

Санкт-Петербургский государственный университет

Выпускная квалификационная работа на тему:
***ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ СФЕРЫ ПОДРОСТКОВ С
РАЗЛИЧНЫМ УРОВНЕМ КРЕАТИВНОСТИ***
по направлению подготовки 37.03.01 – Психология
основная образовательная программа «Психология»

Выполнил:
Студент 4 курса
Очной формы обучения
Худякова Ксения Васильевна

Рецензент:
кандидат психологических наук, доцент
Василенко Виктория Евгеньевна

Научный руководитель:
кандидат психологических наук, доцент
Яничева Татьяна Гелиевна

Санкт-Петербург
2017

Ключевые слова: креативность, общение, подростки.

Аннотация

Настоящее исследование посвящено изучению связи креативности и особенностей коммуникативной сферы подростков. В исследовании приняли участие 102 подростка, учащиеся 7 классов в возрасте от 12 до 14 лет. Для исследования креативности и коммуникативной сферы были использованы следующие методики: диагностика вербальной креативности С.Медника, самоактуализационный тест Э.Шострома, метод социометрических измерений, методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн. Было выдвинуто предположение о том, что существует связь между показателями креативности и социометрическим статусом подростка. При анализе данных использовался корреляционный анализ и множественные сравнения средних и однофакторный дисперсионный анализ ANOVA. В результате исследования обнаружена статистически значимая связь между показателями креативности, самооценкой, социометрическим статусом подростка, а также различия в структуре этих взаимосвязей у подростков из мегаполиса и из небольшого города.

Keywords: creativity, communicating, adolescents

Abstract:

The present study is examined relation between creativity and communication characteristics adolescents. 102 adolescents took the part in this study. The age of participants was from 12 to 14 years. The Remote Associates Test (S. Mednick), Personal Orientation Inventory (E. Shostrom), sociometry, diagnostic of self-appraisal level (T.V.Dembo, S.L.Rubinshtein) were used in the study. It has been suggested that there is a relationship between characteristics of creativity and sociometric status adolescents. When analyzing the data used correlation analysis and multiple comparisons of means and one-way analysis of variance ANOVA. The study found a statistically significant association between indicators of creativity, self-esteem, sociometric status of a adolescents, as well as differences in the structure of these relationships in adolescents from the city and from a small town.

Содержание.

Generating Table of Contents for Word Import ...

Введение

Креативность – психологический феномен, который в свете стремительных изменений выходит за рамки науки и проникает в повседневную жизнь людей. Для того чтобы успевать за ритмом жизни, необходимо не только быстро справляться с появляющимися задачами, но и находить принципиально новые пути их решения.

Подростковый возраст является переломным моментом в жизни человека и насыщен большим количеством изменений и новообразований. Литература, посвященная подростковому возрасту, сообщает о том, что подростковый возраст является сензитивным для развития креативности, а также и о том, что ведущей деятельностью подростков является общение со сверстниками. Таким образом, нам интересна проблема связи креативности и коммуникативной сферы подростков, поскольку в подростковом возрасте обе сферы претерпевают значительные изменения. Исследований, направленных на изучение взаимосвязи характеристик коммуникативной сферы подростков и креативности, не так уж много. Результаты такого исследования могут быть весьма полезны при понимании и помощи в формировании межличностных отношений подростков.

Целью данной работы является исследование взаимосвязи креативности с особенностями коммуникативной сферы подростка.

Объект исследования составляют подростки в возрасте от 12 до 14 лет. В исследовании приняли участие 102 подростка, учащиеся 7 классов школ Санкт-Петербурга и Свердловской области, средний возраст респондентов 13 лет.

Гипотезы исследования:

1. Креативность подростка взаимосвязана с его социометрическим статусом.
2. Креативность подростка имеет взаимосвязи с его самооценкой.

3. Существуют различия показателей креативности и их взаимосвязи с особенностями коммуникативной сферы у мальчиков и девочек.
4. Показатели креативности и их взаимосвязь с особенностями коммуникативной сферы у подростков, живущих в мегаполисе и в небольшом городе различаются.

1 глава. Аналитический обзор литературы.

1. Определение понятия креативность

Тема творчества привлекает умы ученых уже не одну тысячу лет. В истории развития понимания природы этого понятия можно проследить различные тенденции. От божественного происхождения до генетической и социальной обусловленности.

В 20 веке изучение креативности вытекает из исследований интеллекта в тот момент, когда ученые понимают, что высокий интеллект не соотносится с успешностью решения проблемных ситуаций, а высоко развитые творческие способности не связаны со способностями к обучению.

За почти вековую историю развития понятие креативности не получило точного определения, до сих пор ученые не пришли к единому мнению о том, что же такое креативность. На данный момент существует большое количество определений понятия «креативность», какие-то из них очень похожи, а некоторые почти противоположны. К.А. Торшина пишет «Начиная с определения креативности, мы тем самым обрекаем себя на неудачу, поскольку креативность еще не концептуализирована и эмпирически не определена». (Торшина К.А., 1998).

Выделяют шесть типов определений креативности (R.Sternberg, T.Tadif, 1988):

- гештальтистские – понимание креативности через разрушение гештальта и создание нового;
- инновационные – оценка творчества через новизну, необычность конечного продукта;
- эстетические или экспрессивные – внимание акцентировано на переживаниях, самовыражении личности;
- психоаналитические или динамические – описание креативности в

терминах взаимоотношений Оно, Я и Сверх-Я;

- проблемные – ориентирующиеся на креативность как на способность решения проблемных задач;

- разные - определения не попавшие ни в одну категорию, в том числе и весьма расплывчатые.

В описываемом исследовании используется определение приведенное в Большом психологическом словаре Б.Г Мещерякова и В.П. Зинченко “Креативность - творческие возможности (способности) человека, которые могут проявляться в мышлении, чувствах, общении, отдельных видах деятельности, характеризовать личность в целом и/или ее отдельные стороны, продукты деятельности, процесс их создания” (Зинченко В.П., Мещеряков Б.Г, 1999).

Помимо различий в определениях интересующего нас понятия, существуют различные подходы к изучению феномена креативности. Учеными выделяются четыре направления: психофизиологическое, психометрическое, личностное и социальное.

1.2 Подходы к изучению креативности

1.2.1 Психофизиологический подход.

В рамках этого подхода рассматриваются психофизиологические и биологические характеристики, обуславливающие креативность (особенности функционирования мозга, когнитивные стили, эмоциональные состояния, сопровождающие креативный процесс, попытки найти отдел мозга, отвечающий за креативность). Начало исследования креативности с психофизиологической стороны можно отнести к 70 гг XX века.

В рамках этого направления проводится изучение связи творчества и межполушарной асимметрии. Существует два направления исследований этого вопроса:

- креативность – результат параллельной работы двух полушарий;
- правое полушарие играет решающую роль в организации творческого процесса.

Приверженцы первого направления базируют свою теорию на тех фактах, что при повреждении взаимосвязи полушарий (повреждение мозолистого тела) у людей утрачиваются творческие способности (Bogen J.E., Bogen G.M., 1988; Atchley R. A., Keeney M, 1999). Вторая группа исследователей основывается на том, что при повреждении левого полушария возрастает уровень креативности (Finkelstein Y., Vardi J., Hod I., 1991, Miller B.L., Cummings J., Mishkin F. et al, 1998). В последние годы в клинических исследованиях сменился фокус с левого и правого полушарий мозга на лобные и теменно-затылочные зоны. На данный момент имеются противоречивые данные о их роли, есть факты свидетельствующие о возрастании уровня креативности как при поражении лобных долей, так и при поражении затылочно-теменных областей (Shamay-Tsoory S.G., Adler N., Aharon-Perets J., Perry D., Maysells N., 2011).

Ротенберг В.С. понимает творчество как «разновидность поисковой активности, направленной на изменение ситуации или изменение самого субъекта, его отношения к ситуации при отсутствии определенного прогноза желательных результатов такой активности». Вместе с тем автор указывает на то, что в процессе творчества большое значение имеет гиппокамп, играющий важную роль в поисковой активности (Ротенберг В.С., 1982).

Исследования психофизиологической составляющей креативности выявили, что среди высококреативных людей много левшей.

В рамках этого подхода проводились исследования взаимосвязи креативности и внимания. Первыми учеными, занявшимися данной проблемой были Мартиндейл и Г.Айзенк (Eysenck H.J., 1995, Martindale C., 1995). В работах этих авторов рассматривались особенности принятия и фильтрации

информации в процессе создания креативного продукта, а также скорость обработки информации в связи с фокусом внимания. Так, Г. Айзенк писал о том, что внимание креативных людей отличается от внимания некреативных более высоким уровнем распределения. Такое утверждение объясняется тем, что в условиях дефокусированного внимания большее количество идей, не кажущихся продуктивными изначально, проходят фильтр, становясь позже весьма полезными. Совместно с этим в работах Айзенка можно проследить идеи о том, что креативные люди меньше отвлекаются на тормозящие стимулы, вследствие чего скорость обработки информации у таких людей выше, чем у низкокреативных.

Мартиндейл тоже описывал связь фокуса внимания и креативности, однако, его подход несколько отличается от подхода Айзенка. Мартиндейл писал о том, что креативным людям свойственно варьировать широту внимания в зависимости от условий и количества информации, в то же время, подобные процессы недоступны некреативным людям. В противовес теории Айзенка, Мартиндейл писал о том, что в условиях наличия тормозящих стимулов высококреативные люди будут снижать скорость обработки информации.

1.2.2. Личностный подход.

Данный подход рассматривает креативность как одно из качеств личности, а также изучает черты, мотивацию и биографии творческих личностей. Среди представителей этого подхода можно выделить таких исследователей, как А. Маслоу, М. Чиксентмихайи, Е.Л. Яковлева, Т.Амабиле, К. Роджерс, Р. Мэй.

Исследования в этой области можно разделить на два типа. Первый тип – исследования, в которых выделяют черты креативных личностей, во втором типе креативность понимается как черта личности.

М.Чиксентмихайи в своих работах пишет, что креативную личность отличает наличие, казалось бы противоположных качеств одновременно. Среди

них такие как ответственность и безответственность, суровость и наивность, экстраверсия и интроверсия, скромность и гордость, консерватизм и стремление к переменам (Chikszentmihalyi M, 1997).

Е.Л. Яковлева определяет креативность как личностную характеристику, но рассматривает ее не как набор определенных личностных черт, а как реализацию человеком собственной индивидуальности. Также Е.Л. Яковлева описывает «эмоциональную креативность», когда эмоция расценивается как творческий акт (Яковлева Е.Л., 1997).

Здесь же можно рассмотреть психоаналитические трактовки творчества. Фрейд считал, что творчество есть ни что иное как результат смещения полового смещения в социально приемлемое русло. По его мнению истоки творчества лежат в детстве, и сам человек не может влиять ни на развитие творческих способностей, ни на их проявление.

А. Маслоу различает креативность таланта и креативность самоактуализации, говоря, что последняя встречается гораздо чаще первой, проявляется в повседневной жизни и имеет тесную связь с личностью, и определяет ее как «побочный продукт цельности и интегрированности, что подразумевает самопринятие». Маслоу отмечает, что людей, которым свойственна креативность самоактуализации отличают определенные особенности (Маслоу А., 2008):

- восприятие таких людей не затмевают убеждения и стереотипы, они реально смотрят на мир и открыты переживаниям;

- самовыражение характеризуется спонтанностью и экспрессивностью, такие люди не боятся насмешек, не критикуют себя – их поведение можно охарактеризовать как свободное;

- низкий страх неизвестности, отсутствие консерватизма;

- умение интегрировать все, чем занимается, совмещение противоположных качеств;

- отсутствие страха оказаться непонятым окружающими.

Таким образом А. Маслоу рассматривает креативную личность вне креативного продукта и достижений. Креативность самоактуализации пронизывают всю жизнь человека, распространяясь на все сферы деятельности.

К. Роджерс понимает под творческим процессом “создание с помощью действия нового продукта, вырастающего, с одной стороны, из уникальности индивида, а с другой - обусловленного материалом, событиями, людьми и обстоятельствами жизни” (Роджерс К.Р., 1994). Ученый считает, что мотивом для творческой деятельности является стремление реализовать себя, проявить собственные возможности, а также что ощущение психологической свободы и безопасности способствуют творческой реализации личности. Условия созидательного творчества по К. Роджерсу:

1. Открытость новому опыту
2. Внутренний локус оценивания - ценность творческого продукта зависит от собственной оценки творца, а не от мнений окружающих.
3. Способность к необыкновенным сочетаниям элементов и понятий.

Н. Роджерс рассматривает творческий процесс как жизненную энергию, которая придает силу человеку (Роджерс Н, 1990). Н. Роджерс считает, что у людей есть внутреннее стремление к творчеству; что творчество – процесс, который может привести к созданию творческого продукта, но его наличие не является обязательным условием; креативность порождается всем организмом человека.

1.2.3. Психометрический подход.

Данный подход ориентирован на нахождение наиболее точного способа измерения креативности. Первым из исследователей, работавших в данном подходе был Дж. Гилфорд (60-е гг. XX века), который разделил мышление на конвергентное и дивергентное. *Конвергентное мышление* ориентировано на

нахождение единственно правильного решения. *Дивергентное мышление* – на поиск как можно большего количества одинаково верных решений. Соответственно, конвергентное мышление определяет уровень интеллекта, а дивергентное мышление сводится ученым к креативности. Тогда же Гилфорд выделил 16 интеллектуальных способностей, которые характеризуют креативность, а позже сократил их количество до шести (Ahmed M.A. Cramond B., 2016):

- способность к обнаружению и постановке проблемы;
- беглость мысли (количество идей возникающих в единицу времени);
- оригинальность (способность производить идеи, отличающиеся от общепринятых);
- гибкость (способность продуцировать разнообразные идеи);
- способность усовершенствовать объект, добавляя детали;
- способность решать проблемы, т.е. способность к анализу и синтезу.

На основании проведенных исследований Дж. Гилфорд выделяет факторы креативности:

- оригинальность (способность давать необычные ответы);
- семантическая гибкость (выделение функции объекта и предположение о его новых способах использования);
- образная адаптивная гибкость (изменение объекта, с целью увидеть в нем новые возможности);
- семантическая спонтанная гибкость (продуцирование разнообразных идей).

Разработанные Дж. Гилфордом тесты до сих пор применяются для определения уровня креативности. Ученый разработал много тестов для

диагностики дивергентного мышления. Некоторые из них образные, когда респондентам предлагается нарисовать множество объектов, или составить какие-либо объекты из предложенных фигур (круг, треугольник, квадрат). Кроме образных тестов Гилфордом разработаны тесты на вербальную креативность, они включают в себя задания, где нужно предположить исход гипотетической ситуации или привести примеры неочевидного использования предложенного предмета. По каждому тесту подсчитывается ряд количественных показателей: беглость (количество идей), гибкость (способность давать разнообразные ответы), оригинальность (необычность идей) и разработанность (полнота образа, наличие мелких деталей).

Последователем Дж. Гилфорда был Е.П. Торренс, вдохновленный его работами и идеей о том что суть креативности состоит в дивергентном мышлении. Торренс опубликовал множество работ посвященных измерению креативности, однако его целью было не измерение креативности как таковой, а обеспечение возможности ее последующего развития. Под влиянием теста структуры интеллекта Гилфорда (SOI), Торренс разработал собственную систему измерения креативности, основанную на его понимании креативности и отражающую его суть. Тесты креативности Торренса отличаются от других тестов на измерение творческих способностей тем, что эти тесты просты в использовании и обработке и могут быть использованы на людях различных возрастов и культур. Ученый считал, что тесты креативности должны быть (Torrance E.P, 1962):

- естественными, соответствующими ежедневной деятельности;
- универсальными для разных возрастов;
- достаточно простыми для молодых и инвалидов, но бросающими вызов самым способным;
- беспристрастными по отношению к полу и расе;
- забавными.

Тесты Торренса также отличаются инструкцией, он считал, что чем яснее и проще инструкция, тем более хороший результат покажут участники. Батарея тестов Торренса содержит как образные, так и вербальные задания. В заданиях оценивается беглость, гибкость, оригинальность, в образных тестах считаются дополнительные параметры – разработанность, оригинальность названий.

Креативность П. Торренс определял как общую способность индивида, основывающуюся на общем интеллекте, личностных характеристиках и продуктивном мышлении. П. Торренс выделяет этапы творческого процесса:

1. Восприятие проблемы
2. Поиск решения
3. Возникновение и формулировка гипотез
4. Проверка гипотез и их модификация
5. Нахождение результата

Также Торренс пришел к выводу, что интеллект и креативность связаны, причем до уровня интеллекта равного 120, после этого интеллект и креативность являются независимыми факторами

Проблемой измерения креативности занимался и С.Медник. В отличие от Дж. Гилфорда С. Медник понимал креативность как взаимодействие конвергентного и дивергентного мышления и считал, что суть творческого мышления состоит в преодолении стереотипов при решении проблем. С.Медник разработал тест отдаленных ассоциаций (RAT), в котором испытуемым предлагаются триады слов и им необходимо придумать к каждой триаде четвертое слово, которое образует словосочетание с каждым из предложенных. Особенность теста заключается в том, что некоторые тройки слов провоцируют стереотипный ответ.

Wallach и Kogan также разработали тесты для определения уровня креативности (Wallach M.A., Kogan N.A., 1965). Их исследования были

сконцентрированы на выявлении связи между креативностью и интеллектом. В их тестах на также есть вербальные и образные задания. Однако их тесты имеют такие же проблемы, как и тесты Гилфорда: нет четких инструкций по обработке и отсутствие норм для сравнения.

1.2.4. Социальный подход

Данный подход характерен тем, что в нем креативность объясняется условиями среды. В рамках этого подхода можно рассматривать исследования изучающие влияние семьи, школы, профессиональной среды и культуры на креативность.

В исследованиях влияния семьи на креативность детей было выявлено, что благоприятной для развития творческих способностей является такая семейная обстановка, где существуют определенные правила и ограничения, но они могут поддаваться корректировке в зависимости от различных обстоятельств, соответственно семьи с большим количеством запретов, ограничений и строгим соблюдением установленных правил, не способствуют развитию как когнитивных, так и креативных способностей ребенка.

Препятствием развитию творческих способностей является негармоничное воспитание (Хямялайнен Ю., 1993). В.Н. Дружинин пишет, что креативность проявляется в том случае, если этому способствует среда (Дружинин В.Н., 1995).

Второе место по степени влияния на развитие креативности занимает школьная среда. Чаще всего для учителей идеальные ученики – это ребята, которые выполняют все указания, не задают вопросов, послушны на уроках и максимально конформны. Кроме того, школьные будни строго ограничены правилами и большим количеством запретов. Учителя являются примером для школьников и в то же время могут поддерживать или обесценивать творческие идеи учеников. Школьное обучение чаще всего ориентировано на конвергентное мышление. Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод,

что часто школа не является благоприятной средой для развития креативности. Некоторые исследователи (П. Торренс) связывают снижение креативности в период с 6 до 13 лет с системой школьного обучения (строгой регламентацией процесса, наличием оценок и заданиями, ориентированными на память и конвергентное мышление). По данным исследований (Clifford M. M., 1988) чем более учащиеся адаптированы к школе, тем чаще они склонны избегать «трудные» ситуации. Такая установка формирует черты личности, препятствующие развитию творческих способностей.

Культура, как и семья, и школа, оказывают влияние на формирование творческих способностей. Одной из причин различия показателей креативности в различных культурах считают ориентацию культур на индивидуализм-коллективизм. В первом случае среда принимает и поддерживает неординарные проявления личности, коллективизму же характерен консерватизм, строгое соблюдение норм и следование традициям, поэтому творческие проявления расцениваются как неуважение.

Расходятся мнения ученых о влиянии телевидения на креативность. Выделяют пять гипотез, предполагающих наличие отрицательной связи между проявлениями креативности и телевидением (Valkenburg, P. M., Voort, T. H., 1994).

1. Негативное влияние телевидения связано с большим количеством времени, которое тратится не него в ущерб деятельности, способствующей развитию творчества, например, чтению.
2. Телевидение выдает готовые образы, не оставляющие места воображению, поэтому при появлении творческой задачи воображение будет уступать готовым образам.
3. Телевидение – легкодоступный способ получения информации, не требующий умственных усилий,
4. В ТВ передачах происходит быстрая смена образов, не оставляющая возможности задуматься, переработать информацию в необходимом темпе,

что сказывается на глубине мышления, характерной для творческой деятельности.

Было проведено большое количество исследований, которые опровергают благоприятное влияние телевидения на развитие креативности.

Не смотря на то, что изучение феномена креативности длится уже большое количество лет, единого понимания того, что же она все-таки представляет, ученые пока не достигли. Описанные выше подходы к изучению креативности не столько противоречат друг другу, сколько дополняют друг друга, внося вклад в общую картину понимания.

Таким образом, креативность – понятие, которое по-разному понимается учеными различных подходов. Также различаются и характеристики, которые рассматриваются в связи с креативностью. На данный момент, несмотря на долгую историю исследования феномена, остаются недостаточно исследованные области, изучение которых позволит создать более полное понимание креативности.

1.3. Коммуникативная сфера подростка

Подростковый возраст характеризуется большим количеством изменений. Одним из наиболее значительных является изменение в социальной ситуации развития: коллектив в жизни подростка начинает играть более значимую роль, чем до этого. Если в младшем возрасте большее значение для ребенка имеют учителя и родители, то теперь они отходят на задний план, более значимое место занимают друзья. Общение со сверстниками на протяжении всей жизни ребенка играет большую роль, но именно в подростковом возрасте оно становится ведущим видом деятельности. И.С. Кон пишет, что поведение подростков является коллективно-групповым по трем причинам (Кон И.С., 1989).

1. Общение со сверстниками – канал для получения уникальной информации, которую по различным причинам не получается узнать от

взрослых.

2. Особый вид межличностных взаимоотношений, где подросток может развивать необходимые во взрослой жизни умения. В группе сверстников общение происходит на равных, где есть возможность отстаивать свои права и зарабатывать авторитет.

3. Специфический вид эмоционального контакта, где появляется, дружба, помощь, взаимоуважение и доверие, позволяющие более легко обрести автономию от родителей.

Кроме того, что общение подростков ориентировано на сверстников, в основном в этом возрасте общение происходит в группах. Важнейшая группа в этом возрасте – класс, поскольку школа играет большую роль и занимает значительное количество времени подростка. В то же время любой школьный класс имеет как формальную, так и неформальную структуру: разделяется на группы и подгруппы. Разделение на подгруппы происходит по следующим признакам:

- социальное расслоение проявляется в различии материальных возможностей, уровне притязаний и характере жизненных планов (более заметно в больших городах);

- разделение на группы связанное с успеваемостью и формальными статусами в классе (актив);

- объединение в группы на основе неофициальных ценностей.

Отличительными для этого возраста являются два противоречивых стремления: к обособлению и аффилиации (потребности в принадлежности к какой-либо группе). Обособленность проявляется не только в желании избавиться от контроля старших, но и в отношениях со сверстниками. В этом случае происходит определение собственных границ, расценивание одиночества/уединенности не только отрицательно, но и нахождение положительных черт в нем. Уединение выполняет рефлексивную и

целесообразную функцию. Потребность в аффилиации у многих проявляется как желание принадлежать хоть к какой-нибудь группе и часто перерастает в стадное чувство. Причины такой потребности могут быть совершенно различны: кто-то ищет подтверждение собственной ценности, другие - чувство эмоциональной принадлежности к какой-либо группе, третьи в поисках необходимых знаний и коммуникативных навыков, четвертые удовлетворяют потребность во власти. Чаще всего эти причины не осознаются подростками.

Внешние проявления коммуникативного поведения подростков противоречивы: подростки очень конформны, но в то же время проявляют желание выделяться, отличаться от других во что бы то ни стало,

Именно в этом возрасте человек начинает осознавать важность принадлежности к какой-либо группе, и то, какое место в этой структуре он занимает. Причем референтной группой становится именно группа сверстников. В обществе сверстников появляется возможность реализовать себя, самоутвердиться, потому что именно здесь подросток чувствует себя на равных с окружающими. Посредством общения происходит решение вопросов связанных со становлением подростка как личности, проявлением его как самостоятельного субъекта. В этом возрасте разговоры с ровесниками в большей степени занимает собственное «Я». Темой разговоров становится индивидуальный опыт, высказывание своего мнения. На основе такого общения подростки получают обратную связь, понимают, как они выглядят со стороны, какое производят впечатление, тем самым формируется самооценка. Именно поэтому подростки выбирают такой вид деятельности, который позволяет проявить себя, отличиться, реализовать собственные возможности.

Существуют различия между девочками и мальчиками в построении отношений со сверстниками. Общение девочек складывается, в большей степени, на основе дружбы и симпатии друг к другу, мальчики же в первую очередь выбирают интересную для них деятельность, где они сумеют реализовать себя, а уже в процессе взаимодействия появляется симпатия и

дружба (Д. Эдер, М. Хал-Линэн, 1978; Сейвин-Уильямс, 1980).

1.3.1 Самооценка подростка

Одним из главных новообразований подросткового возраста считается появление рефлексии. Именно благодаря рефлексии в подростковом возрасте происходит формирование Я-концепции. В Большом психологическом словаре Б.Г. Мещерякова и В.П. Зинченко приведено следующее определение: «Я-концепция – это развивающаяся система представлений человека о самом себе, включающая:

- осознание своих физических, интеллектуальных, характерологических, социальных и пр. свойств;
- самооценку;
- субъективное восприятие влияющих на собственную личность внешних факторов».

Таким образом, самооценка является одним из компонентов Я-концепции, которая активно формируется в подростковом возрасте. Самооценка рассматривается многими учеными как центральное личностное образование и ее формирование в значительной степени связано с видом ведущей деятельности. Так, в младшем школьном возрасте ведущей деятельностью является учение в школе, и самооценка младших школьников формируется, в основном, на основе их школьных успехов. В подростковом же возрасте ситуация выглядит совсем иным образом. С.Л. Рубинштейн пишет, что в процессе развития самосознания происходит переориентация с внешних сторон личности на внутренние, с ситуативных показателей на более устойчивые черты (Рубинштейн С.Л., 1957).

Самооценка основывается на двух компонентах: когнитивном и эмоциональном. Первый составляет знания о себе, второй – отношение к себе. Выделяют три уровня сформированности когнитивного компонента самооценки:

1. Самому *высокому* уровню свойственна реалистичная самооценка, основанная на понимании своих индивидуальных особенностей и интернальном локусе контроля.

2. *Средний* уровень самооценки характеризуется непостоянностью реалистичных оценок: ориентация в самооценке в основном на мнение окружающих, экстернальный локус контроля.

3. Для низкого уровня характерна преимущественно неадекватная самооценка: отсутствует подтверждение самооценки реальными факторами. (Р. Берне, 1986).

Некоторые ученые отмечают (Р. Берне, 1986), что по мере взросления, самооценка становится более адекватной. Самооценка в подростковом возрасте претерпевает значительные изменения, которые относятся к ее содержательной стороне. В отличие от самооценки младшего школьника, самооценка подростка охватывает большее количество сторон личности, становится более полной и обобщенной. Относительно содержательной стороны самооценки происходит смещение фокуса на чувства, черты характера, происходит осознание собственных сильных и слабых сторон, определение зон развития. Процесс формирования отношения к себе в подростковом возрасте ориентирован в большей степени на накопление информации о себе от окружающих. Самооценка девочек в подростковом возрасте формируется в основном на оценку и осознание взаимоотношений с окружающими, мальчики же концентрируются на рассмотрении собственных волевых, интеллектуальных и коммуникативных качеств.

Существует связь между самооценкой и некоторыми чертами личности подростка:

- у подростков с адекватным уровнем самооценки развиваются настойчивость, самокритичность, уверенность в себе, также они имеют стабильную успеваемость по школьным предметам и разнообразные интересы;

- низкой самооценке соответствует склонность к депрессивным настроениям;

- для подростков с завышенной самооценкой характерна несформированность интересов и ориентация на общение, которое по своей сути является малосодержательным.

Поскольку подростки слоняются к общению в группах, существует связь их самооценки с положением в группе. Таким образом, подростки с адекватной самооценкой и здоровой самокритичностью имеют высокий социометрический статус. Соответственно отклонение самооценки от ее адекватности в ту или другую сторону связано с понижением его статуса в коллективе.

1.3.2 Социометрический статус подростка

История развития социометрии берет свое начало в 20 веке в США в исследованиях социолога Дж.Л. Морено. Не смотря на то, данный метод используется уже большое количество лет, он до сих пор остается очень популярен и имеет высокую степень валидности. Социометрия – метод, позволяющий с высокой степенью достоверности получить информацию о взаимоотношениях в группе. С помощью этого метода можно определить структуру группы, выделить неформальных лидеров и отвергаемых членов группы. До начала исследований Дж. Морено под социометрией понималось «любое измерение любых социальных отношений», т.е. социологические опросы тоже относились к ней. В ходе исследований ученый преобразовал это понятие и разработал два типа социометрических процедур. Первый тип заключается в наблюдении за группой и фиксации взаимодействия в группе: движения, изменения положения в пространстве относительно друг друга, общение отдельных членов группы друг с другом. Данный метод именуется Дж. Морено объективным. Второй тип процедур и есть привычный для нас, широко известный социометрический тест.

Дж.Морено сформулировал несколько социометрических законов:

социодинамический и социогенетический:

- социодинамический закон заключается в том, что в группе количество выборов распределяется неравномерно, причем такая ситуация будет и в том, случае, если мы не будем ограничивать респондентов в количестве выборов;

- социогенетический закон состоит в том, что группы развиваются, усложняется их организация и взаимоотношение членов подобно тому, как происходили изменения в обществе людей в процессе развития.

1.4 Креативность подростка

Существует несколько взглядов на развитие креативности в онтогенезе. Некоторые ученые считают, что с возрастом креативность увеличивается (Обухова Л.Ф., Чурбанова С.М., Белова Е.С., 1994). Другие считают, что по мере накопления знаний, креативность снижается (Олехнович М.О., 1997). Третьи считают, что развитие креативности происходит волнообразно и существуют несколько возрастных периодов, когда креативность наиболее высока. П. Торренс выделяет четыре пика креативности: 5, 9, 13 и 17 лет. По данным исследования Л.М. Петровой (2008 г.) креативность подростков 13-14 лет выше чем у ребят 9-10 лет. Дружинин пишет что подростковый и юношеский возраст (13-20 лет) является благоприятным для формирования «специализированной» креативности т.е. связанной с определенной сферой жизни человека (Дружинин В.Н., 1995).

По мнению некоторых ученых (Л. М. Петрова, 2008, Дружинин В.Н., 1995, Торренс П.) , подростковый возраст является сензитивным для развития творческих способностей. И.С. Кон пишет, что развитие креативности подростков вызвано большим количеством новых и противоречивых жизненных ситуаций. Именно в подростковом возрасте наблюдаются стремление к автономии, совершенствованию, разрушению стереотипов. Факторы способствующие развитию креативности в подростковом возрасте:

- Развитие мышления. Овладение определенными мысленными

операциями (обобщение, классификация, поиск аналогий) способствует развитию креативности. Именно в этом возрасте проявляется особая тяга к решению сложных задач.

– Появление рефлексии, самосознания как новообразования подросткового возраста. В ходе общения со сверстниками подросток приобретает сведения о том, как он выглядит со стороны, происходит примерка различных ролей, размышление о собственном “Я”.

– Высокая чувствительность позволяет получать большее количество информации, расширять собственный опыт и набор поведенческих реакций.

Тюрмина Н.А. в своем исследовании показала, что развитие тех или иных видов креативности в разных возрастах связано с ведущей для возраста деятельностью (Тюрмина Н. А., 2004). Таким образом, подростковый возраст является самым благоприятным для развития креативности в сфере общения. Под креативностью в сфере общения понимается способность эффективно решать возникающие трудности путем активизации коммуникативных умений, причем решения характеризуются принципиальной новизной и оригинальностью.

В ходе обзора литературы нами были рассмотрены различные подходы к изучению креативности, дано определение этому понятию, проанализированы приведенные в литературе исследования креативности и ее связи с характеристиками среды, личности и мозга.

Также были проанализированы источники, посвященные теме подросткового возраста и его особенностей. Подростковый возраст характеризуется появлением новообразований, которые служат катализатором для развития творческих способностей. Кроме того, была изучена коммуникативная сфера подростков, которая также отличается определенными особенностями, нехарактерными для других возрастов. Были описаны причины

и принципы формирования подростковых групп. Также нами была изучена тема самооценки подростков, причин ее изменения и формирования,

2 глава. Методы и организация исследования.

Постановка проблемы:

Подростковый возраст общепринято считается переломным моментом: психика изменяется как качественно, так и количественно. Как было описано выше, данный возрастной период характеризуется большой значимостью общения со сверстниками, а также является сензитивным периодом для развития креативности. Поскольку креативность и коммуникативная сфера претерпевают изменения одновременно, мы предположили, что их развитие может быть связано.

Цель исследования: исследование взаимосвязи креативности и коммуникативной сферы подростков.

Предмет исследования: креативность в подростковом возрасте, самооценка, коммуникативная сфера подростков.

Объект исследования: подростки в возрасте 12-14 лет, учащиеся 7-х классов средней школы.

Гипотезы исследования:

1. Креативность подростка взаимосвязана с его социометрическим статусом.
2. Креативность подростка имеет взаимосвязи с его самооценкой.
3. Существуют различия показателей креативности и их взаимосвязи с особенностями коммуникативной сферы у мальчиков и девочек.
4. Показатели креативности и взаимосвязь с особенностями коммуникативной сферы у подростков, живущих в мегаполисе и в небольшом городе различаются.

Задачи исследования:

1. Провести диагностику креативности и особенностей коммуникативной сферы и самооценки подростков
2. Изучить связь показателей креативности с социометрическим статусом подростка

3. Изучить связь показателей креативности с самооценкой подростка
4. Сравнить показатели креативности и ее взаимосвязи с особенностями коммуникативной сферы подростков разного пола
5. Сравнить уровень креативности и ее взаимосвязи с самооценкой и социометрическим статусом у подростков живущих в мегаполисе с креативностью подростков из небольшого города

2.1. Описание выборки

В исследовании приняли участие 102 подростка в возрасте от 12 до 14 лет. Из них 47 мальчиков и 55 девочек. Исследование проводилось на учащихся 7 классов общеобразовательных школ Санкт-Петербурга и Свердловской области.

2.2. Методы исследования

В исследовании использовались следующие методы.

- Тест отдаленных ассоциаций С. Медника
- Метод социометрических измерений
- Самоактуализационный тест Э. Шострома
- Методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн

1. Тест отдаленных ассоциаций С Медника

Тест отдаленных ассоциаций (Remote Associates Test) был разработан С. Медником в Америке в 1969 году. Медник понимал креативность как синтез конвергентного и дивергентного мышления. И считал, что суть творческого мышления состоит в преодолении стереотипов при решении проблем. В соответствии с этим и был создан тест отдаленных ассоциаций. В России адаптация методики была проведена в двух вариантах: для взрослых и подростков.

Адаптация методики, использовавшаяся нами, была выполнена сотрудниками Института психологии РАН Л.Г. Алексеевой и Т.В. Галкиной на выборке школьников. В русскоязычном варианте теста имеется 40 триад слов из

максимально удаленных ассоциативных областей. Испытуемому предлагается придумать четвертое слово к каждой тройке таким образом, чтобы оно могло составить словосочетание с каждым из предложенных. Словесные триады составлены так, что к каждой имеется слово-стереотип, тем самым оригинальный ответ будет тот, который преодолет этот стереотип. Триады разделены на две серии по 20. Между первой и второй серией необходимо сделать перерыв 3 – 5 дней. Кроме двух основных серий, существует разминка, которой уделял большое внимание С. Медник. В заданиях разминки испытуемым предлагаются пары слов, к которым необходимо подобрать третье слово, подходящее к каждому. Первая серия отличается от второй тем, что в инструкции к первой не дается установка на то, что результат должен быть творческим, а в инструкции ко второй серии респондентов просят придумать как можно более оригинальные ответы. Еще одной отличительной чертой методики является то, что во время выполнения испытуемые не должны быть ограничены во времени.

Подсчет результатов проводится по трем показателям:

- индекс продуктивности (количество ответов, которые дал испытуемый/ количество заданий);
- индекс оригинальности работы - сумма индексов оригинальности всех ответов (для того чтобы определить индекс оригинальности каждого ответа необходимо 1 разделить на количество таких же ответов данных в группе);
- индекс уникальности (количество уникальных ответов/общее количество ответов, уникальный ответ – ответ с индексом оригинальности 1).

2. Метод социометрических измерений

Метод социометрических измерений (социометрия) разработан американским психиатром и социальным психологом Дж. Морено, используется для диагностики межличностных и межгрупповых отношений. С помощью этого метода можно выявить лидеров и отвергаемых участников группы. Анкета для исследования составляется с учетом особенностей группы, в

которой оно проводится и состоит из вопросов, в которых респондентам предлагается выбрать кого-либо из группы. В данном случае вопросы именуются критериями и должны касаться деятельности группы. Пример критерия для школьников «С кем из одноклассников ты хотел бы сидеть за одной партой?». Критерии разделяют на сильные и слабые, первые заставляют с большей ответственностью подходить к ответу. В зависимости от численности группы, количество выборов ограничивается и рассчитывается по формуле. Обработка результатов проводится путем подсчета «голосов» отданных за каждого члена группы и выявлением социометрического статуса подростка в соответствии с выбранными социометрическими критериями.

Требования к проведению социометрического опроса:

1. Социометрическое исследование должно проводиться в группах, имеющих опыт совместной деятельности и определенные отношения. В обратной ситуации исследователь получит случайные результаты.
2. Отвечающий должен заполнять опрос самостоятельно, не советуясь с товарищами.
3. Размер коллектива должен быть таким, чтобы участники имели возможность активно общаться друг с другом. Респонденты должны четко понимать границы коллектива.
4. Собираемая информация должна быть строго конфиденциальна. Об этом также необходимо предупредить участников опроса.
5. Опрос должен проводиться посторонним для коллектива человеком. В противном случае будет нарушено правило конфиденциальности. Наша анкета включала в себя пять критериев, выбор был ограничен тремя людьми. Социометрические критерии описываемого исследования исследования:

- С кем из одноклассников ты хотел бы сидеть за одной партой?

- Кого из одноклассников ты пригласил бы на день рождения в первую очередь?
- Кого из одноклассников ты бы выбрал для подготовки к контрольной работе в первую очередь?
- Кому из одноклассников ты бы доверил тайну?
- Кого из одноклассников ты считаешь наиболее творческим?

3. Самоактуализационный тест Э. Шострома

Разработан в 1963 году в Институте терапевтической психологии Эвереттом Шостромом (Personal Orientation Inventory). Методика предназначена для обследования психически здоровых людей (не имеющих психопатий). Данный опросник рассматривает самоактуализацию как многомерную величину. Э. Шостром создавал POI в рамках экзистенциально-гуманистического подхода, на основе теорий Р. Мэя, А. Маслоу, Ф. Перлза и К. Роджерса. В России было осуществлено несколько адаптаций.

Для проведения описываемого исследования использовалась адаптация 1987 года, проведенная сотрудниками кафедры социальной психологии МГУ им. Ломоносова (М.В. Кроз, М.В. Загик, Л.Я. Гозман, Ю.Е. Алешина). Методика претерпела значительные изменения, в этом варианте она содержит 126 пунктов (150 в оригинале) и имеет название «Самоактуализационный тест» (САТ). В каждом пункте респонденту предлагается сделать выбор между двумя суждениями, которые не всегда противоположны друг другу. Как и POI, САТ имеет 2 основных шкалы и 12 дополнительных. В нашем исследовании использовалась только шкала «Креативность», которая является дополнительной и содержит 14 пунктов.

Подсчет баллов производится с помощью ключа к методике, каждый ответ респондента, совпадающий с ключом, оценивается в один балл. Потом баллы суммируются и «сырые» переводятся в стандартные Т-баллы.

4. Методика диагностики самооценки Дембо-Рубинштейн.

Первый вариант этой методики в 1962 был разработан американским психологом Т.В. Дембо и использовался для определения представлений испытуемого о собственном уровне счастья. В 1970 году данный метод был модифицирован советским психологом С.Я. Рубинштейн и использовался ей при исследовании психики больных людей. В настоящее время данный метод используется для определения уровня самооценки и притязаний взрослых и детей.

В описываемом исследовании для определения самооценки использовалась анкета, сделанная на основе этого метода. Шкалы были сформированы на основе целей нашего исследования. Респонденты оценивали себя по пяти показателям:

- хороший друг – плохой друг
- имею авторитет у сверстников – не имею авторитет у сверстников
- творческий – нетворческий
- умею решать конфликты – не умею решать конфликты
- уверенный в себе – неуверенный в себе.

Ответы регистрировались на вертикальных линиях, где необходимо отметить уровень развития указанных качеств.

2.3. Процедура исследования

Исследование проводилось на базе школ Санкт-Петербурга и Свердловской области. На первом этапе были проведены: разминочная и первая серии теста отдаленных ассоциаций С.Медника, исследование самооценки Дембо-Рубинштейн, социометрия. На втором этапе (через 3-7 дней после первого) респонденты выполнили вторую серию теста С. Медника и самоактуализационный тест Э. Шострома. Сбор данных осуществлялся в групповом формате.

2.4. Математико-статистические методы обработки данных

Для обработки данных использовались описательные статистики,

корреляционный анализ, оценка достоверности различий с использованием t-критерия Стьюдента для независимых выборок и однофакторный дисперсионный анализ ANOVA.

Глава 3. Анализ эмпирических данных

3.1 Анализ первичных статистик

3.1.1 Показатели самооценки исследуемых подростков

Средний показатель самооценки для всей выборки составляет 61,62, что соответствует среднему уровню самооценки для возрастной группы 12-14 лет. На рисунках 1 и 2 представлены сравнения средних показателей самооценки для подростков из мегаполиса и небольшого города, а также девочек и мальчиков.

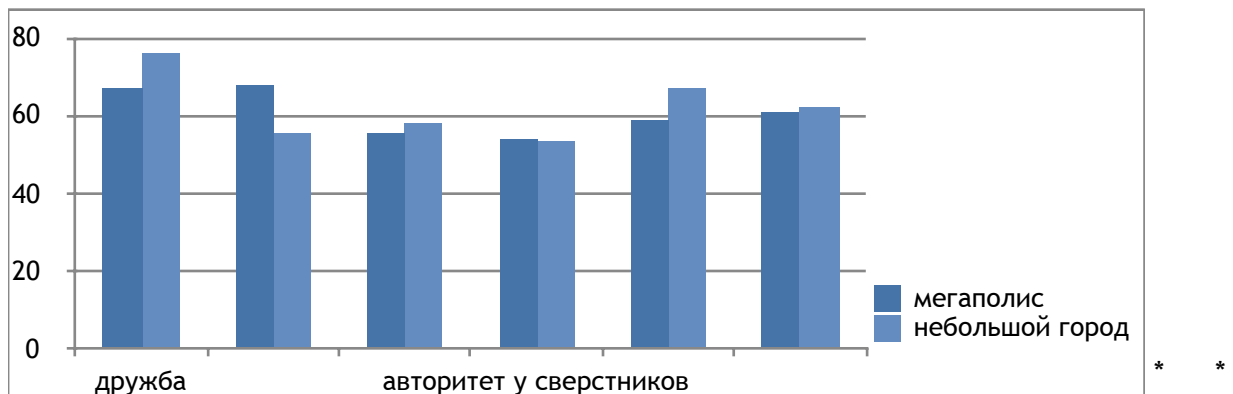


рис.1 Сравнение средних показателей самооценки респондентов из мегаполиса и небольшого города
(достоверные различия отмечены *)

Среднее по пяти шкалам самооценки одинаково для подростков из мегаполиса и небольшого города, однако можно отметить статистически значимые различия по отдельным шкалам (при уровне значимости $p < 0,05$). Так, например, подростки из выборки небольшого города оценивают себя выше, чем подростки из мегаполиса по шкале «друзьба». Обратная ситуация наблюдается при сравнении показателей по шкале «креативность»: подростки из мегаполиса оценивают себя более высоко, чем их сверстники из небольшого города. Подобные данные могут свидетельствовать о различных ценностных

ориентациях этих групп подростков. Мы предполагаем, что подростки, живущие в небольшом городе, более ориентированы на развитие и сохранение дружеских отношений и не так высоко оценивают значимость творчества, чем ребята из мегаполиса.

Средние показатели по всем шкалам самооценки для девочек и мальчиков также почти одинаковы 62 и 60 соответственно. Однако также можно заметить различия по отдельным шкалам. Статистически значимые различия обнаружены по двум шкалам (при уровне значимости $p < 0,05$): «креативность» и «уверенность в себе»:

- по шкале «креативность» девочки оценивают себя выше чем мальчики;
- у мальчиков более высокие показатели самооценки по шкале «уверенность в себе».

Данные результаты можно объяснить тем, что в подростковом возрасте общение девочек и мальчиков строится по-разному: девочки строят общение, основываясь на эмоциональных аспектах и симпатии, мальчики же предпочитают более деловое, конкретное общение, позволяющее проявить себя, завоевать уважение. Таким образом, для девочек становятся более важными шкалы, направленные на построение отношений с окружающими, а для мальчиков важнее параметры, ориентированные на собственный авторитет и уверенность.

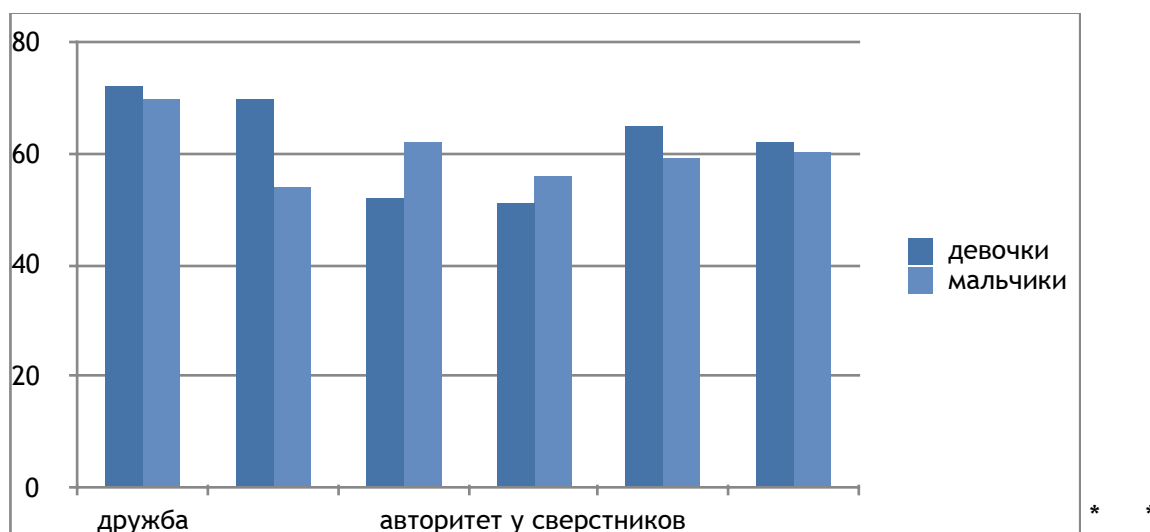


рис.2 Сравнение средних показателей самооценки девочек и мальчиков
(достоверные различия отмечены *)

3.1.2 Результаты социометрического исследования

По результатам социометрического опроса выборка была разделена на три группы по социометрическому статусу:

- в первую группу вошли ребята, чей социометрический статус был выше 4 х - «звезды»;

- группу «принимаемых» составили подростки, получившие от 1 до 4 выборов

- «изолированные» – подростки не получившие ни одного выбора.

Таким образом, в выборку из 102 подростков вошли:

- 7 «звезд»;
- 62 принимаемых;
- 33 изолированных.

	мегаполис	небольшой город	девочки	мальчики	всего
«звезды»	6/10	1/2	4/7	3/6	7/7
принимаемые	34/59	28/64	38/69	24/51	62/61
изолированные	18/31	15/34	13/24	20/43	33/32

Таблица 1. Распределение социометрических статусов в выборке и группах по месту проживания и полу (чел/%)

Поскольку мы не использовали в социометрической карточке отрицательные критерии, группа «отвергаемых» выделена не была.

Выборка подростков, проживающих в мегаполисе, состоит из (рисунок 3):

- 6 «звезд»;
- 34 принимаемых;
- 18 изолированных.

Группу ребят из небольшого города составляют (рисунок 3):

- 1 подросток с социометрическим статусом «звезда»;
- 28 принимаемых;
- 15 изолированных.



рис 3. Распределение социометрических статусов в выборках разных городов

Группа девочек состоит из (рисунок 4):

- 4 «звезд»;
- 38 принимаемых;
- 13 изолированных.

В группе мальчиков (рисунок 4):

- 3 «звезды»;
- 24 принимаемых;
- 20 изолированных.



рис 4. Распределение социометрических статусов в выборках разного пола

3.1.3 Показатели креативности

Для измерения показателей вербальной креативности был использован тест отдаленных ассоциаций С. Медника. С помощью данной методики измеряются такие показатели вербальной креативности как продуктивность, оригинальность и уникальность. Средние значения по показателям:

- продуктивность – 0,91(при минимуме – 0, максимально возможного значения нет);
- оригинальность – 0,48 (при минимуме – 0, максимально возможное значение– 1);

- уникальность – 0,37 (при минимуме – 0, максимально возможное значение – 1).

Для сравнения средних показателей креативности был выбран критерий t-Стьюдента для независимых выборок. Обнаружены статистически значимые различия по всем показателям креативности (при уровне значимости $p < 0,05$): продуктивность, оригинальность и уникальность. Все результаты выше у подростков, проживающих в мегаполисе, чем у подростков из небольшого города. Результаты сравнения представлены на рисунке 5.

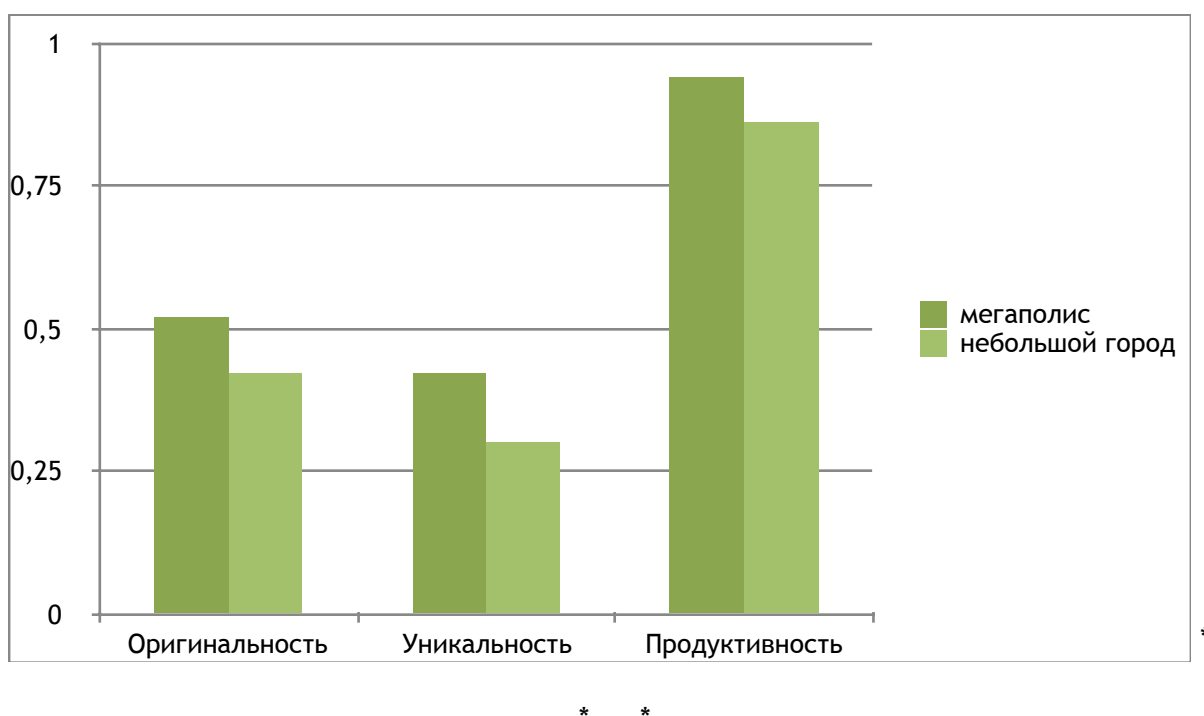


рис.5 Сравнение средних показателей креативности респондентов из мегаполиса и небольшого города (достоверные различия отмечены *)

Мы предполагаем, что такой результат связан с тем, что подростки, проживающие в мегаполисе, имеют больше возможностей проявить себя, развить креативность в сфере досуга, обучения, получения дополнительного образования. Таким образом, у них имеется большее количество возможностей для развития креативности, поскольку, как указывают некоторые авторы (Guilford, J. P., 1968), богатый и разнообразный опыт способствует развитию

креативности. Представленные выше результаты подтверждают гипотезу о различиях показателей креативности у подростков из небольшого города и мегаполиса

Для сравнения средних значений показателей вербальной креативности подростков разного пола был также выбран критерий t-Стьюдента для независимых выборок. В результате статистически значимые различия обнаружены только по показателю «продуктивность» (рисунок 6): у девочек продуктивность выше, чем у мальчиков (при уровне значимости $p < 0,05$), что является частичным подтверждением гипотезы о различиях показателей креативности у подростков разного пола. Таким образом, девочки склонны вырабатывать большее количество идей, чем мальчики.

При этом, как видно на диаграмме, показатели уникальности и оригинальности на нашей выборке у мальчиков выше. Однако статистически эти различия не являются достоверными.

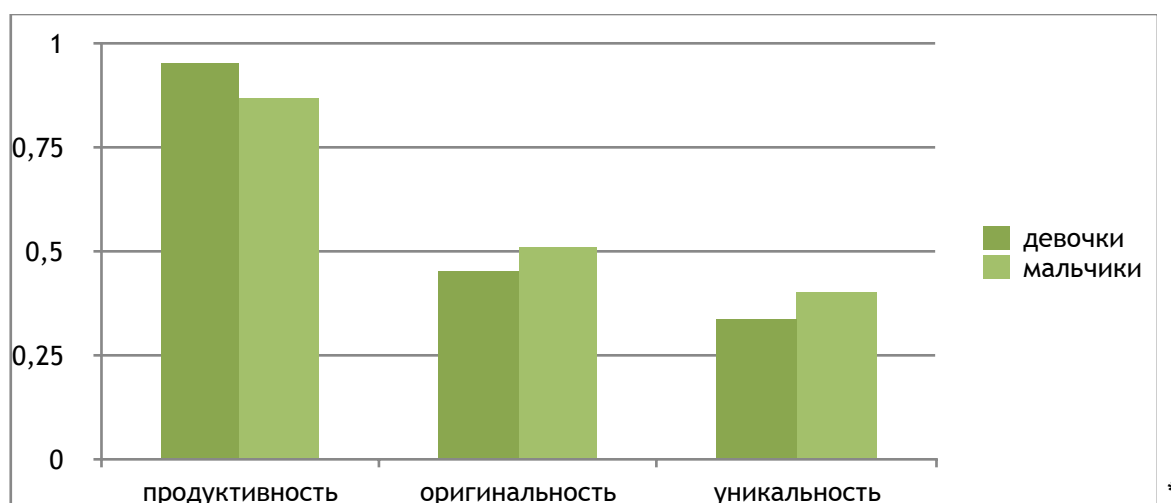


рис.6 Сравнение средних показателей креативности мальчиков и девочек
(достоверные различия отмечены *)

3.1.4 Показатели креативности подростков по методике САТ Э.Шострома

Шкала креативности самоактуализационного теста Э.Шострома представляет из себя тест, состоящий из 14 вопросов, в которых испытуемому необходимо выбрать один, наиболее подходящий ему ответ. Шкала отражает

направленность личности на творческую активность – установку на креативность в своей жизнедеятельности.

Средний показатель по этой методике для выборки из 102 человек составил 47,5 баллов, минимальный показатель – 28, максимальный – 68 баллов.

Достоверных различий между данными подростков из мегаполиса и небольшого города, а также между мальчиками и девочками выявлено не было.

3.2 Анализ корреляционных связей

3.2.1 Анализ взаимосвязей показателей вербальной креативности по тесту Отдаленных ассоциаций Медника и результатами по методике САТ Э.Шострома

Шкала креативности самоактуализационного теста Э.Шострома показывает, насколько выражена творческая направленность личности. В описываемом исследовании была проведена проверка наличия связи между уровнем выраженности творческой направленности личности и показателями вербальной креативности. При математической обработке статистически значимых связей между этими показателями обнаружено не было. Данный результат является следствием того, что проведенные методики измеряют различные характеристики: тесты на креативность оценивают креативный продукт, а шкала креативности самоактуализационного теста измеряет уровень творческой направленности – насколько человек склонен проявлять собственный творческий потенциал (Челомова Н.А., 2010).

3.2.2 Анализ корреляций показателей креативности в тесте Медника

При помощи критерия r-Пирсона мы проверили наличие связи между показателями креативности. Обнаружена статистически достоверная связь между такими показателями креативности, как оригинальность и уникальность (рисунок 7). В то же время не обнаружена связь между продуктивностью и

другими показателями креативности. Таким образом, количество вырабатываемых идей можно рассматривать как изолированный показатель креативности, а уникальность и оригинальность взаимосвязаны между собой.

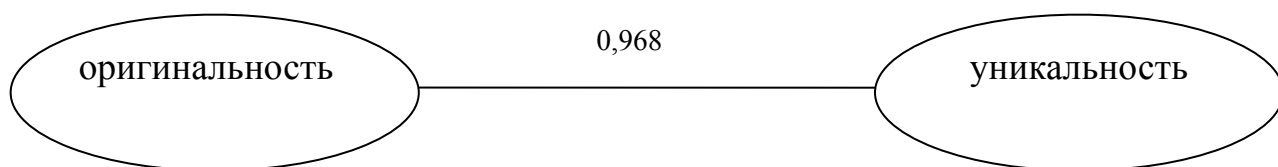


рис.7 Корреляционные связи параметров креативности

3.2.3 Анализ взаимосвязей креативности и самооценки

3.2.3.1. Анализ корреляций по всей выборке

Для проверки гипотезы о наличии связи между самооценкой подростка и его показателями креативности был использован критерий г-Пирсона.

Следует отметить, что результаты по методике САТ, отражающие творческую направленность личности, можно сказать установку на проявление креативности, оказались несвязанными ни с самооценкой, ни с социометрическим статусом подростков. Показатели же, полученные на основе теста отдаленных ассоциаций, оказались связанными с рядом переменных, отражающих особенности коммуникативной сферы подростка.

Статистически значимая связь обнаружена лишь между показателем продуктивности и самооценкой по шкалам «уверенность в себе» и «творчество» (таблица 2), таким образом, проверяемая гипотеза подтверждена частично. Причем связь продуктивности с самооценкой творчества положительная, а с самооценкой уверенности отрицательная (рисунок 8).

	дружба	творчество	уверенность в себе	авторитет у сверстников	у м е н и е р е ш а т ь конфликты	среднее
Оригинальность	-0,123	0,07	0,07	-0,1	0,03	0,08

Уникальность	0,09	0,09	0,05	-0,09	-0,09	-0,05
продуктивность	-0,02	0,203	-0,205	0,02	0,03	-0,05

Таблица 2. Корреляционные связи между показателями креативности и самооценкой по методике Дембо-Рубинштейн

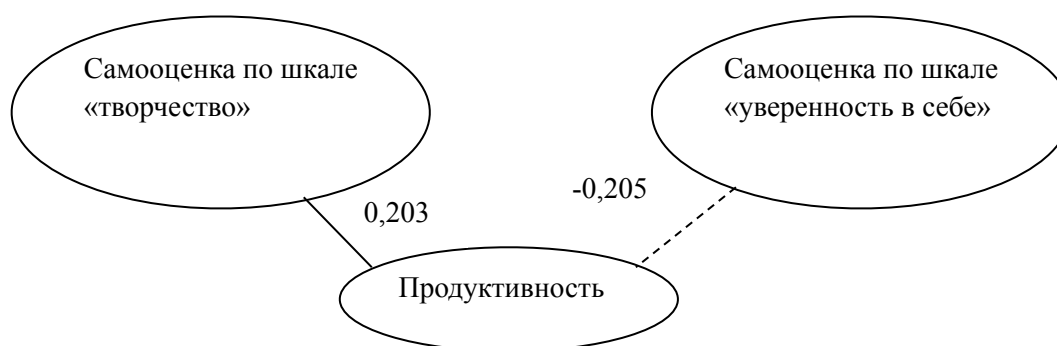


рис.8 Корреляции между креативностью и самооценкой

Мы предполагаем, что прямую связь продуктивности (количество вырабатываемых идей) с самооценкой можно объяснить тем, что именно понимают под креативностью подростки. Возможно, подростки под творческими способностями понимают способность вырабатывать большое количество идей, поскольку это самый очевидный, «наглядный» показатель.

Обратная связь продуктивности и уверенности в себе может быть свидетельством своеобразного понимания подростками «уверенности в себе». Возможно, подростки считают, что уверенный человек – это тот, кто имеет один вариант действий, решения проблемы, соответственно, наличие нескольких вариантов решения задачи – показатель неуверенности.

3.2.3.2. Корреляционный анализ исследуемых переменных в группах подростков из мегаполиса и небольшого города

Также была проведена проверка наличия связи креативности и самооценки в группах подростков из мегаполиса и небольшого города. Так мы проверили гипотезу о том, что в группах подростков из мегаполиса и

небольшого города имеются различия в связях креативности и особенностей коммуникативной сферы. Гипотеза была подтверждена частично.

В группе подростков из небольшого города обнаружены следующие статистически значимые связи (при уровне значимости $p < 0,05$):

- оригинальность прямо пропорционально связана с самооценкой по шкале «уверенность в себе»;
- уникальность прямо пропорционально связана с самооценкой по шкале «уверенность в себе»;
- продуктивность обратно пропорционально связана с самооценкой по шкале «уверенность в себе»;
- продуктивность прямо пропорционально связана с самооценкой по шкале «авторитет у сверстников».

Результаты представлены на рисунке 9.

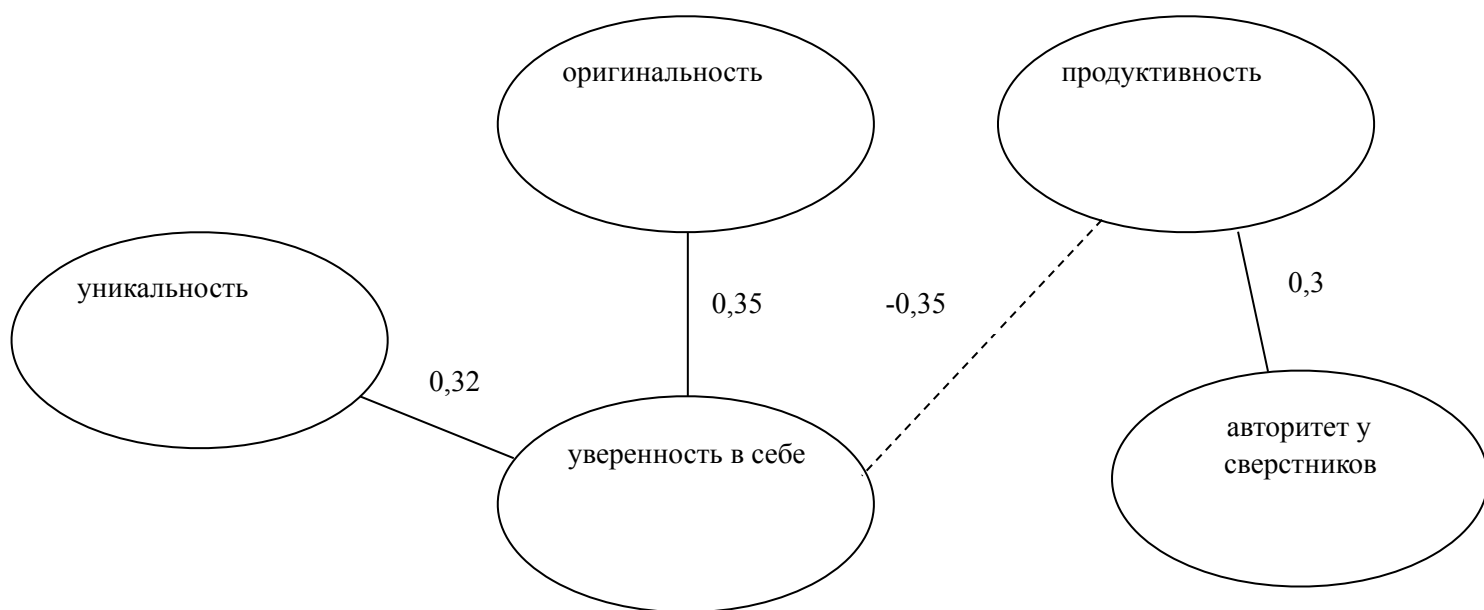


рис.9 Корреляционные связи показателей креативности и самооценки для подростков из небольшого города

На основе данных, полученных для группы подростков из небольшого города, мы можем предположить, что уверенные в себе подростки не боятся высказывать необычные, оригинальные идеи, а это, в свою очередь, положительно сказывается на их уверенности.

При этом продуктивность, так же как в общей выборке, отрицательно связана с самооценкой уверенности, но положительно с самооценкой авторитета у сверстников. Наши предположения об отрицательной связи самооценки уверенности и продуктивности высказаны выше («уверенный человек четко следует одному выбору, для него нет необходимости перебирать различные варианты»). Связь же самооценки авторитета у сверстников и продуктивности возможно отражает то, что подросток, находящий варианты решений в различных ситуациях, всегда имеющий ответ на вопрос, с большой вероятностью получает позитивную обратную связь от ровесников, занимает важное место в группе. Верно и обратное толкование взаимосвязи: чем выше самооценка авторитета у сверстников, тем смелее подросток в высказывании своих идей, активнее и инициативнее в их продвижении.

В группе подростков, проживающих в мегаполисе, в отличие от группы подростков – жителей небольшого города, обнаружена лишь одна статистически значимая связь (при уровне значимости $p < 0,05$) - между показателем оригинальности и самооценкой по шкале «авторитет у сверстников» (рисунок 10). Причем эта взаимосвязь отрицательная.

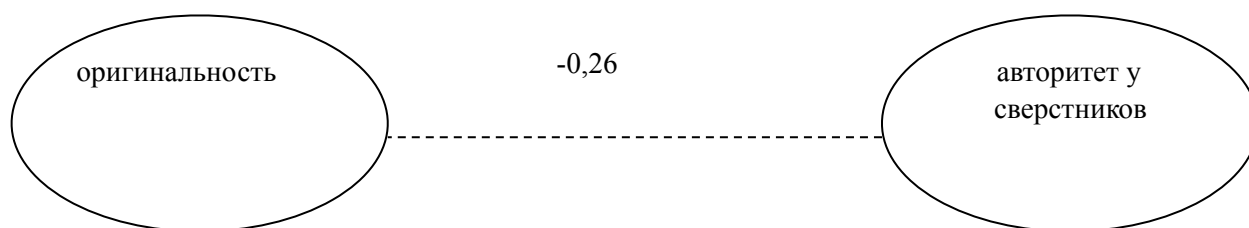


рис.10 Корреляционные связи показателей креативности и самооценки для подростков из мегаполиса

Мы видим объяснение полученной взаимосвязи в том, что проявления оригинальности не всегда способствуют успешности в сфере коммуникации. В подростковом возрасте, характерной особенностью которого является тенденция к группированию и конформность, оригинальность, нестандартность может стать поводом для непонимания, насмешек, даже отвержения. И, конечно, такой подросток не может претендовать на авторитет у сверстников, становится «белой вороной». Верно и обратное, низко оценивая свой авторитет у сверстников, мало какой подросток решится высказывать

оригинальные идеи, выходящие за рамки общепринятых представлений и стереотипов.

Таким образом, по нашим данным, в выборке подростков, проживающих в небольшом городе, все показатели креативности имеют связь с самооценкой по тем или иным шкалам, в то же время в выборке из мегаполиса лишь показатель оригинальности связан с самооценкой по одной шкале. Следовательно, в мегаполисе, отличающимся бОльшим разнообразием характеристик среды, бОльшим количеством возможностей времяпрепровождения и проявлений, для подростка креативность оказывается менее значимым вкладом в самооценку, чем для подростков, живущих в небольшом городе.

На наш взгляд, такой результат интересен с точки зрения значимости среды для развития и проявления креативности.

3.2.3.3. Взаимосвязи креативности и самооценки у мальчиков и девочек

Также мы проанализировали взаимосвязи креативности и параметров самооценки отдельно у мальчиков и девочек, для проверки гипотезы о различиях связи показателей креативности и особенностей коммуникативной сферы у подростков разного пола.

Статистически значимые связи (при уровне значимости $p < 0,05$) были обнаружены только в группе мальчиков. У мальчиков показатель продуктивности прямо пропорционально связан с самооценкой по шкале «авторитет у сверстников» (рисунок 11), соответственно, гипотеза 3 подтверждена частично.

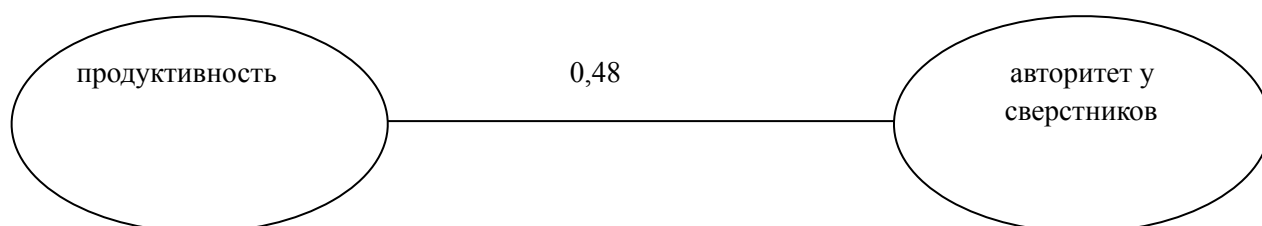


рис.11 Корреляционные связи показателей креативности и самооценки для мальчиков

Таким образом, полученные нами результаты свидетельствуют о том, что такое проявление креативности, как способность продуцировать большое количество идей и решений, мальчиками рассматривается с большей вероятностью как ресурс авторитета у сверстников, для девочек же креативность и показатели самооценки оказываются изолированными друг от друга. Возможно, мы видим определенное подтверждение гендерных стереотипов, самооценка девочки - подростка опирается на другие, отличные от творческих проявлений, ресурсы.

3.2.4 Анализ взаимосвязи креативности и социометрического статуса подростка

Для проверки гипотезы о наличии связи между показателями креативности и результатами социометрии был выбран критерий r -Пирсона. Получены следующие статистически значимые связи (таблица 3, рисунок 12), подтверждающие гипотезу:

- социометрический статус (среднее значение по пяти критериям) положительно коррелирует с продуктивностью – количество вырабатываемых идей;

- социометрический статус (среднее значение по пяти критериям) отрицательно коррелирует с оригинальностью – необычностью вырабатываемых идей.

	коэффициент корреляции при $p < 0,05$	
	Продуктивность	Оригинальность
социометрия	0,203	-0,205

Таблица 3. Корреляционные связи между показателями креативности и социометрическим статусом

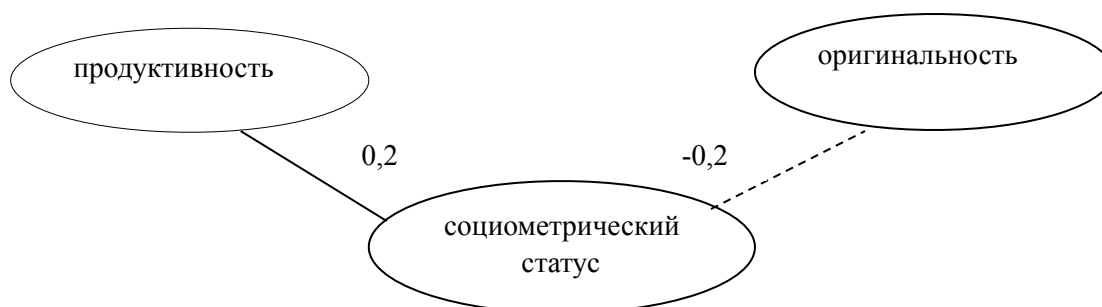


рис.12 Корреляции между социометрическим статусом и показателями креативности

Таким образом, способность выдвигать много идей, предлагать много вариантов решений задачи, проблемных ситуаций помогает подростку получить признание сверстников, привлекает к нему внимание, вызывает симпатию, что проявляется в высоком социометрическом статусе, верно и обратное – чем выше статус, тем смелее подросток в продуцировании идей и решений.

Оригинальность же имеет со статусом отрицательную связь, поскольку этот параметр креативности не всегда может быть оценен сверстниками, даже послужить поводом для насмешек, вести к приобретению такими, непохожими на других, подростками роли «Шута» или позиции отверженного/изолированного. С другой стороны, подросток с высоким статусом возможно и не нуждается в привлечении внимания оригинальностью суждений и идей.

Эти результаты сочетаются с результатами анализа связей параметров креативности и самооценки, описанными выше: положительные взаимосвязи продуктивности и самооценки авторитета у сверстников в группах подростков из небольшого города и в группе мальчиков, и отрицательные взаимосвязи оригинальности с самооценки авторитета у сверстников в группе подростков из мегаполиса.

В литературе описывается (Дружинин В.Н., 1995), что креативность выполняет две функции: самовыражения и адапционную. Исходя из этого и полученных данных, мы предполагаем, что прямо пропорциональная связь продуктивности и социометрического статуса является иллюстрацией адапционной функции креативности, а обратно пропорциональная связь оригинальности и социометрического статуса – иллюстрация функции самовыражения. То есть нахождение большего количества вариантов решения задачи способствует успешной адаптации. А в выражении новых, оригинальных идей раскрывается функция самовыражения, проявление себя, желания оставить какой-либо след после себя, что является более рискованным, с точки зрения группового сплочения, конформности, групповых норм.

3.3 Анализ результатов дисперсионного анализа.

Как было описано выше, вся выборка была разделена на три группы по социометрическому статусу (средний показатель по пяти социометрическим критериям):

- «звезды»
- «принимаемые»
- «изолированные»

Мы предположили, что показатели креативности в этих группах будут различны. Для проверки данной гипотезы был использован однофакторный дисперсионный анализ ANOVA. Полученные данные представлены на рисунке 13.

Средние значения показателей уникальность и оригинальность увеличиваются от «звезд» к изолированным, а продуктивность наоборот снижается.

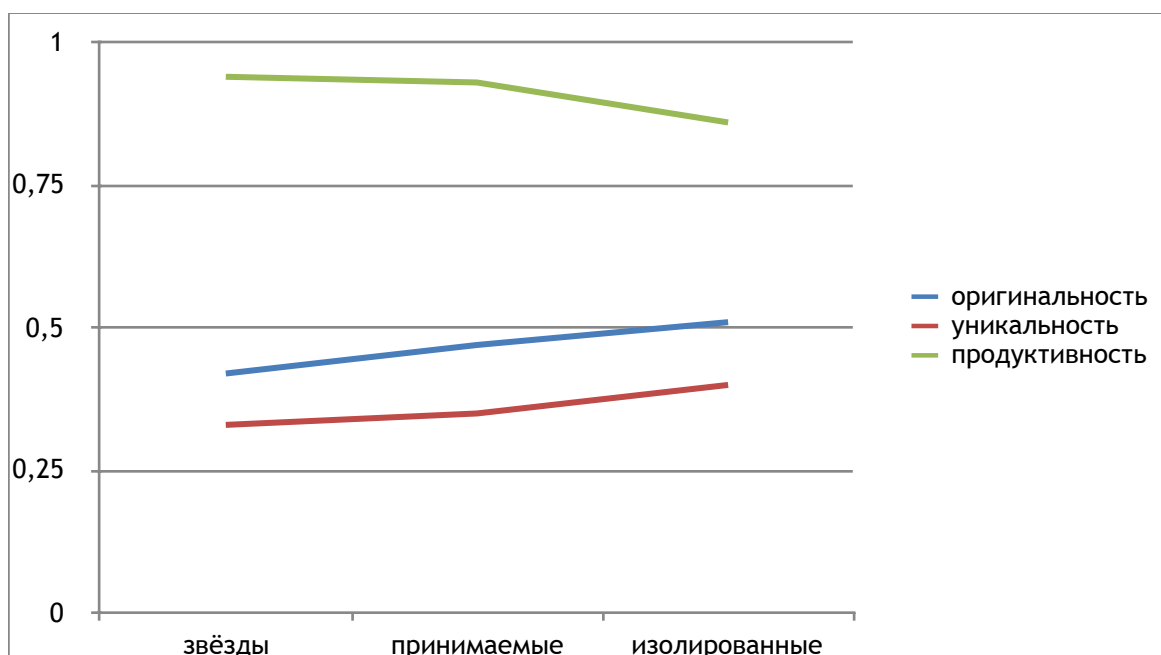


рис.13 Сравнение средних показателей креативности для подростков с различным социометрическим статусом

Как отмечалось выше, сверстники в подростковом возрасте являются референтной группой, подросткам характерна высокая потребность принадлежать к группе, а также в этом возрасте высока степень конформности. Данные положения позволяют предположить, что полученные в ходе нашего исследования результаты можно объяснить тем, что подростки, имеющие высокий социометрический статус, не привыкли/не хотят/боятся проявлять собственную креативность (особенно такие ее проявления как уникальность и оригинальность идей), поскольку необычность и новизна, как известно могут вызывать сопротивление и отторжение в обществе. В то же время такие люди склонны к выработыванию большого количества идей (что весьма ценно для коллектива), а, как было отмечено выше, количество выработываемых идей в данной выборке не коррелирует с их новизной и уникальностью.

Эти результаты очень органично сочетаются с данными о взаимосвязях самооценки с различными параметрами креативности, описанными выше.

Выводы

1. Гипотеза о *связи показателей креативности подростка с его социометрическим статусом* подтвердилась:

- социометрический статус подростка связан прямо пропорционально с показателем продуктивности;
- социометрический статус подростка связан обратно пропорционально с показателем оригинальности;
- продуктивность (показатель вербальной креативности) у подростков с высоким социометрическим статусом выражен сильнее, чем у подростков с низким социометрическим статусом;
- значения показателей креативности оригинальность и уникальность увеличиваются от «звезд» к изолированным;
- значения показателя продуктивности снижаются от «звезд» к изолированным;
- связь социометрического статуса и направленности на проявление творческой активности не обнаружена.

2. Гипотеза о *наличии связи между показателями креативности подростка и его самооценкой* подтвердилась частично.

- существует прямо пропорциональная связь между самооценкой по шкале «творчество» и таким показателем вербальной креативности, как продуктивность;
- существует обратно пропорциональная связь между самооценкой по показателю «уверенность в себе» и таким показателем вербальной креативности, как продуктивность;
- связь самооценки и направленности на проявление творческой активности не обнаружена.

3. Гипотеза о том, что *существуют различия показателей креативности и их связи с особенностями коммуникативной сферы у подростков разного*

пола, подтвердилась частично. Такой показатель вербальной креативности, как продуктивность, у девочек выражен больше, чем у мальчиков. Также имеются различия в структуре взаимосвязей показателей креативности и самооценки подростков разного пола:

– у мальчиков такой показатель креативности, как продуктивность, прямо пропорционально связан с самооценкой по шкале «авторитет у сверстников»

– у девочек не обнаружена связей показателей креативности и параметров самооценки.

4. Гипотеза о том, что *показатели креативности и их взаимосвязи с особенностями коммуникативной сферы подростков, живущих в мегаполисе, отличаются от показателей креативности подростков, живущих в небольшом городе*, подтвердилась.

Все показатели вербальной креативности: продуктивность, оригинальность и уникальность - у подростков, проживающих в мегаполисе, выше, чем у подростков, проживающих в небольшом городе.

Также обнаружены различия в структуре взаимосвязей креативности и самооценки подростков, проживающих в мегаполисе и небольшом городе. Отмечены различия как в количестве, так и структуре взаимосвязей креативности и самооценки.

Для подростков из небольшого города:

- существует прямо пропорциональная связь между самооценкой по шкале «уверенность в себе» и такими показателями креативности, как оригинальность и уникальность;
- существует обратно пропорциональная связь между самооценкой по шкале «уверенность в себе» и таким показателем вербальной креативности, как продуктивность;
- существует прямо пропорциональная связь между самооценкой по шкале «авторитет у сверстников» и таким показателем вербальной креативности, как продуктивность.

Для группы подростков из мегаполиса:

- существует обратно пропорциональная связь между самооценкой по показателю «авторитет у сверстников» и таким показателем креативности, как оригинальностью.

Для подростков, проживающих в небольшом городе, вклад креативности в самооценку более значим, чем для подростков – жителей мегаполиса.

Заключение

Проведенное нами исследование было направлено на поиск взаимосвязи между показателями креативности и особенностями коммуникативной сферы подростка. На основе анализа литературы по темам креативности и коммуникативной сферы подростков нами было выдвинуто предположение о том, что данные параметры связаны друг с другом. Опираясь на полученные эмпирические данные о параметрах креативности, самооценки и социометрического статуса подростка, мы провели сравнительный анализ и анализ взаимосвязей этих показателей. В ходе исследования были подтверждены (полностью или частично) заявленные гипотезы, выполнены все поставленные задачи и сделаны выводы, позволяющие разработать план дальнейших исследований по данной теме.

По результатам выполненной работы мы можем сказать, что характеристики креативности и их связь с особенностями коммуникативной сферы подростков, проживающих в мегаполисе и небольшом городе, различны. Кроме того, существует связь между отдельными показателями креативности и социометрическим статусом подростков.

Полученные нами результаты могут быть использованы:

- при работе с подростками для лучшего понимания природы межличностных взаимоотношений в подростковой среде;
- для помощи подросткам в формировании межличностных отношений;
- при работе с самооценкой подростков.

Поскольку выводы, которые можно сделать, опираясь на полученный результат, достаточно многообразны, а полученные корреляционные связи не очень сильные, следует продолжить исследование данной темы для составления более полной картины взаимосвязи изучаемых параметров и понимания причинно-следственных связей в данной области. Возможно, для этого нужно

будет выбрать другие методы для измерения изучаемых показателей и добавить дополнительные параметры, которые позволят более подробно изучить поставленную тему.

Список литературы

1. Богоявленская Д. Б. Интеллектуальная активность как проблема творчества. – Ростов-на-Дону, 1983.
2. Богоявленская Д.Б. Творчество и одаренность: логика и история. // Психологическая газета. – 1999. – №1 /40.
3. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982.
4. Божович Е.Д. Психологические особенности развития личности подростка. М.:изд-во Знание. – 1979. – С.40.
5. Божович Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте. - М., 1968.
6. Буторина О.В. Кросскультурное исследование креативности в управленческом потенциале руководителя. //Психология XXI века: материалы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. – СПб., 2003.
7. Гилфорд Д. Три стороны интеллекта. // Психология мышления./ Под ред. А.М. Матюшкина. – М., 1965.
8. Гуревич К.М., Борисова Е.М. Психологическая диагностика: Учебное пособие. – М.:УРАО., 2000.
9. Дорфман Л. Я., Ковалева Г. В. Основные направления исследований креативности в науке и искусстве //Вопросы психологии. – 1999. – Т. 2. – С. 101-106.
- 10.Дорфман Л.Я. Креативность и внимание: исследования и проблемы // Вестник Пермского государственного института искусства и культуры. – 2006. – № 1.
- 11.Дружинин В. Н. Психология общих способностей. – М., 1995.
- 12.Дружинин В.Н. Когнитивные способности: структуры, диагностика, развитие. – М., 2001.
- 13.Дубровина И.В. Возрастная и педагогическая психология. – М.: AcademiA, 2001. 368 с

14. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности.- СПб.:ПИТЕР, 2009.
15. Каган М.С., Эткинд А.М. Общение как ценность и как творчество. // Вопросы психологии. – 1988. – №4. – С. 25 – 34.
16. Калимуллина Р.И. Исследования проблем общения подростков в отечественной и зарубежной психологической науке // Образование и саморазвитие. – 2010. – №2(18). – С.220.
17. Кон И. С. Психология юношеского возраста. – М.: Просвещение, 1979. АСТ Астрель, 2005.
18. Кон И.С. Психология ранней юности. - М., 1989..
19. Марковская И.М. Социометрические методы в психологии. Учебное пособие. – Ч. Изд-во ЮУрГУ, 1999. - 46 с.
20. Маслоу. А. Мотивация и личность. – СПб.:ПИТЕР, 2008.
21. Мудрик А.В. Общение как фактор воспитания школьников. – М., 1984
22. Обухова Л. Ф., Чурбанова С. М. Развитие дивергентного мышления в детском возрасте. М., 1994. С. 6–13.
23. Олах А. Творческий потенциал и личностные перемены. // Общественные науки за рубежом . Р.Ж. Сер. Науковедение. – 1968. – №4.
24. Олехнович М. О. Творческий потенциал интеллектуального уровня ребенка // Ананьевские чтения, 1997: Тезисы научно-практической конференции. СПб., 1997. С. 98–100.
25. Петрова Л. М. Возрастные особенности когнитивной сферы младших школьников и подростков: Автореф. дис. канд. наук. СПб., 2008.
26. Пономарев Я.А. Психология творчества. – М., 1983
27. Практикум по экспериментальной и прикладной психологии. / Под. ред. А.А.Крылова. - Л., ЛГУ, 1990.
28. Психологический словарь / Под ред. В. П. Зинченко, Б. Г Мещерякова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Педагогика-Пресс, 1999. – 440 с., ил.
29. Психология подростка. Полное руководство. / Под ред. А. А. Реана – СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК – 2003.

30. Райс Ф., Долджин К. Психология подросткового и юношеского возраста. СПб.: Питер. – 2012. — С.816.
31. Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. — М.: Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. — 480 с.
32. Роджерс Н. Творчество как усиление себя. // Вопросы психологии. – 1990. – № 1.
33. Ротенберг В. С. Психофизиологические аспекты изучения творчества // Художественное творчество. – 1982. – №. 3. – С. 53-72.
34. Рубинштейн С.Я. Экспериментальные методики патопсихологии. – М. ЗАО Изд-во ЭКСМО-Пресс. – 1999. – 448 с.
35. Рубинштейн СЛ. Бытие и сознание. - М.: Пед. академия наук СССР, 1957.-328 с.
36. Старченко М. Психофизиология креативности//Наука и инновации. – 2014. – № 12 (42). – С.15-19.
37. Т. Любарт, К. Муширу, С. Торджман, Ф. Зенасни. Психология креативности» М.: «Когито-Центр». – 2009.
38. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии. // Вопросы психологии, 1998, № .
39. Трик Х.Е. Основные направления экспериментального изучения творчества. // Хрестоматия по общей психологии. Психология мышления. – М. – 1981.
40. Тюрмина, Н. А. Креативность в сфере общения: психологические особенности, условия формирования в подростковом возрасте: дис. канд. психол. наук / Н. А. Тюрмина. Казань, 2004. - 228 с.
41. Хрестоматия по возрастной психологии. / Под ред. Д. И. Фельдштейна – издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК».
42. Хямляйнен Ю. Воспитание родителей: Концепции, направления и перспективы: пер. с фин. – М., 1993. – 112 с
43. Щербинина О.А., Назаренко Е.В., Харьковская А.А. Общение как фактор формирования и развития внутренней позиции личности подростка// Образование и саморазвитие. – 2013. – № 2(36). – С.168.

44. Яковлева Е.Л. Эмоциональные механизмы личностного и творческого развития // Вопросы психологии. – 1997. – №4. – С.20-27.
45. Ahmed M.A. Cramond B. After Six Decades of Systematic Study of Creativity: What Do Teachers Need to Know About What It Is and How It Is Measured?// Roeper review. – 2016. – №39. – С. 9-23.
46. Atchley R. A., Keeney M, Burgees C. Cerebral hemispheric mechanisms linking ambiguous word meaning retrieval and creativity // Brain and Cognition. 1999. V. 40. P. 479–499.
47. Bogen J.E., Bogen G.M. Creativity and the corpus callosum // Psychiatr. Clin. North. Am. 1988. V. 11, №3. P. 293–301
48. Burns, R. B. Self-Concept Development and Education. Holt, Rinehart & Winston, 1986.
49. Chikszentmihalyi M. Creativity. Flow and the psychology of discover and invention. N.Y., 1997
50. Clifford M. M., «Failure tolerance and academic risk taking in ten- to twelve-year-old students»//British Journal of Educational Psychology. – 1988. – 58(1). – С.15-27
51. Eysenck, H.J. (1995). Genius: The natural history of creativity. Cambridge UP, Cambridge.
52. Finkelstein Y., Vardi J., Hod I. Impulsive artistic creativity as a presentation of transient cognitive alterations // Behavioral Medicine. 1991. V. 17, №2. P. 91–94
53. Guilford, J. P. Creativity, intelligence, and their educational implications. San Diego, CA: Knapp. – 1968
54. Martindale, C. Creativity and connectionism. In S. Smith, T. Ward, & R. Finke (Eds.), The creative cognition approach. –1995 – (pp. 249–268). Cambridge: MIT Press.
55. Miller B.L., Cummings J., Mishkin F. et al. Emergence of artistic talent in frontotemporal dementia // Neurology. – 1998. – №. 51. P. 978–981.
56. Shamay-Tsoory S.G., Adler N., Aharon-Perets J., Perry D., Maysells N. The origin of originality: the neural bases of creative thinking and originality // Neuropsychologia. – 2011. – № 29 – P. 178–185.

57. Taylor C.W. Various approaches to and definitions of creativity// R. Sternberg, T. Tardif. The nature of creativity. Cambridge: Camb. Press. – 1988. – P. 99-126
58. Torrance E.P. Guiding creative talent – Englewood Cliffs. N.Y.; Prentice-Hall. – 1962.
59. Valkenburg, P. M., Voort, T. H., «Influence of TV on daydreaming and creative imagination: a review of research», Psychological Bulletin. – 1994. – 116(2). – C. 316–339.
60. Wollach M.A., Kogan N.A. A new look at the creativity – intelligence distinction// Journal of Personality. – 1965. – №33. – P. 348-369

стимульный материал для теста отдаленных ассоциаций С.Медника

громкая	правда	медленно	
холодная	зелень	мутная	
прошлое	море	друзья	
зоркий	ресница	стеклянный	
свежая	английская	новости	
кино	экзамен	проездной	
комната	положение	река	
трудное	истекло	золото	
мундир	городок	билет	
неожиданно	человек	улица	
холодная	дым	жесткая	
умная	косы	свежая	
прошлый	время	трудный	
дедушка	очки	добрая	
долго	вечер	друзья	
плохо	глаза	море	
слон	облако	медведь	

навсегда	домой	Назад	
----------	-------	-------	--

случайная	горы	долгожданная	
вечерняя	бумага	стенная	
обратно	родина	путь	
далеко	слепой	будущее	
народная	страх	мировая	
деньги	билет	свободное	
дверь	доверие	быстро	
человек	погоны	завод	
друг	город	круг	
поезд	купить	бумажный	
цвет	заяц	сахар	
ласковая	морщины	сказки	
детство	случай	хорошее	
воздух	быстрая	свежая	
певец	Америка	тонкий	
тяжелый	рождение	урожайный	
много	чепуха	прямо	
кривой	очки	острый	
садовая	мозг	пустая	
гость	случайно	вокзал	

Социометрическая анкета

Уважаемый семиклассник!

Ответь, пожалуйста, на приведенные ниже вопросы. Постарайся отвечать честно. Читай каждый вопрос и сразу отвечай на него. Для фамилий, которые ты будешь записывать, после каждого вопроса оставлены специальные места.

1) С кем из одноклассников ты хотел бы сидеть за одной партой?

- 1.
- 2.
- 3.

2) Кого из одноклассников ты пригласил бы на день рождения в первую очередь?

- 1.
- 2.
- 3.

3) Кого из одноклассников ты бы выбрал для подготовки к контрольной работе в первую очередь?

- 1.
- 2.
- 3.

4) Кому из одноклассников ты бы доверил тайну?

- 1.
- 2.
- 3.

5) Кого из одноклассников ты считаешь наиболее творческим?

- 1.
- 2.
- 3.

Укажи, пожалуйста, свое имя и фамилию

Спасибо!

Приложение В

самоактуализационный тест Э.Шострома, шкала креативности

Уважаемый семиклассник!

Ниже представлены 14 пар выражений. Внимательно прочитай каждую пару выражений и выбери то выражение («а» или «б»), которое в большей мере соответствует тебе. Свой выбор запиши в «бланк ответов».

1.

- а) В сложных ситуациях всегда надо действовать уже испытанными способами, так как это гарантирует успех.
- б) В сложных ситуациях всегда надо искать принципиально новые решения.

2.

- а) Главное в нашей жизни – творить, создавать что-то новое.
- б) Главное в нашей жизни - приносить пользу людям.

3.

- а) Мне кажется, что наиболее ценным для человека является его любимая работа.
- б) Мне кажется, что наиболее ценным для человека является счастливая семейная жизнь.

4.

- а) Я часто принимаю спонтанные решения.
- б) Я редко принимаю спонтанные решения.

5.

- а) При необходимости человек может достаточно легко освободиться от своих привычек.
- б) Человеку крайне трудно освободиться от своих привычек.

6.

- а) Я часто перечитываю понравившиеся мне книги по нескольку раз.
- б) Я думаю, что лучше прочесть какую-либо новую книгу, чем возвращаться к уже прочитанному.

7.

- а) Я очень увлечен учебой.
- б) Я не могу сказать, что увлечен учебой.

8.

- а) Большая часть того, что я делаю, доставляет мне удовольствие.
- б) Лишь немного, из того, что я делаю, доставляет мне удовольствие.

9.

- а) Я легко принимаю рискованные решения.
- б) Обычно мне бывает трудно принимать рискованные решения.

10.

- а) Я считаю, что способность к творчеству - природное свойство человека.
- б) Я считаю, что далеко не все люди одарены природной способностью к творчеству.

11.

- а) Мне кажется, что я должен добиваться совершенства во всем, что я делаю.
- б) Мне не кажется, что я должен добиваться совершенства во всем, что я делаю.

12.

- а) Наибольшее удовлетворение человек получает, добившись желаемого результата в работе.
- б) Наибольшее удовлетворение человек получает в самом процессе работы.

13.

- а) Я часто руководствуюсь общепринятыми представлениями в решении личных проблем.
- б) Я редко руководствуюсь общепринятыми представлениями в решении личных проблем

14.

- а) Мне кажется, что для того, чтобы заниматься творческой деятельностью, человек должен обладать определенными знаниями в этой области.
- б) Мне кажется, что для того, чтобы заниматься творческой деятельностью, человеку не обязательно обладать определенными знаниями в этой области.

Спасибо!

бланк методики самооценки Дембо-Рубинштейн

А теперь оцени себя по каждому из предложенных здесь качеств, сторон личности и черточкой (-) отметь на каждой линии эту самооценку.

хороший друг	творческий	уверенный в себе	имею авторитет у сверстников	умею решать конфликты
плохой друг	нетворческий	неуверенный в себе	не имею авторитету сверстников	не умею решать конфликты

Укажи, пожалуйста, своё имя и фамилию.

Спасибо!

результаты сравнения средних показателей самооценки для мегаполиса и
небольшого города

Статистика группы

мегап.неб.город		N	Среднее значение	Стандартная отклонения	Среднекв. ошибка среднего
самооценка	1,00	58	61,1897	14,85596	1,95068
	2,00	44	62,1955	12,92371	1,94832
дружба	1,00	58	67,5172	23,72299	3,11498
	2,00	44	76,3182	17,76562	2,67827
творчество	1,00	58	68,4483	21,68529	2,84742
	2,00	44	55,7273	31,31933	4,72157
уверенность	1,00	58	55,8793	26,37787	3,46358
	2,00	44	58,4545	25,82450	3,89319
авторитет	1,00	58	54,2931	27,03280	3,54958
	2,00	44	53,2273	27,72948	4,18038
конфликты	1,00	58	59,8103	24,95923	3,27731
	2,00	44	67,2500	26,82339	4,04378

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t-критерий для равенства средних	
		F	Знач.	t	ст.св.
самооценка	Предполагаются равные дисперсии	,575	,450	-,358	100
	Не предполагаются равные дисперсии			-,365	98,073
дружба	Предполагаются равные дисперсии	1,948	,166	-2,060	100
	Не предполагаются равные дисперсии			-2,142	99,990
творчество	Предполагаются равные дисперсии	9,323	,003	2,423	100
	Не предполагаются равные дисперсии			2,307	72,710

уверенность	Предполагаются равные дисперсии	,039	,845	-,493	100
	Не предполагаются равные дисперсии			-,494	93,716
авторитет	Предполагаются равные дисперсии	,006	,939	,195	100
	Не предполагаются равные дисперсии			,194	91,482
конфликты	Предполагаются равные дисперсии	,132	,718	-1,444	100
	Не предполагаются равные дисперсии			-1,429	89,055

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних		
		Знач. (2-х сторонняя)	Разность средних	Среднеквадратичная ошибка разности
самооценка	Предполагаются равные дисперсии	,721	-1,00580	2,81043
	Не предполагаются равные дисперсии	,716	-1,00580	2,75701
дружба	Предполагаются равные дисперсии	,042	-8,80094	4,27150
	Не предполагаются равные дисперсии	,035	-8,80094	4,10807
творчество	Предполагаются равные дисперсии	,017	12,72100	5,25087
	Не предполагаются равные дисперсии	,024	12,72100	5,51371
уверенность	Предполагаются равные дисперсии	,623	-2,57524	5,22622
	Не предполагаются равные дисперсии	,622	-2,57524	5,21089
авторитет	Предполагаются равные дисперсии	,846	1,06583	5,46477
	Не предполагаются равные дисперсии	,846	1,06583	5,48407
конфликты	Предполагаются равные дисперсии	,152	-7,43966	5,15345

Не предполагаются равные дисперсии	,156	-7,43966	5,20508
------------------------------------	------	----------	---------

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних	
		95% доверительный интервал для разности	
		Нижняя	Верхняя
самооценка	Предполагаются равные дисперсии	-6,58162	4,57002
	Не предполагаются равные дисперсии	-6,47695	4,46535
дружба	Предполагаются равные дисперсии	-17,27547	-,32641
	Не предполагаются равные дисперсии	-16,95124	-,65064
творчество	Предполагаются равные дисперсии	2,30343	23,13857
	Не предполагаются равные дисперсии	1,73146	23,71055
уверенность	Предполагаются равные дисперсии	-12,94391	7,79344
	Не предполагаются равные дисперсии	-12,92198	7,77151
авторитет	Предполагаются равные дисперсии	-9,77611	11,90777
	Не предполагаются равные дисперсии	-9,82683	11,95850
конфликты	Предполагаются равные дисперсии	-17,66395	2,78464
	Не предполагаются равные дисперсии	-17,78196	2,90265

Приложение Ж

результаты сравнения средних показателей самооценки девочек и мальчиков

Статистика группы

	дев.мал	N	Среднее значение	Стандартная отклонения	Среднекв. ошибка среднего
самооценка	1,00	55	62,4473	14,30659	1,92910
	2,00	47	60,6596	13,71568	2,00064
дружба	1,00	55	72,1273	19,76815	2,66554
	2,00	47	70,3617	23,95959	3,49487
творчество	1,00	55	70,6000	23,77799	3,20622
	2,00	47	54,0213	27,79388	4,05415
уверенность	1,00	55	52,5091	28,30251	3,81631
	2,00	47	62,2340	22,28785	3,25102
авторитет	1,00	55	51,2364	25,74229	3,47109
	2,00	47	56,8723	28,80113	4,20108
конфликты	1,00	55	65,7636	25,23590	3,40281
	2,00	47	59,8085	26,59817	3,87974

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t-критерий для равенства средних	
		F	Знач.	t	ст.св.
самооценка	Предполагаются равные дисперсии	,835	,363	,641	100
	Не предполагаются равные дисперсии			,643	98,655
дружба	Предполагаются равные дисперсии	2,438	,122	,408	100
	Не предполагаются равные дисперсии			,402	89,333
творчество	Предполагаются равные дисперсии	1,795	,183	3,247	100
	Не предполагаются равные дисперсии			3,207	91,159
уверенность	Предполагаются равные дисперсии	3,955	,129	-1,904	100
	Не предполагаются равные дисперсии			-1,940	99,376

авторитет	Предполагаются равные дисперсии	1,532	,219	-1,043	100
	Не предполагаются равные дисперсии			-1,034	93,231
конфликты	Предполагаются равные дисперсии	,008	,929	1,159	100
	Не предполагаются равные дисперсии			1,154	95,734

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних		
		Знач. (2-х сторонняя)	Разность средних	Среднеквадратичная ошибка разности
самооценка	Предполагаются равные дисперсии	,523	1,78770	2,78850
	Не предполагаются равные дисперсии	,522	1,78770	2,77920
дружба	Предполагаются равные дисперсии	,684	1,76557	4,32970
	Не предполагаются равные дисперсии	,689	1,76557	4,39536
творчество	Предполагаются равные дисперсии	,002	16,57872	5,10575
	Не предполагаются равные дисперсии	,002	16,57872	5,16875
уверенность	Предполагаются равные дисперсии	,045	-9,72495	5,10729
	Не предполагаются равные дисперсии	,040	-9,72495	5,01332
авторитет	Предполагаются равные дисперсии	,299	-5,63598	5,40148
	Не предполагаются равные дисперсии	,304	-5,63598	5,44954
конфликты	Предполагаются равные дисперсии	,249	5,95513	5,13914
	Не предполагаются равные дисперсии	,251	5,95513	5,16057

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних	
		95% доверительный интервал для разности	
		Нижняя	Верхняя
самооценка	Предполагаются равные дисперсии	-3,74461	7,32000
	Не предполагаются равные дисперсии	-3,72708	7,30248
дружба	Предполагаются равные дисперсии	-6,82443	10,35557
	Не предполагаются равные дисперсии	-6,96746	10,49861
творчество	Предполагаются равные дисперсии	6,44906	26,70838
	Не предполагаются равные дисперсии	6,31187	26,84558
уверенность	Предполагаются равные дисперсии	-19,85768	,40777
	Не предполагаются равные дисперсии	-19,67199	,22209
авторитет	Предполагаются равные дисперсии	-16,35236	5,08041
	Не предполагаются равные дисперсии	-16,45733	5,18538
конфликты	Предполагаются равные дисперсии	-4,24079	16,15104
	Не предполагаются равные дисперсии	-4,28889	16,19914

Приложение К

результаты сравнения средних показателей креативности подростков из мегаполиса и небольшого города

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий		t-критерий для равенства средних
		Ливиня		
		F	Знач.	t
оригинальность	Предполагаются равные дисперсии	,282	,597	2,792
	Не предполагаются равные дисперсии			2,790
уникальность	Предполагаются равные дисперсии	,003	,956	2,959
	Не предполагаются равные дисперсии			2,937
продуктивность	Предполагаются равные дисперсии	4,779	,031	2,205
	Не предполагаются равные дисперсии			2,134

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних		
		ст.св.	Знач. (2-х сторонняя)	Разность средних
оригинальность	Предполагаются равные дисперсии	100	,006	,10300
	Не предполагаются равные дисперсии	92,412	,006	,10300
уникальность	Предполагаются равные дисперсии	100	,004	,12050
	Не предполагаются равные дисперсии	89,945	,004	,12050
продуктивность	Предполагаются равные дисперсии	100	,030	,07578
	Не предполагаются равные дисперсии	79,550	,036	,07578

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних		
		Среднеквадратичная ошибка разности	95% доверительный интервал для разности	
			Нижняя	Верхняя
оригинальность	Предполагаются равные дисперсии	,03689	,02982	,17618
	Не предполагаются равные дисперсии	,03692	,02968	,17632
уникальность	Предполагаются равные дисперсии	,04072	,03971	,20129
	Не предполагаются равные дисперсии	,04103	,03898	,20202
продуктивность	Предполагаются равные дисперсии	,03437	,00759	,14398
	Не предполагаются равные дисперсии	,03552	,00509	,14647

Статистика группы

		N	Среднее значение	Стандартная отклонения	Среднекв. ошибка среднего
оригинальность	мегап.неб.город	58	,5241	,18398	,02416
	1,00	44	,4211	,18520	,02792
уникальность	1,00	58	,4191	,19874	,02610
	2,00	44	,2986	,21005	,03167
продуктивность	1,00	58	,9440	,15277	,02006
	2,00	44	,8682	,19443	,02931

Приложение Л

результаты сравнения средних показателей креативности подростков разного пола

Критерий для независимых выборок

		Критерий равенства дисперсий Ливиня		t- критери й для равенст ва средних
		F	Знач.	t
оригинальность	Предполагаются равные дисперсии	3,490	,065	-1,579
	Не предполагаются равные дисперсии			-1,610
уникальность	Предполагаются равные дисперсии	4,392	,039	-1,478
	Не предполагаются равные дисперсии			-1,506
продуктивность	Предполагаются равные дисперсии	2,847	,095	2,170
	Не предполагаются равные дисперсии			2,125

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних		
		ст.св.	Знач. (2-х сторонняя)	Разность средних
оригинальность	Предполагаются равные дисперсии	100	,118	-,05934
	Не предполагаются равные дисперсии	99,189	,111	-,05934
уникальность	Предполагаются равные дисперсии	100	,143	-,06170
	Не предполагаются равные дисперсии	99,409	,135	-,06170
продуктивность	Предполагаются равные дисперсии	100	,032	,07418
	Не предполагаются равные дисперсии	84,991	,036	,07418

Критерий для независимых выборок

		t-критерий для равенства средних		
		Среднеквадратичная ошибка разности	95% доверительный интервал для разности	
			Нижняя	Верхняя
оригинальность	Предполагаются равные дисперсии	,03759	-,13391	,01523
	Не предполагаются равные дисперсии	,03686	-,13248	,01381
уникальность	Предполагаются равные дисперсии	,04174	-,14451	,02111
	Не предполагаются равные дисперсии	,04098	-,14301	,01961
продуктивность	Предполагаются равные дисперсии	,03418	,00637	,14198
	Не предполагаются равные дисперсии	,03491	,00477	,14359

Статистика группы

	дев. мал	N	Среднее значение	Стандартная отклонения	Среднекв. ошибка среднего
оригинальность	1,00	55	,4524	,20912	,02820
	2,00	47	,5117	,16279	,02375
уникальность	1,00	55	,3387	,23113	,03117
	2,00	47	,4004	,18241	,02661
продуктивность	1,00	55	,9455	,14885	,02007
	2,00	47	,8713	,19581	,02856

Приложение М

результаты корреляционного анализа

Корреляции

		оригинальность	уникальность	продуктивность
оригинальность	Корреляция Пирсона	1	,968**	,138
	Знач. (двухсторонняя)		,000	,166

	N	102	102	102
уникальность	Корреляция Пирсона	,968**	1	,163
	Знач. (двухсторонняя)	,000		,102
	N	102	102	102
продуктивность	Корреляция Пирсона	,138	,163	1
	Знач. (двухсторонняя)	,166	,102	
	N	102	102	102
социометрия	Корреляция Пирсона	-,205*	-,142	,203*
	Знач. (двухсторонняя)	,039	,154	,041
	N	102	102	102
самооценка	Корреляция Пирсона	-,050	-,045	,080
	Знач. (двухсторонняя)	,614	,654	,425
	N	102	102	102
дружба	Корреляция Пирсона	-,123	-,099	-,002
	Знач. (двухсторонняя)	,218	,324	,983
	N	102	102	102
творчество	Корреляция Пирсона	,077	,094	,209*
	Знач. (двухсторонняя)	,441	,347	,035
	N	102	102	102
уверенность	Корреляция Пирсона	,066	,048	-,218*
	Знач. (двухсторонняя)	,512	,631	,028
	N	102	102	102
авторитет	Корреляция Пирсона	-,104	-,089	,180
	Знач. (двухсторонняя)	,297	,371	,070
	N	102	102	102
конфликты	Корреляция Пирсона	-,069	-,091	,030
	Знач. (двухсторонняя)	,488	,365	,765
	N	102	102	102
сат	Корреляция Пирсона	-,127	-,146	,057
	Знач. (двухсторонняя)	,204	,143	,567
	N	102	102	102

Корреляции

		социометрия	самооценка	дружба	творчество
оригинальность	Корреляция Пирсона	-,205*	-,050	-,123	,077
	Знач. (двухсторонняя)	,039	,614	,218	,441
	N	102	102	102	102

уникальность	Корреляция Пирсона	-,142	-,045	-,099	,094
	Знач. (двухсторонняя)	,154	,654	,324	,347
	N	102	102	102	102
продуктивность	Корреляция Пирсона	,203*	,080	-,002	,209*
	Знач. (двухсторонняя)	,041	,425	,983	,035
	N	102	102	102	102
социометрия	Корреляция Пирсона	1	,066	-,007	,136
	Знач. (двухсторонняя)		,513	,944	,174
	N	102	102	102	102
самооценка	Корреляция Пирсона	,066	1	,564**	,437**
	Знач. (двухсторонняя)	,513	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102
дружба	Корреляция Пирсона	-,007	,564**	1	,085
	Знач. (двухсторонняя)	,944	,000		,397
	N	102	102	102	102
творчество	Корреляция Пирсона	,136	,437**	,085	1
	Знач. (двухсторонняя)	,174	,000	,397	
	N	102	102	102	102
уверенность	Корреляция Пирсона	-,087	,585**	,208*	-,059
	Знач. (двухсторонняя)	,386	,000	,036	,558
	N	102	102	102	102
авторитет	Корреляция Пирсона	,128	,637**	,087	,120
	Знач. (двухсторонняя)	,200	,000	,383	,231
	N	102	102	102	102
конфликты	Корреляция Пирсона	-,005	,519**	,296**	,005
	Знач. (двухсторонняя)	,961	,000	,003	,959
	N	102	102	102	102
сат	Корреляция Пирсона	,100	,260**	,190	,244*
	Знач. (двухсторонняя)	,316	,008	,056	,013
	N	102	102	102	102

Корреляции

		уверенность	авторитет	конфликты	сат
оригинальность	Корреляция Пирсона	,066	-,104	-,069	-,127
	Знач. (двухсторонняя)	,512	,297	,488	,204
	N	102	102	102	102
уникальность	Корреляция Пирсона	,048	-,089	-,091	-,146

	Знач. (двухсторонняя)	,631	,371	,365	,143
	N	102	102	102	102
продуктивность	Корреляция Пирсона	-,218*	,180	,030	,057
	Знач. (двухсторонняя)	,028	,070	,765	,567
	N	102	102	102	102
социометрия	Корреляция Пирсона	-,087	,128	-,005	,100
	Знач. (двухсторонняя)	,386	,200	,961	,316
	N	102	102	102	102
самооценка	Корреляция Пирсона	,585**	,637**	,519**	,260**
	Знач. (двухсторонняя)	,000	,000	,000	,008
	N	102	102	102	102
дружба	Корреляция Пирсона	,208*	,087	,296**	,190
	Знач. (двухсторонняя)	,036	,383	,003	,056
	N	102	102	102	102
творчество	Корреляция Пирсона	-,059	,120	,005	,244*
	Знач. (двухсторонняя)	,558	,231	,959	,013
	N	102	102	102	102
уверенность	Корреляция Пирсона	1	,385**	,056	,110
	Знач. (двухсторонняя)		,000	,576	,269
	N	102	102	102	102
авторитет	Корреляция Пирсона	,385**	1	,086	,220*
	Знач. (двухсторонняя)	,000		,389	,026
	N	102	102	102	102
конфликты	Корреляция Пирсона	,056	,086	1	-,053
	Знач. (двухсторонняя)	,576	,389		,598
	N	102	102	102	102
сат	Корреляция Пирсона	,110	,220*	-,053	1
	Знач. (двухсторонняя)	,269	,026	,598	
	N	102	102	102	102

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* . Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

Приложение Н

результаты корреляционного анализа самооценки и креативности подростков
из мегаполиса и небольшого города

Корреляции

		мегап.ориг	мегап.уни к	мегап.прод
мегап.друг	Корреляция Пирсона	-,116	-,084	,257
	Знач. (двухсторонняя)	,386	,530	,051
	N	58	58	58
мегап.творчество	Корреляция Пирсона	,012	,021	,002
	Знач. (двухсторонняя)	,930	,874	,987
	N	58	58	58
мегап.увереннос ть	Корреляция Пирсона	-,117	-,136	-,085
	Знач. (двухсторонняя)	,380	,308	,525
	N	58	58	58
мегап.авторитет	Корреляция Пирсона	-,261*	-,258	,066
	Знач. (двухсторонняя)	,048	,051	,623
	N	58	58	58
мегап.конфликты	Корреляция Пирсона	-,028	-,042	,110
	Знач. (двухсторонняя)	,834	,755	,413
	N	58	58	58
мегап.среднееса мооц	Корреляция Пирсона	-,180	-,177	,113
	Знач. (двухсторонняя)	,177	,184	,397
	N	58	58	58

Корреляции

		неб.город_ори г	неб.город_уни к	неб.город_прод
неб.город_друг	Корреляция Пирсона	,000	,021	-,251
	Знач. (двухсторонняя)	,998	,890	,101
	N	44	44	44
неб.город_творч ество	Корреляция Пирсона	,018	,037	,287
	Знач. (двухсторонняя)	,909	,813	,059
	N	44	44	44
неб.город_увере н	Корреляция Пирсона	,350*	,323*	-,352*
	Знач. (двухсторонняя)	,020	,033	,019
	N	44	44	44
неб.город_автор	Корреляция Пирсона	,075	,095	,299*

итет	Знач. (двухсторонняя)	,628	,540	,049
	N	44	44	44
неб.город_конфл икты	Корреляция Пирсона	-,038	-,065	,018
	Знач. (двухсторонняя)	,806	,673	,909
	N	44	44	44
неб.город_средн еесамооц	Корреляция Пирсона	,165	,166	,065
	Знач. (двухсторонняя)	,284	,281	,675
	N	44	44	44

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* . Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

Приложение П

результаты корреляционного анализа самооценки и креативности подростков разного пола

корреляции

		дев.ориг	дев.уник	дев.продукт
дев.друг	Корреляция Пирсона	-,194	-,145	,091
	Знач. (двухсторонняя)	,155	,290	,508
	N	55	55	55
дев.творчест во	Корреляция Пирсона	,190	,207	,155
	Знач. (двухсторонняя)	,164	,129	,257
	N	55	55	55
дев.уверенно сть	Корреляция Пирсона	,068	,057	-,168
	Знач. (двухсторонняя)	,622	,681	,219
	N	55	55	55
дев.авторите т	Корреляция Пирсона	-,230	-,214	-,124
	Знач. (двухсторонняя)	,091	,116	,366
	N	55	55	55
дев.конфликт ы	Корреляция Пирсона	-,015	,015	,039
	Знач. (двухсторонняя)	,914	,912	,775
	N	55	55	55
дев.среднеес амооц	Корреляция Пирсона	-,052	-,021	-,021
	Знач. (двухсторонняя)	,707	,882	,881

Корреляции				
		мал.ориг	мал.уник	мал.продукт
мал.друг	Корреляция Пирсона	-,030	-,035	-,086
	Знач. (двухсторонняя)	,839	,814	,564
	N	47	47	47
мал.творчест во	Корреляция Пирсона	,066	,079	,155
	Знач. (двухсторонняя)	,659	,599	,300
	N	47	47	47
мал.уверенно сть	Корреляция Пирсона	-,021	-,045	-,218
	Знач. (двухсторонняя)	,891	,762	,141
	N	47	47	47
мал.авторите т	Корреляция Пирсона	,018	,034	,474**
	Знач. (двухсторонняя)	,905	,822	,001
	N	47	47	47
мал.конфликт ы	Корреляция Пирсона	-,108	-,204	-,023
	Знач. (двухсторонняя)	,471	,168	,879
	N	47	47	47
мал.среднеес амооц	Корреляция Пирсона	-,025	-,060	,152
	Знач. (двухсторонняя)	,869	,687	,308
	N	47	47	47

** . Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя).

* . Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

Приложение Р

результаты дисперсионного анализа

ANOVA

		Сумма квдрато в	ст.св .	Средни й квдрат	F	Знач.
оригинальность	Между группами	,070	2	,035	,962	0,43
	Внутри групп	3,600	99	,036		
	Всего	3,670	101			
уникальность	Между группами	,062	2	,031	,695	0,49
	Внутри групп	4,449	99	,045		
	Всего	4,512	101			
продуктивность	Между группами	,092	2	,046	1,506	0,38
	Внутри групп	3,008	99	,030		
	Всего	3,100	101			