

Взаимосвязь креативности и профессиональной идентичности

Научный руководитель – Тараканов Антон Вениаминович

Матюшина Марина Александровна

Аспирант

Новосибирский государственный технический университет, Факультет гуманитарного образования, Кафедра психологии и педагогики, Новосибирск, Россия

E-mail: m.a.matyushina@gmail.com

В современных условиях для успешного профессионального становления личности приобретает особую значимость умение находить смысл в профессиональном труде, самостоятельно проектировать, творить свою профессиональную жизнь, разрабатывать и реализовывать нестандартные и новые идеи, быть гибкими при решении профессиональных задач. Все эти характеристики входят в понятие креативности [2]. Поиск новых идей, профессиональных смыслов, новых целей профессиональной самореализации - основное содержание творческой компоненты профессиональной деятельности [1,3].

В своих исследованиях С.Дж. Доллингер обнаружил взаимосвязь между статусом идентичности студента и креативной составляющей. Было выявлено, что студенты со сформированным статусом и статусом моратория имели более креативные, многомерные продукты деятельности, нежели студенты с диффузной или несформированной идентичностью [4,5].

Ч. Танг и С.Е. Науманн изучали взаимосвязи различных видов идентичности и двух типов креативности. Они выделили два вида идентичности: командная и экспертная, которые, по сути, схожи с отечественным понятием профессиональной идентичности, но не тождественны ему. Они обнаружили, что высокие уровни командной и экспертной идентичности положительно взаимосвязаны как с радикальной, так и с преобразующей креативностью [6,7].

Актуальность и недостаточный уровень разработанности данной проблемы обусловили выбор темы нашего исследования.

Объектом исследования выступает профессиональная идентичность (далее ПИ) студентов. **Предметом** - взаимосвязь креативности и ПИ студентов.

Цель исследования - выявить взаимосвязи между креативностью и ПИ студентов.

Нами выдвинуты следующие **гипотезы**:

1. Существует взаимосвязь между креативностью и статусами ПИ, а именно:
 - существует положительная взаимосвязь между параметрами вербальной креативности и мораторием ПИ;
 - существует положительная взаимосвязь между параметрами образной креативности и сформированным статусом ПИ;
 - существует отрицательная взаимосвязь между параметрами образной креативности и навязанным статусом ПИ.
2. Существуют различия в структурах взаимосвязей креативности и статусов ПИ у студентов, обучающихся на разных образовательных ступенях, а именно:
 - у студентов, обучающихся на более высоких образовательных ступенях количество взаимосвязей параметров креативности и сформированного статуса ПИ больше, чем у студентов, обучающихся на более низких образовательных ступенях;
 - у студентов, обучающихся на более высоких образовательных ступенях сила взаимосвязей параметров креативности и сформированного статуса ПИ выше, чем у студентов, обучающихся на более низких образовательных ступенях.

В исследовании использованы следующие **методы**: анализ научной литературы, психологическое тестирование, методы математической обработки данных (коэффициент ранговой корреляции Спирмена, Н-критерий Крускала-Уоллиса, U-критерий Манна-Уитни).

Нами использовались следующие **методики**:

1) для измерения сформированности ПИ: методика изучения статусов профессиональной идентичности А.А. Азбель и А.Г. Грецова, методика изучения профессиональной идентичности (МИПИ) Л.Б. Шнейдер;

2) для измерения уровня креативности: тест вербальной креативности С. Медника, тест образной креативности Э. Вартега «Круги», тест образной креативности Е.П. Торренса «Незавершенные картинки».

Выборка состоит из студентов в возрасте от 17 до 24 лет, обучающихся на 1,2,4 курсах бакалавриата, а также 1 курсе магистратуры. Общий объем выборки - 91 человек.

Существуют значимые различия между группами по показателям образной креативности. У магистрантов показатели беглости значимо ниже, чем у студентов-бакалавров. У студентов 1-го и 4-го курсов показатели по параметрам разработанность и сопротивление замыканию значимо выше, чем у студентов 2-го курса и магистрантов.

Существуют значимые различия между группами по статусам ПИ. В группе 2-го курса выраженность сформированного статуса ПИ значимо ниже, чем в группе 1-го курса и магистрантов. На 2-ом курсе студенты избавляются от идеализированного образа профессии и начинают более тщательно анализировать себя в профессии, а также прислушиваться к мнению родных и близких. На 4-ом курсе студенты активно обдумывают возможности трудоустройства и возможные сложности, что также выражается в том, что идентификация с профессией снижается.

Структуры взаимосвязей статусов профессиональной идентичности и параметров креативности различаются у студентов на разных образовательных ступенях. На 1-ом курсе обнаруживаются отрицательные взаимосвязи параметров креативности со сформированным статусом ПИ, положительные взаимосвязи с неопределенным и навязанным статусами ПИ. С повышением курса эти взаимосвязи ослабевают, поскольку ПИ находится в процессе становления.

Существует отрицательная взаимосвязь между навязанным статусом ПИ и параметром образной креативности - разработанность. Студенты не склонны прорабатывать и продумывать свои идеи и способы решения принимают навязанные извне решения о своем профессиональном будущем.

Существует положительная взаимосвязь между сформированным статусом ПИ и параметрами образной креативности - разработанность и сопротивление замыканию. Студенты, которые определились со своей будущей профессией, склонны к проработке уже существующих идей, а не к генерированию новых, студенты не идут по пути наименьшего сопротивления, а предпочитают обдумать свои решения.

Источники и литература

- 1) 1. Богоявленская Д.Б. Становление субъекта труда // Образование личности. – 2016. – № 4. – С.12-17.
- 2) 2. Матюшина М.А. Взаимосвязь профессионального самоопределения и креативности у студентов гуманитарных и технических направлений подготовки // Студенческий. – 2018. – № 10-4. – С.12-18.
- 3) 3. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: Структура, генезис и условия становления Дисс. ... д. психол. н. 19.00.13. – М, 2001. – 327 с.

- 4) 4. Dollinger S.J. Much more than selfies: Autophotography, individuality and creativity // Cambridge handbook of creativity and personality research, 2017. – P. 323-353.
- 5) 5. Dollinger S.J. Identity and creativity // Identity: An International Journal of Theory and Research, 2005. – № 5. – P. 315-339.
- 6) 6. Tang C.Y. How team identification and expertise identification affect R&D employees' creativity // Creativity and Innovation Management, 2014. – № 3. – P.276-289.
- 7) 7. Tang C.Y. The impact of three kinds of identity on research and development employees' incremental and radical creativity // Creativity and Innovation Management, 2016. – № 23. – P. 276-289.