

**Водяха Сергей Анатольевич,**

кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии образования, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов, д. 26; e-mail: svodyakha@yandex.ru

**КРЕАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СТАРШЕКЛАССНИКОВ  
КАК ПРЕДИКТОР ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** психологическое благополучие личности; креативная идентичность старшеклассников.

**АННОТАЦИЯ.** Рассматриваются основные теоретические аспекты проблемы креативной идентичности как предиктора психологического благополучия. Основными структурными компонентами креативной идентичности старшего школьника признаются креативная самооэффективность, креативная ценностная ориентация и креативная аутоидентичность. Выявлен ряд различий в показателях психологического благополучия в зависимости от степени выраженности креативной идентичности у старшеклассников.

**Vodyakha Sergey Anatolievich,**

Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of Psychology of Education, Institute of Psychology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

**CREATIVE IDENTITY OF HIGH SCHOOL STUDENTS  
AS A PREDICTOR OF PSYCHOLOGICAL WELL-BEING**

**KEY WORDS:** psychological well-being of the individual; creative identity of high school students.

**ABSTRACT.** The article discusses the basic theoretical aspects of the problem of creative identity as a predictor of psychological well-being. The main structural components of creative identity of the senior schoolchildren are creative self-efficacy, creative values and creative auto-identity. The article specifies a number of differences in terms of psychological well-being, depending on the level of formation of creative identity of high school children.

Креативность старшеклассников и студентов исследуется реже, чем креативность дошкольников и младших школьников. Это, возможно, связано с недостаточностью исследования креативных способностей для идентификации креативной личности после 15 лет [1]. Согласно Ф. Бэррону, многие люди обладают способностями, чтобы быть креативными, но не все ими креативными людьми [2]. Решающим фактором формирования креативности как способа самореализации личности являются мотивация и ценностные ориентации. Интернализация ценностей формирует личностную идентичность. Таким образом, актуализация креативности во многом связана с формированием креативной идентичности. Креативная идентичность – чувство тождественности личности с ролью творца, креативного человека, личности, созидающей творческие продукты. Уровень объективно измеряемой креативности может не соответствовать самовоспринимаемой креативности. Это обусловлено различиями в оценке степени новизны креативного продукта. Степень новизны оценивается в соответствии с социальным стандартом креативного продукта. Самооценка креативного продукта определяет самовосприятие уровня лично-

стной креативности, которая закрепляясь в структуре Я-концепции личности, формирует креативную идентичность.

Креативная идентичность имеет следующие компоненты:

- 1) креативная самооэффективность – убежденность в способности справляться с творческими задачами;
- 2) креативная ценностная ориентация – убежденность в приоритетности креативности в качестве терминальной ценности;
- 3) креативная аутоидентичность – склонность соотносить себя с творческой личностью, обладающей способностью генерировать новые идеи и продуктивно реализовать творческие качества личности.

Креативная аутоидентичность не состоит в склонности относить себя к некому креативному классу, не в чувстве избранности и эстетизированной отчужденности от представителей нетворческих профессий. Она возможна и без соотнесения собственных креативных продуктов с социально закреплёнными стандартами креативности.

Согласно Р. Бегетто, креативная идентичность является важнейшим фактором творческих свершений и позитивного функционирования креативной личности [3]. Самооценка креативности может отно-

ситься к конкретным областям творческой деятельности. Креативная идентичность формирует генерализованную убежденность в том, что личность способна справляться с творческой задачей.

П. Тирни и С. Фармер выявили, что креативная идентичность является значимым предиктором школьных достижений [8]. Р. Бегетто показал, что результаты выпускных экзаменов, социально-психологический климат класса и отношение учащихся к качеству преподавания могут быть связаны с креативной идентичностью школьника. Позитивные корреляции между креативной идентичностью и учительской оценкой творческой деятельности учащихся были обнаружены в исследованиях М. Карвовского [5]. Данная взаимосвязь объясняется переходом фасилитативных воздействий учителя в творческую идентичность учащихся, внутреннюю мотивацию учебной деятельности и в формировании позитивного социально-психологического климата класса.

К. Джосси, Э. Рэндел и Ш. Дионн проводят различие между творческой самоэффективностью и креативной идентичностью. Креативная идентичность (отождествление себя с творческой личностью) – личностная характеристика того, насколько творческая деятельность признается ценной и в какой степени креативность рассматривается в качестве важного компонента личности. Креативная самоэффективность является хорошим показателем творческих достижений и соотношения с ролью творческой личностью [4].

Согласно теории самоэффективности А. Бандура, личности с высоким уровнем самоэффективности являются более продуктивными в той деятельности, которой они занимаются, что является результатом их убежденности в возможности управлять ситуацией. Вероятность творческих достижений увеличивается в тех случаях, креативная самоэффективность положительно связана с творческими достижениями.

Дж. Кауфман, Дж. Плакер и Дж. Баер пришли к выводу, что самооценочная креативность, как правило, слабо коррелирует с результатами тестов творческих способностей [6].

Самоэффективность положительно взаимосвязана с академической успеваемостью. Т. Зицманн и К. Эли выявили, что самооценка, цель и уровень притязаний оказывают решающее влияние на результаты учения. Интеллектуальный уровень может быть косвенным критерием креативной идентичности. Креативность является производной в равной степени как от интеллектуальной, так и от личностной сфер и позволяет прогнозировать творческие достижения [7].

Творческие достижения, оцениваемые самостоятельно, тесно взаимосвязаны со школьным благополучием, согласно данным С. А. Водяхи [1]. Креативная идентичность также служит позитивному функционированию личности, поэтому можно предположить положительную связь между креативной идентичностью и психологическим благополучием.

На основе вышеизложенных теоретических представлений было сделано предположение о различии уровня психологического благополучия у испытуемых с высокой и низкой креативной идентичностью.

В исследовании принимало участие 468 учащихся старших классов в возрасте от 14 до 18 лет. В исследовании были использованы следующие методики:

1) опросник творческой идентичности, представляющий собой монометрическую шкалу из 15 пунктов; испытуемые должны выразить степень своего согласия, используя шкалу Лайкерта;

2) опросник психологического благополучия, представляющий пятифакторную шкалу из 60 пунктов; испытуемые должны выразить степень своего согласия, используя шкалу Лайкерта.

В результате дифференциации испытуемых по уровню креативной идентичности был выявлен 41 испытуемый с высоким уровнем выраженности креативной идентичности (креативов) и 72 испытуемых с низким уровнем выраженности креативной идентичности (нонкреативов). Были выявлены различия между креативами и нонкреативами по выраженности различных показателей психологического благополучия. Различия вычислялись по критерию Стьюдента в программе «Статистика-10» (см. таблицу 1).

Таблица 1.

**Различия креативов и нонкреативов по психологическому благополучию**

Показатели психологического благополучия	Среднее креативы	Среднее нонкреативы	t-критерий	p	F-отношение Дисперсии
Позитивные эмоции	49,68293	39,51613	4,074236	0,00012	1,098636
Вовлеченность	47,43902	40,32258	2,648888	0,00997	3,701204
Личностный смысл	47,51220	42,19355	2,195610	0,03143	2,520499
Позитивные межличностные отношения	48,46341	38,38710	4,186732	0,00008	2,325685
Позитивная самореализация	49,60976	39,61290	4,721705	0,00008	2,325685

Анализируя таблицу, следует отметить, что по всем 5-ти показателям психологического благополучия креативы существенно превосходят некреативов.

Креативы более склонны выражать позитивную эмоциональность, чем некреативы. Они чаще испытывают положительные эмоции, чаще стремятся устанавливать эмоционально насыщенные контакты, более дружелюбны и отзывчивы. Они отличаются более высокой эмпатией и эмоциональным интеллектом. Они чаще истолковывают происходящие с ними события в позитивном ключе. Привычка находить оригинальный способ решения проблемы позволяет им в меньшей степени реагировать отрицательными эмоциями в нестандартной и экстремальной ситуации.

Креативы более вовлечены в ту деятельность, которой они занимаются. Они чаще склонны всецело погружаться в процесс творческой деятельности. Они находят намного больше интересных аспектов в окружающей действительности. Многие жизненные задачи порождают в их сознании проблемные ситуации в мышлении. Они более любознательны, склонны к надситуативной познавательной активности.

Креативы обладают более выраженным смыслом жизни. Креативные старшеклассники склонны к поиску направления и личностного предназначения. Соотнесение личности с ролью креатива позволяет ощущать жизнь более осмысленной, целостной и целенаправленной. Креативная идентичность, возможно, позволяет преодолевать ролевой меморандум в раннем юношеском возрасте.

Креативы обладают большей выраженностью позитивной социальности. Креативы-старшеклассники чаще, чем их сверстники, стремятся к положительным контактам, стараются разрешать конфликты конструктивно, быть покладистыми и

кооперативными, быть добрыми и отзывчивыми. Они стремятся чаще рассматривать партнера по общению с позиций равноправных и паритетных. Они чаще стараются применять стратегии искренней самопрезентации и реже прибегают к манипуляции имиджем. Они ориентированы чаще на духовные и интимные контакты.

Креативы также обладают более высокой позитивной самореализацией. Они больше доверяют себе, принимают свои достоинства и недостатки. Креативы меньше склонны к самоуничтожению и невротическому перфекционизму. Перфекционистские ожидания креатива чаще выражаются в стремлении к самосовершенствованию, приведению креативного продукта в соответствие идеальному эталону. Перфекционизм креатива способствует достижению совершенства, а не стремлением скрыть невозможность его достижения.

Этот феномен можно объяснить тем, что креативная идентичность формирует особую интенциональность мышления, благодаря которой избираются предпочитаемые способы взаимодействия с реальностью, выражающиеся в ценностных ориентациях.

Следуя этой мысли, творить и создавать что-то новое – сродни желанию человека занять плодотворную позицию. Под понятием плодотворности, вслед за Э. Фроммом, подразумевается не активность, необходимо приводящая к практическим результатам, а установка, способ реакции и ориентация в отношении мира и самого человека, а не его успешность. Другими словами, креатив отличается не стремлением иметь больше знаний, на что ориентируется знание по принципу обладания, а стремлением знать глубже, на что ориентируется знание по принципу бытия. Таким образом, креативный старшеклассник формирует у себя продуктивную стратегию жизни.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Водяха С. А. Психологическое благополучие креативных старшеклассников // Педагогическое образование в России. 2013. №5. С. 113-116.
2. Barron F. X. Creativity and Psychological Health. Princeton: Van Nostrand, 1963.
3. Beghetto R. A. Creative self-efficacy: Correlates in middle and secondary students. // Creativity Research Journal. 2006. №18. P. 447-457.
4. Jaussi K. S, Randel A. E. & Dionne S. D. "I am, I think I can, and I do: The role of personal identity, self-efficacy, and cross-application of experiences in creativity at work" // Creativity Research Journal. 2007. №2-3. P. 247-258.
5. Karwowski M. Teacher Personality as Predictor of Perceived Climate for Creativity // International Journal of Creativity and Problem Solving. 2011. № 1. P. 37.
6. Kaufman J. C, Plucker J. A. & Baer J. Essentials of creativity assessment. New York : Wiley, 2008.
7. Sitzmann T. & Ely K. A meta-analysis of self-regulated learning in work-related training and educational attainment: What we know and where we need to go // Psychological Bulletin. 2011. №3. P. 421-442.
8. Tierney P. & Farmer S. M. Creative self-efficacy development and creative performance over time // Journal of Applied Psychology. 2011. №96. P. 277-293.

Статью рекомендует д-р психол. наук, проф. С. А. Минюрова.