилась. Были выявлены корреляции всех компонентов самооценки творческих способностей с высшей ценностью «Открытость изменениям», подчеркивающей «готовность к новым или преобразующим идеям, действиям и переживаниям» (Шварц и др., 2012, с. 51). Более того, предиктором самооценки воображения стала ценность «Самостоятельность мысли», концептуальное определение которой с точки зрения мотивационной цели состоит в свободе развивать собственные идеи и способности (Шварц и др., 2012). Иными словами, для людей с высокой самооценкой воображения важно мыслить творчески, иметь оригинальные идеи, узнавать новое о вещах и явлениях, что хорошо согласуется с утверждениями опросника Е. Туник, и в свою очередь мало согласуется с оригинальностью при решении конкретных социальных ситуаций и в заданиях на вербальную креативность.

Неожиданным для нас результатом стала корреляция между оригинальностью в ситуации лжи и количеством негативных ответов в просоциальных заданиях. Видимо, продуцирование лжи, агрессивных ответов и злословия являются проявлением одного и того же явления: антисоциальной креативности, и следствием личностных особенностей подростка. Наше предположение согласуется

с ранее полученными нами результатами, показывающими, что у враждебных людей креативное мышление может проявляться во вреде, наносимом другим людям (Мешкова и др., 2018б).

Выводы и заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Дивергентное мышление у подростков ситуационно: в разных ситуациях и разных заданиях оригинальность ответов респондентов отличается. Оригинальность выше в заданиях на вербальную креативность по сравнению с ситуациями в социальном взаимодействии, что показывает специфичность креативности в различных областях.

2. У подростков креативность в ситуациях лжи и просоциальной ситуации в социальном взаимодействии является единым конструктором.

3. Воображение не связано с дивергентным мышлением, измеряемым с помощью метода Real Word Divergent Task и заданиями на вербальную креативность. Можно предполагать, что у подростков в социальной и вербальной креативности воображение как способность к творчеству, измеряемое самоотчетом, играет небольшую роль. Связано это со специфичностью измерения воображения как общей способности без отнесения ее к определенной области, в которой может проявляться креативность.

4. Самооценка творческих способностей у подростков имеет положительную связь с высшей ценностью «Открытость изменениям». В качестве предиктора ценность «Самостоятельность мысли» вносит вклад в самооценку воображения. Высокая самооценка воображения опосредуется мотивационной целью мыслить творчески, иметь оригинальные идеи, узнавать новое о вещах и явлениях.

5. На примере подростков показано, что продуцирование лжи в ситуации с негативной коннотацией и агрессивных ответов, злословия в просоциальных заданиях является проявлением одного и того же явления: использования креативного мышления для нанесения вреда другим людям, то есть антисоциальной креативности.

Полученные нами результаты можно использовать при разработке тренингов развития креативности у подростков.

В исследовании есть ограничения, связанные с выбранными методами. Мы не дополняли самоотчет и объективные методы исследования креативности опросом экспертов, в качестве которых

можно было привлечь учителей для оценки реальных достижений учащихся в различных областях проявления креативности, а также не использовали методы оценки реального уровня мышления и вообще уровня развития когнитивных функций подростков, которые могут вносить большой вклад в креативность. Дальнейшим направлением исследования может стать изучение соответствия оценок экспертов (учителей и родителей) для понимания механизма связи самооценки творческих способностей подростков и креативности в социальном взаимодействии. Еще одним направлением дальнейшей работы может стать разработка опросника самооценки творческих способностей в различных областях проявления креативного потенциала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Алексеева О.С., Ржанова И.Е. Ценности и их связь с базовыми чертами личности // Психологические исследования. 2019. Т. 12. № 63. С.10. [Электронный ресурс] // URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 26.09.2019).

Антропова М.Ю., Мешкова Н.В. О ситуационных характеристиках креативности в социальном взаимодействии старших школьников // Психолого-педагогические исследования. 2017. Т. 9. № 3. С. 175–185. doi:10.17759/psyedu.2017090318

Бочкова М.Н., Мешкова Н.В. Поведенческие особенности негативной и антисоциальной креативности на примере подростков // Психолого-педагогические исследования. 2019. Т. 11. № 1. С. 93–106. doi:10.17759/psyedu.2019110108

Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. СПб.: Питер, 2012.

Мешкова Н.В. Особенности взаимосвязи антисоциально направленной креативности и ценностей у подростков с разным уровнем агрессии // Психолого-педагогические исследования. 2018. Т. 10. № 2. С. 77–87. doi:10.17759/psyedu.2018100207

Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. Креативность и девиантность: связь и взаимодействие // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2018. Т. 15. № 2. С. 279–290.

Мешкова Н.В., Шаповал В.А., Герасименко Е.А., Потарыкина М.С., Мешков И.А. Личностные особенности и антисоциальная креативность на примере кадетов и сотрудников МВД // Психология и право. 2018а. Т. 8. № 3. С. 83–96. doi:10.17759/psylaw.2018080306

Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н., Митина О.В., Мешков И.А. Адаптация опросника «Поведенческие особенности антисоциальной креативности» // Психологическая наука и образование. 2018б. Т. 23. № 6. С. 25–40. doi:10.17759/pse.2018230603

Павлова Е.М., Корнилова Т.В. Триада «толерантность к неопределенности — эмоциональный интеллект // Психолого-педагогические исследования. 2019. Т. 11. № 1. С. 107–117. doi:10.17759/psyedu.2019110109

Шварц Ш. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 1. С. 43–70.

Arieli S., Tenne-Gazit O. (2017) “Values and behavior in a work environment: taking a multi-level perspective” in Values and behavior. In S. Roccas, and L. Sagiv (Eds). Taking a cross-cultural perspective. (pp. 115–141). Berlin: Springer, 115–141.

CTS. Creativity Testing Services (2019). In M. Runco. ScienceSites: Websites for Scientists. URL: <https://www.creativitytestingservices.com/products/> (date of retrieval: 26.9.2019).

Furnham A., Zhang J., Chamorro-Premuzic T. (2005–2006) The relationship between psychometric and self-estimated intelligence, creativity, personality, and academic achievement. *Imagination, Cognition and Personality*, 25 (2), 119–145.

Gino F., Arieli D. (2012) The dark side of creativity: Original thinkers can be more dishonest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102 (3), 445–459. doi:10.1037/a0026406

Kapoor H., Khan A. (2019). Creativity in context: Presses and task effects in negative creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13 (3), 314–321. doi:10.1037/aca0000183

Okuda S. (1991) Creativity and the finding and solving of real-world problems *Journal of educational assessment*, 9, 45–53.

Purc E., Laguna M. (2019) Personal Values and Innovative Behavior of Employees. *Front. Psychology*, 10, 865. doi:10.3389/fpsyg.2019.00865.

Reiter-Palmon R. (2012). Evaluation of Self-Perceptions of Creativity: Is It a Useful Criterion. *Creativity Research Journal*, 24 (2–3), 107–114.

Reiter-Palmon R. (2018) Are the outcomes of creativity always positive? *Creativity: Theories-Research-Applications*, 5, 177–181.

Runco M., Beghetto R.A. (2019) Primary and secondary creativity. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 27, 7–10. doi:10.1016/j.cobeha.2018.08.011

Runco M.A., Illies J.J., Eisenman R. (2005) Creativity, originality, and appropriateness: What do explicit instructions tell us about their relationships? *The Journal of Creative Behavior*, 39, 137–148. doi.org/10.1002/j.2162-6057.2005.tb01255.x

Sternberg R. (2018) Yes, Creativity Can Predict Academic Success! *Creativity: Theories-Research-Applications*, 5, 142–145.

REFERENCES

Alekseeva, O.S., Rzhanova, I.E. (2019). Relationships between values and personality traits. [Electronic resource]. *Psikhologicheskie issledovaniya (Psychological Studies)* 12 (63), 10. URL: <http://psystudy.ru> (date of retrieval: 26.9.2019). (In Russ.)

Antropova, M.Yu., Meshkova, N.V. (2017). On the Situational Characteristics of Creativity in the Social Interaction of High School Students *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* (Psychological-Educational Studies), 9, 3, 175–185. doi:10.17759/psyedu.2017090318. (In Russ.)

Bochkova, M.N., Meshkova, N.V. (2019). Behavioral Features of Negative and Malevolent Creativity in Adolescents. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* (Psychological-Educational Studies), 11, 1, 93–106. doi:10.17759/psyedu.2019110108. (In Russ.)

Il'in, E.P. (2012). *Psychology of creativity, art and giftedness*. Saint Petersburg: Piter. (In Russ.)

Meshkova, N.V. (2018). Interrelation of Malevolent Creativity and Values in Adolescents with Different Levels of Aggression. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* (Psychological-Educational Studies), 10, 2, 77–87. doi:10.17759/psyedu.2018100207. (In Russ.)

Meshkova, N.V., Enikolopov, S.N. (2018). Creativity and Deviance: Communication and Interaction. *Psikhologiya. Zhurnal Vyshei shkoly ekonomiki* (Psychology. Journal of High School of Economy), 15, 2, 279–290. (In Russ.)

Meshkova, N.V., Shapoval, V.A., Gerasimenko, E.A., Potarykina, M.S., Meshkov, I.A. (2018a). Personal features and malevolent creativity on the example of cadets and policemen. *Psikhologiya i pravo* (Psychology and Law), 8, 83–96. doi:10.17759/psylaw.2018080306. (In Russ.)

Meshkova, N.V., Enikolopov, S.N., Mitina, O.V., Meshkov, I.A. (2018b). Adaptation of the Malevolent Creativity Behavior Scale. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie* (Psychological Science and Education), 23, 6, 25–40. doi:10.17759/pse.2018230603. (In Russ.)

Pavlova, E.M., Kornilova, T.V. (2019). The Role of the Triad of Traits “Tolerance for Uncertainty — Emotional Intelligence — Intuition” in Self-Assessed Creativity in Creative Professionals. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* (Psychological-Educational Studies), 11, 1, 107–117. doi:10.17759/psyedu.2019110109. (In Russ.)

Shvarts, Sh. [et al.] (2012). The refined theory of basic individual values: application in Russia. *Psikhologiya. Zhurnal Vyssei shkoly ekonomiki* (Psychology. Journal of high school of economy), 9, 1, 43–70. (In Russ.)

Arieli, S., Tenne-Gazit, O. (2017). “Values and behavior in a work environment: taking a multi-level perspective” in *Values and behavior*. In S. Roccas, and L. Sagiv (Eds). Taking a cross-cultural perspective. (pp. 115–141). Berlin: Springer, 115–141.

CTS. Creativity Testing Services [Electronic Resource]. M. Runco (Eds.). ScienceSites: Websites for Scientists, 2019. URL: <https://www.creativitytestingservices.com/products/> (date of retrieval: 26.9.2019).

Furnham, A., Zhang, J., Chamorro-Premuzic T. (2005–2006) The relationship between psychometric and self-estimated intelligence, creativity, personality, and academic achievement. *Imagination, Cognition and Personality*, 25, 2, 119–145.

Gino, F., Ariely, D. (2012). The dark side of creativity: Original thinkers can be more dishonest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102 (3), 445–459. doi:10.1037/a0026406.

Kapoor, H., Khan, A. (2019). Creativity in context: Presses and task effects in negative creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13 (3), 314–321. doi:10.1037/aca0000183

Okuda, S. (1991). Creativity and the finding and solving of real-world problems *Journal of educational assessment*, 9, 45–53.

Purc, E., Laguna, M. (2019). Personal Values and Innovative Behavior of Employees. *Front. Psychology*, 10, 865. doi:10.3389/fpsyg.2019.00865.

Reiter-Palmon, R. (2012). Evaluation of Self-Perceptions of Creativity: Is It a Useful Criterion. *Creativity Research Journal*, 24 (2–3), 107–114.

Reiter-Palmon, R. (2018). Are the outcomes of creativity always positive? *Creativity: Theories-Research-Applications*, 5, 177–181.

Runco, M., Beghetto, R.A. (2019). Primary and secondary creativity. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 27, 7–10. doi:10.1016/j.cobeha.2018.08.011

Runco, M.A., Illies, J.J., Eisenman, R. (2005) Creativity, originality, and appropriateness: What do explicit instructions tell us about their relationships? *The Journal of Creative Behavior*, 39, 137–148. doi:10.1002/j.2162-6057.2005.tb01255.x

Sternberg, R. (2018). Yes, Creativity Can Predict Academic Success! *Creativity: Theories-Research-Applications*, 5, 142–145.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Косенкова Наталья Николаевна — студентка факультета социальной психологии, ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия. E-mail: nata.kosenkova.00@bk.ru

Мешкова Наталья Владимировна — кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретических основ социальной психологии, ФГБОУ ВО МГППУ, Москва, Россия. E-mail: nmeshkova@yandex.ru

INFORMATION OF AUTHORS:

Kosenkova Natalya N. — student, faculty of social psychology, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia. E-mail: nata.kosenkova.00@bk.ru

Meshkova Natalya V. — Ph D, associate professor at the chair of theoretical foundations of social psychology, faculty of social psychology, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia. E-mail: nmeshkova@yandex.ru