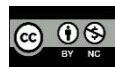


ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБРАЗОВАНИИ

Оригинальная статья / Original paper

doi:10.17853/1994-5639-2025-9-75-98



Структура креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей в контексте профессионализации студентов

Е.И. Колтунов¹, В.Г. Грязева-Добшинская², Ю.А. Дмитриева³, С.Ю. Коробова⁴

Южно-Уральский государственный университет (НИУ), Челябинск, Российская
Федерация.

E-mail: ¹koltunovei@susu.ru; ²griazevadobshinskaiavg@susu.ru; ³dmitrievaya@susu.ru;
⁴k.svetlana-1991@mail.ru

Е.С. Набойченко

Уральский государственный медицинский университет,
Екатеринбург, Российская Федерация.

E-mail: dhona@mail.ru

✉ koltunovei@susu.ru

Аннотация. Введение. Актуальность темы определяется социокультурной природой креативности, требующей анализа в профессиональных контекстах. Цель исследования – выявить и сравнить структурные особенности креативного мышления у студентов разных направлений подготовки, определяемые взаимосвязью их креативных ресурсов и экзистенциальных ценностей. Методология, методы и методики. Исследование основано на системно-динамическом подходе, направленном на исследование структуры креативности в единстве с личностной адаптацией в культурном контексте. В выборку вошли 397 студентов различных специальностей, которые были проинформированы о цели исследования и выразили готовность к сотрудничеству. Для диагностики креативного мышления использовались тест Е. П. Торренса и психосемантическая методика «Ролевые отношения социальных субъектов с творческими личностями». Статистическая обработка данных выполнена в пакете IBM SPSS Statistics. Результаты и научная новизна. Исследование выявило специфику взаимосвязи между креативными ресурсами личности и самооценкой экзистенциальных ценностей у студентов в зависимости от направленности их профессиональной подготовки. Установлено, что для студентов гуманитарных и социальных специальностей характерна интеграция самооценки ценностей с адаптационными ресурсами креативности, в то время как у студентов технических специальностей наблюдается противопоставление этих компонентов.

Впервые установлена качественная неоднородность взаимосвязи креативных ресурсов и экзистенциальной самооценки в зависимости от направленности профессиональной подготовки студентов и выделены четыре типа интеграции: синергия, диссонанс, компенсация и отрицание ценности в структуре «Я». Распределение этих типов имеет отраслевую специфику: для гуманитариев характерен комплекс «синергия-диссонанс-компенсация» при высоком уровне креативности; у будущих специалистов социальной сферы преобладают диссонанс и компенсация; для представителей технической сферы наиболее типично отрицание ценностей в структуре креативных ресурсов. *Практическая значимость.* Материалы исследования представляют практическую ценность для создания моделей комплексного сопровождения студентов в ходе формирования программ, направленных на оптимизацию взаимосвязи между креативным потенциалом и личностной самооценкой учащихся с акцентом на профессиональную составляющую их подготовки.

Ключевые слова: креативность, креативное мышление, креативные ресурсы, самооценка экзистенциальных ценностей, типы интеграции, синергия, диссонанс, компенсация и отрицание ценности

Благодарности. Исследование выполнено в Южно-Уральском государственном университете за счет гранта Российского научного фонда № 23-18-01059, <https://rscf.ru/project/23-18-01059/>

Для цитирования: Колтунов Е.И., Грязева-Добшинская В.Г., Дмитриева Ю.А., Коробова С.Ю., Набойченко Е.С. Структура креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей в контексте профессионализации студентов. *Образование и наука.* 2025;27(9):75–98. doi:10.17853/1994-5639-2025-9-75-98

The structure of creative thinking and the self-assessment of existential values in the context of student professionalisation

E.I. Koltunov¹, V.G. Gryazeva-Dobshinskaya², Yu.A. Dmitrieva³, S.Yu. Korobova⁴
South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation.
E-mail: ¹koltunovei@susu.ru; ²griazevadobshinskaiavg@susu.ru; ³dmitrievaya@susu.ru;
⁴k.svetlana-1991@mail.ru

E.S. Naboichenko
Ural State Medical University, Ekaterinburg, Russian Federation.
E-mail: dhona@mail.ru
✉ koltunovei@susu.ru

Abstract. Introduction. The relevance of this topic is determined by the sociocultural nature of creativity, which necessitates analysis within professional contexts. **Aim.** The present research aimed to identify and compare the structural features of creative thinking among students from different fields of study, as defined by the relationship between their creative resources and existential values. **Methodology and research methods.** The study employs a system dynamics approach to investigate the structure of creativity alongside personal adaptation within a cultural context. The sample comprised 397 students from various specialisms who were informed of the study's purpose and consented to participate. To assess creative thinking, E. P. Torrens' test and the psychosemantic technique "Role Relations of Social Subjects

with Creative Personalities” were utilised. Statistical data processing was conducted using the IBM SPSS Statistics software package. *Results and scientific novelty.* The study elucidated the specific nature of the relationship between the creative resources of personality and the self-assessment of existential values in students, contingent upon the focus of their professional training. It was established that students specialising in the humanities and social sciences exhibit an integration of value self-assessment with the adaptive resources of creativity, whereas students in technical disciplines display a contrast between these components. For the first time, a qualitative heterogeneity in the relationship between creative resources and existential self-assessment was identified, depending on the students’ professional training direction, leading to the classification of four integration types: synergy, dissonance, compensation, and denial of value within the “I” structure. The distribution of these types is industry-specific: humanities students are characterised by a “synergy-dissonance-compensation” complex with a high level of creativity; future social specialists predominantly exhibit dissonance and compensation; while those in technical fields most commonly demonstrate denial of values within the structure of creative resources. *Practical significance.* The research materials are of practical value for developing models that provide comprehensive support to students during the creation of programmes aimed at optimising the relationship between students’ creative potential and their personal self-assessment, with an emphasis on the professional component of their training.

Keywords: creativity, creative thinking, creative resources, self-assessment of existential values, types of integration, synergy, dissonance, compensation, and denial of value

Acknowledgements. The study was conducted at South Ural State University (Chelyabinsk, Russian Federation) and was funded by a grant from the Russian Science Foundation (grant No. 23-18-01059). Further details can be found at <https://rscf.ru/project/23-18-01059/>

For citation: Koltunov E.I., Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Dmitrieva Yu.A., Korobova S.Yu., Naboichenko E.S. The structure of creative thinking and the self-assessment of existential values in the context of student professionalisation. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2025;27(9):75–98. doi:10.17853/1994-5639-2025-9-75-98

Введение

Исследования креативного мышления и формирования креативной личности сохраняют высокую значимость в условиях стремительных изменений в социальной, технологической и культурной сферах современного мира. В данном контексте в сфере высшего образования одной из ключевых задач психологии и образования становится развитие как креативного мышления студента, так и его личностных качеств. Креативность как совокупность мышления и личностных качеств является не только способом создания новых идей, инструментом успешного решения нестандартных задач, но и важным условием эффективного развития и адаптации личности в быстро меняющейся реальности. Изучение развития креативного мышления и личностных особенностей, таких как принятие экзистенциальных ценностей, субъекта является актуальным направлением научных исследований.

Целью настоящего исследования является выявление и сравнительный анализ структурных особенностей креативного мышления студентов на различных направлениях обучения, опосредованных взаимосвязью показателей их креативных ресурсов и самооценки экзистенциальных ценностей.

В соответствии с целью были поставлены следующие исследовательские задачи:

1. Провести сравнительный анализ компонентного состава и структурной организации креативного мышления у студентов, представляющих разные профессиональные сферы.

2. Верифицировать эмпирические типы (модели) интеграции креативных ресурсов и самооценки, базирующейся на экзистенциальных ценностях.

3. Определить характер и направленность структурных взаимосвязей между креативными ресурсами и экзистенциальной самооценкой в группах, сформированных по критерию осваиваемой специальности.

Гипотеза исследования. Субъективное отношение личности к ценностным ориентирам обусловлено контекстом избранной профессиональной деятельности (гуманитарная, социальная, техническая) и может выступать ресурсом креативности субъекта, а также задавать координаты, в рамках которых креативная деятельность будет осуществляться.

Ограничения исследования. В рамках настоящего исследования выборка студентов была агрегирована в три макрогруппы по профессиональному признаку: гуманитарное, социальное и техническое направления. Подобная кластеризация, обусловленная ограниченным объемом доступной выборки и методологией изучения феномена креативности, не позволяет выявить и проанализировать специфические особенности, характерные для узкопрофильных специальностей внутри каждого кластера. Устранение данного ограничения представляется возможным в ходе последующих исследований за счет расширения выборочной совокупности.

Обзор литературы

Современные исследования креативности осуществляются преимущественно в рамках интегративного подхода, где анализируется взаимосвязи личностных характеристик и различных компонентов креативного мышления. G. Fürst с соавторами сформированы теоретические и эмпирические направления развития в направлении интегративной модели креативности [1]. В работе J. S. Puryear и соавторов представлен систематический обзор взаимосвязи личности с дифференциальными концептами креативности [2]. В. Г. Грязевой-Добшинской представлен культурный дифференциал креативности, как теоретическое основание развития эмпирических исследований креативности субъектов в динамичной культуре [3] и проведен анализ структурного и динамического подхода в психологической диагностике креативности [4]. Креативность рассматривается в контексте культуры, исследователями поднимается вопрос значимости социокультурных факторов как одних из ключевых аспектов развития креативности и креативного мышления.

Сравнение популярных моделей креативности, таких как Rhodes 4P, Glaveanu's 5A, Lubart and Thornhill-Miller's 7C, позволяет обнаружить в поздних

моделях больший фокус на культурном аспекте креативности [4]. V. P. Glaveanu с соавторами в тексте коллективного манифеста, посвященного развитию теории креативности, характеризуют креативность как культурно опосредованное действие, использующее символы и инструменты культуры для производства новых культурных ресурсов [5]. Результаты исследований ряда авторов подтверждают социокультурную специфику креативности (G. Xie и Y. Paik [6], V. P. Glaveanu [7], J. F. Cabra и C. D. Guerrero [8]). Глубоко изучается влияние культурной вариативности на креативное мышление: в частности, X. Ge с коллегами предполагают, что творцы изначально «сформированы» родной культурой и замотивированы на реализацию тех креативных решений, которые в наибольшей степени с данной культурой резонируют [9].

Исследования показывают связь креативности и ценностной сферы субъекта. Н. М. Лебедевой с соавторами обнаружено, что ценности открытости к изменениям способствует проявлению креативного поведения, в то время как ценности, направленные на сохранение традиций, оказывают отрицательный эффект [10]. А. А. Федоровой выявлена положительную связь креативного мышления с ценностями самостоятельности и достижения и отрицательную – с ценностями скромности и конформизма [11].

Креативность и креативное мышление анализируются с позиции мотивационно-потребностной сферы. Как отмечает Т. М. Amabile, в рамках компонентной теории креативности, внутренняя мотивация субъекта рассматривается как один из ключевых элементов, необходимых для успешного проявления креативности [12]. Связь внутренней мотивации и креативности подтверждается экспериментальными исследованиями Н. М. Лебедевой и Е. А. Бушиной [13] и работой М. Benedek с соавторами [14]. Креативная деятельность рассматривается в работах А. Маслоу [15] и В. М. Горбуновой [16] как акт создания нового и свободная реализация собственного потенциала за рамками существующих ограничений, является процессом удовлетворения потребности личности к самоактуализации, трансценденции личности.

Активно изучается влияние идентичности на креативность личности. Исследования показывают, что носители более комплексной, множественной идентичности склонны проявлять большую креативность (М. А. Gocłowska и R. J. Crisp [17], Y. Wang и соавторы [18]). В исследовании М. А. Матюшиной обнаружена взаимосвязь между креативностью и профессиональной идентичностью на базе выборки студентов-психологов: показано, что структуры взаимосвязи статусов профессиональной идентичности и параметров креативности усиливаются в процессе профессионализации студентов [19].

V. P. Glaveanu и L. Tanggaard характеризуют креативную идентичность как «персональный проект социального происхождения», адаптивный и динамичный как в пространстве, так и во времени [20]. С. Н. Мауер анализирует специфику развития креативной идентичности в комплексном мультикультурном пространстве [21]. В. Г. Грязевой-Добшинской с соавторами обнаружены специфические особенности структуры креативной идентичности у представи-

телей разных профессиональных сфер (гуманитарной, социальной, технической) на выборке учащихся университета [22].

Менее изученной является связь креативных способностей субъекта и самооценки значимых ценностей. Большая часть исследований в области самооценки посвящена непосредственно оценке субъектом непосредственно его креативных способностей (Е. М. Павлова и Т. В. Корнилова [23], Р. В. Козьяков [24], G. Li и соавторы [25]). Теория ожидания-ценностей J. S. Eccles и A. Wigfield подчеркивает связь между успехом в избранной деятельности и субъективной ценностью задачи в выбранной области деятельности [26]. Исследования С. Sun и соавторов подтверждают связь креативности с оцениваемыми внешними воздействиями, как воспринимаемая субъектом поддержка со стороны его окружения [27]. Изучение воспринимаемой субъектом оценки значимости ценностных оснований в контексте креативности требует большего внимания.

Изучение структуры креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей является актуальным направлением исследования креативного мышления. Субъективное отношение личности к ценностным ориентирам может выступать ресурсом креативности субъекта, а также задавать координаты, в рамках которых данная деятельность будет осуществляться.

Методология, материалы и методы

Исследование основано на системно-динамическом подходе, предполагающем персонологический анализ феномена креативности и рассмотрение динамического единства креативности и адаптации личности в окружающей ее культуре [3].

Поиск научной литературы был проведен на основе системного анализа опубликованных результатов теоретических и эмпирических исследований, размещенный в базах данных Scopus, РИНЦ, eLibrary, Академия Google и др. с глубиной поиска 10 лет по ключевым словам «современные теории креативности», «факторы креативного мышления», «integrative model of creativity», «socio-cultural aspects of creativity», «creative identity», «creative personality», «personal and existential values in creativity studies», «specifics of creativity in different professional fields».

Выборку составили 397 студентов трех профессиональных сфер: гуманитарной (лингвисты, журналисты, филологи), социальной (психологи, социальные психологи), технической (направления – энергетика, автотранспорт, аэрокосмос); 255 девушек, 142 юношей, $M = 20,5$ лет. Все респонденты были проинформированы о цели исследования и выразили готовность к сотрудничеству.

Для диагностики ресурсов креативного мышления использовался тест Е. П. Торренса (фигурная форма А). Методика позволяет оценить креативность по пяти показателям: оригинальность, беглость, гибкость, разработанность и абстрактность названия [28].

Для диагностики самооценки экзистенциальных ценностей субъектов использовалась психосемантическая методика «Рольевые отношения социальных субъектов с творческими личностями» (РОССТЛ) В. Г. Грязевой-Добшинской с соавторами [29]. Методика РОССТЛ основана на методе репертуарных решеток Дж. Келли. Испытуемому предлагается собрать свою идеальную проектную команду, выбирая из 27 картинок персонажей, представляющих различными типами творческих людей, имеющих мифологические прототипы (Икар, Гефест и другие). Персонажи выбираются на 10 ролевых позиций: Я, социальные роли (руководители, заместители, увольняемые – мужчины и женщины) и персональные роли (криэйтор, востребованный сотрудник, спасатель в кризисе).

В процессе выполнения методики выбранные персонажи-образы оцениваются по 12 биполярным конструктам, построенным на основе фразеологизмов, выражающих персональное позитивное/негативное отношение к одной из шести экзистенциальных ценностей: Труд, Познание, Любовь, Игра, Жизнь. Полученные оценки по биполярным конструктам позволяют оценить показатели самооценки субъекта по данным ценностям. Для реализации целей проводимого исследования использовались показатели самооценки по трем экзистенциальным ценностям – Труд, Познание и Свобода.

Методика РОССТЛ валидизирована на выборках менеджеров, где проанализировано соотношение идентичности экзистенциальных ценностей менеджеров с креативным ресурсами [30].

На базе полученных результатов с помощью метода факторного анализа была подтверждена двухфакторная структура креативности, включающая инновационный (показатели *Беглость*, *Гибкость* и *Оригинальность*) и адаптационный (показатели *Разработанность* и *Абстрактность* названия) факторы креативного мышления. Студенты каждой профессиональной сферы согласно рекомендациям В. Г. Грязевой-Добшинской были разделены на четыре типа по соотношению инновационного и адаптационного факторов креативного мышления: поисковый, адаптивный, высоко креативный, и низко креативный), точность дифференциации субъектов на типы подтверждена с помощью дискриминантного анализа [22].

Приведенные в исследовании статистические расчеты выполнялись в программе IBM SPSS Statistics 21.

Результаты исследования

Дифференциация групп студентов различных профессиональных сфер с разным соотношением инновационного и адаптационного факторов креативного мышления

Осуществлена дифференциация студентов каждой профессиональной сферы на группы по типу соотношения инновационного и адаптационного факторов креативного мышления:

- поисковый тип (высокий показатель инновационного фактора креативного мышления, низкий – адаптационного);
- высоко-креативный тип (высокие показатели инновационного и адаптационного факторов креативного мышления);
- поисковый тип (низкие показатели инновационного и адаптационного факторов креативного мышления).

Результаты первичной статистической обработки данных для каждой из групп приведены в таблице 1.

Структура креативного мышления и самооценки базовых ценностей студентов различных профессиональных сфер

Проведен анализ интегративных факторных структур креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей у субъектов трех профессиональных сфер.

Таблица 1
Описательные статистические данные сформированных групп

Table 1
Descriptive statistics of groups

Переменные / Indicators	Тип креативного мышления / Type of creative thinking							
	П. / E.		А. / A.		В.К. / H.C.		Н.К. / L.C.	
	Среднее / Mean	σ	Среднее / Mean	σ	Среднее / Mean	σ	Среднее / Mean	σ
Студенты гуманитарной сферы / Humanities students								
Беглость / Fluency	6.37	1.60	3.32	1.08	6.22	1.48	3.34	1.31
Гибкость / Flexibility	6.43	1.42	3.23	1.36	6.28	1.32	3.09	1.44
Оригинальность / Originality	6.31	1.49	3.39	0.92	6.61	1.75	3.34	1.21
Разработанность / Elaboration	5.00	1.70	5.19	1.94	7.11	1.41	3.53	0.88
Абстрактность / Abstractness	4.59	3.14	7.52	3.97	8.78	3.21	2.59	1.78
Труд / Labour	2.51	3.45	3.06	4.15	2.56	3.67	2.47	3.44
Познание / Knowledge	2.76	3.87	1.68	4.18	1.06	2.71	1.28	4.01
Свобода / Freedom	2.73	3.86	1.94	3.55	1.11	4.23	2.91	2.98
Студенты социальной сферы / Students of social field								
Беглость / Fluency	6.36	1.37	3.00	1.03	6.80	1.74	3.38	0.94
Гибкость / Flexibility	6.51	1.23	2.94	1.30	6.25	1.62	3.27	1.04
Оригинальность / Originality	6.10	1.47	3.14	0.91	6.50	1.61	3.73	1.19
Разработанность / Elaboration	5.23	1.88	5.66	1.80	8.00	1.38	3.81	0.94
Абстрактность / Abstractness	3.77	3.10	8.69	4.26	10.15	2.80	2.81	1.47
Труд / Labour	3.03	4.09	1.91	3.58	2.70	5.52	3.19	2.58
Познание / Knowledge	2.41	3.70	1.51	3.74	1.00	4.15	1.12	2.90
Свобода / Freedom	1.36	2.53	2.49	4.32	2.70	4.65	1.04	4.06

Переменные / Indicators	Тип креативного мышления / Type of creative thinking							
	П. / E.		А. / A.		В.К. / H.C.		Н.К. / L.C.	
	Среднее / Mean	σ	Среднее / Mean	σ	Среднее / Mean	σ	Среднее / Mean	σ
Студенты технической сферы / Students of technical field								
Беглость / Fluency	6.64	1.31	3.22	1.17	7.18	1.74	3.50	1.26
Гибкость / Flexibility	6.34	1.41	3.39	1.24	6.82	1.51	3.68	1.32
Оригинальность / Originality	5.95	1.39	3.39	1.24	6.76	2.14	3.73	1.03
Разработанность / Elaboration	4.05	1.61	5.06	1.83	5.82	1.59	3.32	0.84
Абстрактность / Abstractness	4.47	3.40	7.78	3.93	10.00	3.64	2.77	1.72
Труд / Labour	2.10	3.34	3.74	3.94	4.18	4.77	5.23	4.95
Познание / Knowledge	2.15	4.08	1.77	3.40	0.59	2.90	1.55	3.70
Свобода / Freedom	2.46	3.56	1.71	4.14	2.24	5.34	2.23	3.53

Примечание: П. – поисковый тип креативного мышления; А. – адаптивный тип креативного мышления; В.К. – высоко креативный тип мышления; Н.К. – низко креативный тип; Абстрактность – Абстрактность названия.

Note. E. – exploratory type of creative thinking; A. – adaptive type of creative thinking; H.C. – high creative type of creative thinking; L.C. – low creative type of creative thinking; Abstractness – Abstractness of titles.

Интегративные структуры креативного мышления субъектов гуманитарной сферы

Анализ факторных структур студентов гуманитарной сферы представлен в таблице 2.

Субъекты **поискового** типа. Факторная структура: 1 – комплекс (беглость, гибкость, оригинальность) не соотносится с самооценкой по значимым ценностям; 2 – самооценка по ценности Труд и показатель абстрактность названия противопоставлены самооценке по ценности Свобода; 3 – самооценка по ценности Познание и показатель разработанность.

Таблица 2

Факторная структура креативного мышления и самооценки
экзистенциальных ценностей студентов гуманитарной сферы

Table 2

Factor structure of creative thinking and self-assessment by existential
values for humanities students

Ф. / F.	Самооценка по значимым ценностям / Self-assessment by existential values			Обобщенные факторы креативного мышления / Generalised creative thinking factors					%, d
	Труд / Labour	Познание / Knowledge	Свобода / Freedom	Инновационный / Innovational			Адаптационный / Adaptational		
				Беглость / Fluency	Гибкость / Flexibility	Ориг. / Originality	Разработ. / Elaboration	Абстракт. / Abstractness	
Поисковый / Exploratory, n = 39				KMO = 0,520			К. Бартлетта / Bartlett's c. 61,9**		
1				0,86	0,69	0,82			25,63
2	0,49		-0,70					0,77	20,46

Ф. / F.	Самооценка по значимым ценностям / Self-assessment by existential values			Обобщенные факторы креативного мышления / Generalised creative thinking factors					%, d
	Труд / Labour	Познание / Knowledge	Свобода / Freedom	Инновационный / Innovational			Адаптационный / Adaptational		
				Беглость / Fluency	Гибкость / Flexibility	Ориг. / Originality	Разработ. / Elaboration	Абстракт. / Abstractness	
3		0,81					0,86		17,78
Адаптивный / Adaptive, n = 35									

Примечание: Ф. – Фактор; Ориг. – Оригинальность; Разработ. – Разработанность; Абстракт. – Абстрактность названия; d – доля дисперсии; * – $p \leq 0,05$, ** – $p \leq 0,01$.

Note. F. – Factor; Abstractness – Abstractness of titles; KMO – Kaiser-Meyer-Olkin test measure; d – dispersion; * – $p \leq 0,05$, ** – $p \leq 0,01$.

Субъекты **адаптивного** типа. Факторная структура: 1 – комплекс показателей (беглость, гибкость, оригинальность, разработанность) не соотносится с самооценками по значимым ценностям; 2 – самооценка по ценности Свобода и показатель абстрактность названия противопоставлены самооценке по ценности Труд; 3 – самооценка по ценности Познание противопоставлена показателю оригинальность.

Субъекты **высоко креативного** типа. Факторная структура: 1 – самооценка по ценности Свобода и комплекс показателей (беглость, гибкость, оригинальность, абстрактность названия); 2 – самооценка по ценностям Труд, Познание и показатели беглость, гибкость; 3 – самооценка по ценности Познание и показатель разработанность противопоставлены показателю оригинальность.

Субъекты **низко креативного** типа. Факторная структура: 1 – самооценка по ценности Свобода противопоставлена комплексу показателей (беглость, гибкость, оригинальность); 2 – самооценка по ценности Свобода и показатели оригинальность, разработанность, абстрактность названия; 3 – самооценка по ценности Труд противопоставлена самооценке по ценностям Познание и Свобода.

У студентов **гуманитарной** профессиональной сферы значимые интегративные факторные структуры представлена в каждом из креативных типов.

В группе студентов *поискового* типа обнаружена прямая связь адаптационных ресурсов креативного мышления с самооценкой по ценностям *Труд* и *Познание* и обратная – с самооценкой по ценностям *Свобода*. Развитие и доработка уже сформированных идей соотносится с деятельностью, требующей рефлексии трудовых усилий и изыскания новой информации для реализации.

У студентов *адаптивного* типа инновационный ресурс креативного мышления *оригинальность* противопоставлен самооценке по ценности *Познание* (Отрицание познавательной ценности формирования новых оригинальных), а адаптационный ресурс *абстрактность названия* связан с самооценкой по ценности *Свобода* и противопоставлен самооценке по ценности *Труд*. Обобщение и понимания сути идеи соотносится с рефлексией реализации свободного выбора, а не трудовых усилий.

В группе студентов *высоко креативного* типа выявлена синергическая согласованность инновационных ресурсов креативности (*беглость, гибкость, оригинальность*) и самооценка по ценностям *Познание* и *Свобода* – формирование и реализация новых уникальных идей соотносится как с рефлексией проявления собственной свободы выбора, так и рефлексией стремления к обретению новых знаний.

У студентов *низко креативного* типа обнаружена прямая связь самооценки по ценности *Свобода* с адаптационными ресурсами креативного мышления и обратная – с инновационным. Представители данной группы ассоциируют рефлексии свободы самореализации с синтезом уже сформированных идей, чем с созданием уникальных новых.

Интегративные структуры креативного мышления субъектов социальной сферы

Анализ факторных структур студентов социальной сферы представлен в таблице 3.

Субъекты **поискового** типа. Факторная структура: 1 – комплекс показателей (*беглость, гибкость, оригинальность*) не соотносится с самооценкой по значимым ценностей; 2 – самооценка по ценностям *Труд* и *Свобода*, и показатель *абстрактность названия*; 3 – самооценка по ценности *Познание* и показатель *разработанность*.

Субъекты **адаптивного** типа. Факторная структура: 1 – самооценка по ценности *Труд* и комплекс показателей (*беглость, гибкость, оригинальность*); 2 – самооценка по значимым ценностям *Труд, Познание, Свобода* и показатель *разработанность*; 3 – самооценка по ценности *Труд* и показатель *абстрактность названия* противопоставлены показателю *разработанность*.

Субъекты **высоко креативного** типа. Факторная структура: 1 – комплекс показателей (*беглость, гибкость, оригинальность*) не соотносится с самооценкой по значимым ценностям; 2 – самооценка по ценности *Познание* и пока-

затель *абстрактность названия* противопоставлены показателю *разработанность*.

Среди студентов *социальной* профессиональной сферы значимые интегративные факторные структуры представлены в группах *поискового, адаптивного и высоко креативного* типа. У субъектов *низко креативного типа* не выявлено интеграции самооценки по значимым ценностям и ресурсов креативного мышления.

В группе студентов *поискового* типа самооценка по ценностям *Труд, Познание* и *Свобода* соотносится с адаптационными ресурсам креативного мышления – процесс развития и синтеза уже сформированных идей поддерживается рефлексией значимых базовых ценностей.

Факторная структура креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей студентов социальной сферы

Factor structure of creative thinking and self-assessment by existential values for student of social field

Ф. / F.	Самооценка по значимым цен- ностям / Self-assessment by existential values			Обобщенные факторы креативного мышления / Generalised creative thinking factors					%, d
				Инновационный / Innovational			Адаптационный / Adaptational		
	Труд / Labour	Познание / Knowledge	Свобода / Freedom	Беглость / Fluency	Гибкость / Flexibility	Ориг. / Originality	Разработ. / Elaboration	Абстракт. / Abstractness	
Поисковый / Exploratory, n = 51				KMO = 0,565			К. Бартлетта / Bartlett's с. 88,9**		
1				0,89	0,85	0,80			28,80
2	0,57		0,71					0,75	19,76
3		0,69					0,71		15,35
Адаптивный / Adaptive, n = 31				KMO = 0,544			К. Бартлетта / Bartlett's с. 58,6**		
1	0,45			0,83	0,90	0,72			28,90
2	0,41	0,73	0,75				0,44		19,98
3	0,43						-0,67	0,83	16,76
Высоко креативный / High creative, n = 18				KMO = 0,551			К. Бартлетта / Bartlett's с. 27,5*		
1	–		–	0,94	0,69	0,89			37,95
2	–	0,72	–				-0,63	0,71	23,86

Примечание: Ф. – Фактор; Ориг. – Оригинальность; Разработ. – Разработанность; Абстракт. – Абстрактность названия; d – доля дисперсии; * – $p \leq 0,05$, ** – $p \leq 0,01$.

Note. F. – Factor; Abstractness – Abstractness of titles; KMO – Kaiser-Meyer-Olkin test measure; d – dispersion; * – $p \leq 0,05$, ** – $p \leq 0,01$.

У студентов *адаптивного* типа самооценка по ценности *Труд* образует структуру как с инновационным, так и адаптационным креативным ресурсами. Как и в группе *поискового* типа, самооценка по всем базовым ценностям связана с креативным ресурсом *Разработанность*, отражая ценностную рефлексия адаптационной креативной деятельности.

В группе студентов *высоко креативного* типа самооценка по ценности *Познание* формирует структуру с адаптационными ресурсами креативности (прямая связь с ресурсом *абстрактность названия* и обратная – с *разработанностью*). Самооценка по ценностям *Труд* и *Свобода* не включены в структуру креативных ресурсов данной группы, отражая низкую степень ценностной рефлексии креативного процесса.

*Интегративные структуры креативного мышления
субъектов технической сферы*

Анализ факторных структур студентов технической сферы представлен в таблице 4.

Субъекты **поискового** типа. Факторная структура: 1 – самооценка по ценности *Свобода* противопоставлена комплексу показателей (*беглость, гибкость, оригинальность*); 2 – самооценка по ценностям *Труд* и *Познание* не соотносится с показателями креативного мышления; 3 – самооценка по ценности *Труд* противопоставлена показателю *разработанность*; 4 – показатель *абстрактность названия* не соотносится с самооценкой по значимым ценностям.

Таблица 4

Факторная структура креативного мышления и самооценки
экзистенциальных ценностей студентов технической сферы

Table 4

Factor structure of creative thinking and self-assessment by existential
values for student of technical field

Ф. / F.	Самооценка по значимым ценностям / Self-assessment by existential values			Обобщенные факторы креативного мышления / Generalised creative thinking factors					%, d
	Труд / Labour	Познание / Knowledge	Свобода / Freedom	Беглость / Fluency	Гибкость / Flexibility	Ориг. / Originality	Разработ. / Elaboration	Абстракт. / Abstractness	
Поисковый / <i>Exploratory</i> , n = 59				KMO = 0,572			К. Бартлетта / <i>Bartlett's c.</i> 73,8**		
1			-0,44	0,85	0,74	0,74			28,76
2	0,40	0,91							15,12
3	-0,74						0,74		14,88
4								0,91	12,13
Адаптивный / <i>Adaptive</i> , n = 18				KMO = 0,509			К. Бартлетта / <i>Bartlett's c.</i> 60,4**		
1			-0,71	0,94	0,83	0,70	0,47		36,04
2		0,74	0,46					-0,84	20,76
3	0,95						-0,55		18,46

Примечание: Ф. – Фактор; Ориг. – Оригинальность; Разработ. – Разработанность; Абстракт. – Абстрактность названия; d – доля дисперсии; * – $p \leq 0,05$, ** – $p \leq 0,01$.

Note. F. – Factor; Abstractness – Abstractness of titles; KMO – Kaiser-Meyer-Olkin test measure; d – dispersion; * – $p \leq 0,05$, ** – $p \leq 0,01$.

Субъекты **адаптивного** типа. Факторная структура: 1 – самооценка по ценности *Свобода* противопоставлена комплексу показателей креативных ресурсов (*беглость, гибкость, оригинальность, разработанность*); 2 – самооценка по ценностям *Познание* и *Свобода* противопоставлена показателю *абстрактность названия*; 3 – самооценка по ценности *Труд* противопоставлены показателю *разработанность*.

Среди студентов **технической** профессиональной сферы значимые интегративные факторные структуры представлены только в группах *поискового* и *адаптивного* типа. У субъектов *низко креативного* и *высоко креативного* типа не выявлено интеграции самооценки по значимым ценностям и ресурсов креативного мышления.

У студентов *поискового* типа самооценка по ценности *Свобода* противопоставлена инновационным ресурсам креативности, а самооценка по ценности *Труд* – адаптационному ресурсу *разработанность*. В данной группе проявляется как отрицание рефлексии свободы самореализации в создании нового творческого продукта, так и отрицание ценностной рефлексии трудовых затрат, необходимых на доработку и совершенствовании уже сформированной идеи.

Структура отрицания выявлена и в группе студентов *адаптивного* типа, включающая противопоставление креативных ресурсов и самооценок по всем значимым ценностям (самооценка по ценностям *Труд, Познание* и *Свобода* противопоставлена адаптационным ресурсам креативности, самооценка по ценности *Свобода* – инновационным).

Сравнение факторной структуры ресурсов креативного мышления и самооценки по значимым ценностям у субъектов трех профессиональных сфер выявило особенности интегративных структур их ценностных и креативных ресурсов.

Анализ вариантов интеграции ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей студентов различных профессиональных сфер

На основе анализа факторной структуры ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей выявлено четыре варианта интеграции этих ресурсов у представителей трех профессиональных сфер: **синергия, диссонанс, компенсация** и **отрицание ценности в структуре креативных ресурсов Я**.

Синергия – взаимное усиление ресурсов креативного мышления и ценностей, соответствующих креативной деятельности. **Синергия** представлена в 1-м факторе интегративной структуры ресурсов студентов *высоко креативного* типа гуманитарной сферы: сочетание комплекса инновационных креативных ресурсов (*беглость, гибкость, оригинальность*), способствующих созданию качественно новых продуктов творчества, и самооценки по ценностям *Познания* и *Свободы*.

Диссонанс – противоречие в структуре ресурсов креативного мышления и ценностей, не соответствующих данному варианту креативной деятельности.

Диссонанс представлен в нескольких интегративных факторных структурах. Во 2-ом факторе структуры ресурсов студентов *поискового* типа гуманитарной сферы: включение в одну структуру адаптационного ресурса *Разработанность* и самооценки по ценности *Познание*. Во 2-м факторе структуры ресурсов студентов *высоко-креативного* типа гуманитарной сферы: интеграция самооценки по ценности *Труд* в комплекс инновационных креативных ресурсов (*беглость, гибкость*) и самооценки по ценности *Познание*. Во 2-м факторе структуры ресурсов студентов *низко-креативного* типа гуманитарной сферы: включение в один комплекс адаптационных ресурсов (*разработанность, абстрактность названия*) и инновационного ресурса *Оригинальность* с самооценкой по ценности *Свобода*. В структуры ресурсов студентов *поискового* типа социальной сферы: во 2-м факторе – включение самооценки по ценности *Свобода* в один комплекс с адаптационным ресурсом *абстрактность названия* и самооценкой по ценности *Труд*; в 3-м факторе – адаптационный ресурс *Разработанность* и самооценка по ценности *Познание*. В структуре ресурсов студентов *адаптивного* типа социальной сферы: в 1-м факторе – комплекс инновационных ресурсов креативности (*беглость, гибкость, оригинальность*) и самооценка по ценности *Труд*; во 2-м факторе – адаптационный ресурс *Разработанность* и самооценка по ценностям *Познание* и *Свобода*.

Компенсация – преодоление конфликта интегративной структуры креативности и самооценки по значимым ценностям с помощью выраженных ресурсов, соответствующих собственному типу креативного мышления. **Компенсация** представлена в нескольких факторных структурах. Во 2-м факторе структуры ресурсов студентов *адаптивного* типа гуманитарной сферы: конфликт биполярной структуры самооценок по противопоставляемым ценностям *Труд* и *Свобода* компенсируется с помощью адаптационного ресурса *Разработанность*. В 3-м факторе структуры ресурсов студентов *высоко-креативного* типа гуманитарной сферы: конфликт биполярной структуры противопоставления инновационного ресурса *Оригинальность* и самооценки по ценности *Познание* компенсируется адаптационным ресурсом *Разработанность*. В 3-м факторе структуры ресурсов студентов *адаптивного* типа социальной сферы: конфликт биполярной структуры противопоставления адаптационного ресурса *Разработанность* и самооценки по ценности *Труд* компенсируется адаптационным ресурсом *Абстрактность названия*. Во 2-м факторе структуры ресурсов студентов *высоко-креативного* типа социальной сферы: конфликт биполярной структуры противопоставления адаптационного ресурса *Разработанность* и самооценки по ценности *Познание* компенсируется адаптационным ресурсом *Абстрактность названия*.

Отрицание ценности в структуре креативных ресурсов Я – взаимное ослабление, нивелирование ресурсов через конфликтное противопоставление ресурсов креативного мышления и ценностей. **Отрицание** представлено в нескольких факторных структурах. В 1-м факторе структуры ресурсов студентов *адаптивного* типа гуманитарной сферы: инновационный ресурс *Ори-*

гинальность противопоставлен самооценке по ценности *Познание*. В структуре ресурсов студентов *поискового* типа технической сферы: в 1-м факторе – комплекс инновационных ресурсов креативности (*беглость, гибкость, оригинальность*) противопоставлен самооценке по ценности *Свобода*; в 3-м факторе – адаптационный ресурс *Разработанность* противопоставлен самооценке по ценности *Труд*. В структуре ресурсов студентов *адаптивного* типа технической сферы: в 1-м факторе – комплекс креативных ресурсов (*беглость, гибкость, оригинальность, разработанность*) противопоставлен самооценке по ценности *Свобода*; во 2-м факторе – адаптационный ресурс *Абстрактность названия* противопоставлен самооценке по ценностям *Познание* и *Свобода*; в 3-м факторе – адаптационный ресурс *Разработанность* противопоставлен самооценке по ценности *Труд*.

Анализ сочетания выявленных типов интеграции ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей выявил следующие особенности, характерные для каждой из профессиональных сфер: в структуре ресурсов студентов *гуманитарной* сферы обнаружены варианты ***синергии, диссонанса и компенсации*** (включая сочетание одновременно всех трех вариантов интеграции у студентов *высоко-креативного* типа); в структуре ресурсов групп студентов *социальной* сферы – варианты ***диссонанса и компенсации*** и ***отрицания***; в структуре ресурсов групп студентов *технической* сферы – только ***отрицание***.

Обсуждение

Исследование факторной структуры ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей подтвердило специфичность интегративных структур креативных и ценностных ресурсов студентов разных профессиональных сфер.

У субъектов *гуманитарной* и *социальной* сфер преобладает интеграция самооценки по значимым ценностям с адаптационными ресурсами креативного мышления. Это соотносится с представлением о адаптивной креативности как факторе, обеспечивающем комфортную социализацию субъектов в динамичном пространстве современной культуры [3]. Профессиональная деятельность в гуманитарной и социальной сферах сильнее связана с межличностным взаимодействием, при котором такие социокультурные факторы, как ценностные ориентации субъекта, способны оказывать влияние на успешность профессиональной реализации.

Комплекс инновационных ресурсов креативного мышления соотносится с самооценкой по ценностям у субъектов *высоко креативного* типа гуманитарной сферы и субъектов *адаптивного типа* социальной сферы. В группе студентов *высоко креативного* типа гуманитарной сферы прямая связь инновационных ресурсов креативности и самооценка по ценностям *Познание* и *Свобода* соотносится с существующими исследованиями о связи креативности с стремлени-

ем к независимости (Е. Р. Waples и Т. Л. Friedrich [31]), личностной автономии (А. А. Федорова [11]), открытости к новому опыту (С. S. Tan и соавторы [32]).

В группе студентов *адаптивного типа* социальной сферы связь самооценки по ценности Труд с инновационными и адаптационными ресурсами креативности может быть объяснена в контексте концепции Р. Burgmer с соавторами о комплексности выбора предпочтения между ценностью креативности и труда и требует дальнейшего исследования [33].

У студентов *технической* сферы выявлено противопоставление самооценки экзистенциальных ценностей как инновационным, так и адаптационным ресурсам креативного мышления. Это может быть объяснено в контексте исследования J. Shukla и R. Kark в области *девиантной* креативности, проявляющейся в ситуации ограничения профессиональной автономии [34], и работы Н. В. Мешковой и С. Н. Ениколопова, подчеркивающей возможную связь ценностей личностного фокуса с антисоциальной и негативной креативностью на примере враждебно-настроенных людей [35]. Высокая степень регламентированности профессиональных задач в рамках специальностей *технической* сферы способствует формированию у субъектов необходимости разделять ценности личности и профессиональную креативную деятельность из опасения негативного результата.

Выявлено четыре варианта системы интеграции ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей: **синергия, диссонанс, компенсация и отрицание ценности в структуре креативных ресурсов Я**. Вариант *синергии* представлен в факторной структуре только одной группы (высоко креативные студенты гуманитарной сферы). Вариант *отрицания* преобладает в факторной структуре групп *технической* сферы (*поисковый* и *адаптивный* типы). Обнаруженные интегративные тенденции соотносятся с существующими исследованиями о социокультурной природе креативности (J. F. Cabra и C. D. Guerrero [8], М. В. Солодихина и Н. И. Одинцова [36], Y. Shao и соавторы [37]) и представлениями Т. Lubart и В. Thornhill-Miller о социокультурном контексте как факторе, способном как усиливать, так и подавлять креативность [38].

Обнаружены сочетания вариантов интеграции ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей, характерные для учащихся различных профессиональных сфер.

У студентов *гуманитарной* сферы: комплекс **синергия-диссонанс-компенсация** в структуре группы *высоко-креативного* типа отражает возможность дальнейшего креативного роста через преодоление существующих противоречий.

У студентов *социальной* сферы: преобладание **диссонанса** и **компенсации** показывает актуальность оптимизации используемых креативных ресурсов в соответствии с избираемым вариантом креативности деятельности.

У студентов *технической* сферы: **отрицание ценности в структуре креативных ресурсов Я** указывает на возможность повышения креативного потен-

циала учащихся актуализацией ценностного компонента обучения на данных специальностях.

Полученные данные указывают на ближайшие *актуальные направления развития* креативного мышления и соотносятся с результатами исследований М. В. Солодихиной и Н. И. Одинцовой о специфике навыков критического мышления студентом гуманитарных и естественно-научных направлений, отражающих актуальность развития навыков студентов с большим акцентом на креативную деятельность [36].

Заключение

Анализ интегративной структуры ресурсов креативного мышления и самооценки экзистенциальных ценностей студентов выявило особенности взаимосвязи креативных ресурсов, характерные для представителей различных профессиональных сфер с разным соотношением инновационного и адаптационного фактора креативности. Для субъектов *гуманитарной и социальной* сферы характерно преобладание интеграции самооценки по значимым ценностям с адаптационными ресурсами креативности. У студентов *технической* сферы самооценка по значимым ценностям либо не интегрирована в структуру креативного мышления (*высоко креативный* и *низко креативный* типы) либо противопоставляется креативным ресурсам (*поисковый* и *адаптивный* типы).

На основе проведенного анализа выявлено четыре типа варианта интеграции креативных ресурсов: ***синергия, диссонанс, компенсация и отрицание ценности в структуре креативных ресурсов Я***. Выраженность обнаруженных типов у студентов различных специальности позволяет говорить о особенностях соотношения ресурсов креативности и самооценки экзистенциальных ценностей, обусловленных профессиональной деятельностью исследуемых направлений.

Теоретическая значимость полученных результатов представлена в расширении понимания ресурсов креативного мышления через связь с самооценкой экзистенциальных ценностей в контексте профессионализации студентов.

Практическая значимость заключается в перспективе использования результатов исследования в комплексных программах сопровождения студентов, направленных на формирование синергичной интеграции ресурсов креативности и самооценки экзистенциальных ценностей с учетом профессиональных особенностей направления их обучения.

Список использованных источников

1. Fürst G., Ghisletta P., Lubart T. Toward an integrative model of creativity and personality: theoretical suggestions and preliminary empirical testing. *Journal of Creative Behavior*. 2016;50:87–108. doi:10.1002/jocb.71

2. Puryear J.S., Kettler T., Rinn A.N. Relationships of personality to differential conceptions of creativity: a systematic review. *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts*. 2017;11(1):59–68. doi:10.1037/aca0000079
3. Грязева-Добшинская В.Г. Культурный дифференциал креативности: теоретические основания исследований творчества субъектов в динамичной культуре. *Психология. Психофизиология*. 2024;17(4):34–49. doi:10.14529/jpps240403
4. Грязева-Добшинская В.Г., Колтунов Е.И., Коробова С.Ю., Глухова В.А., Набойченко Е.С. Многофакторные модели креативности субъектов: структурный и динамический подходы в психологической диагностике. *Образование и наука*. 2024;26(9):129–150. doi:10.17853/1994-5639-2024-9-129-150
5. Glaveanu V.P., Hanson M.A., Baer J., Barbot B., Clapp E.B., Corazza G.E., et al. Advancing creativity theory and research: a socio-cultural manifesto. *Journal of Creative Behavior*. 2019;54(3):741–745. doi:10.1002/jocb.395
6. Xie G., Paik Y. Cultural differences in creativity and innovation: are Asian employees truly less creative than western employees? *Asia Pacific Business Review*. 2018;25(1):123–147. doi:10.1080/13602381.2018.1535380
7. Glaveanu V.P. A sociocultural theory of creativity: bridging the social, the material, and the psychological. *Review of General Psychology*. 2020;24(4):335–354. doi:10.1177/1089268020961763
8. Cabra J.F., Guerrero C.D. Regional creativity: cultural and socio-economic differences. *Journal of Creativity*. 2022;32(2):100022. doi:10.1016/j.yjoc.2022.100022
9. Ge X., Xu C., Furue N., Misaki D., Lee C., Markus H.R. The cultural construction of creative problem-solving: a critical reflection on creative design thinking, teaching, and learning. In: Meinel C., Leifer L., eds. *Design Thinking Research. Understanding Innovation*. Cham: Springer; 2022:13–40. doi:10.1007/978-3-031-09297-8_15
10. Lebedeva N., Schwartz S.H., Van De Vijver F.J., Plucker J., Bushina E. Domains of everyday creativity and personal values. *Frontiers in Psychology*. 2019;9:2681. doi:10.3389/fpsyg.2018.02681
11. Федорова А.А. Связь креативности, ценностей и конфликтного поведения сотрудников. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2019;16(1):191–204. doi:10.17323/1813-8918-2019-1-191-203
12. Amabile T.M. Componential theory of creativity. In: Kessler E.H., ed. *Encyclopedia of Management Theory*. London: Sage Publications; 2013:134–139. doi:10.4135/9781452276090.n42
13. Лебедева Н.М., Бушина Е.В. Влияние ценностей и мотивации личности на креативное поведение и отношение к инновациям. *Психология в экономике и управлении*. 2015;7(1):26–35. doi:10.17150/2225-7845.2015.7(1).26-35
14. Benedek M., Bruckdorfer R., Jauk E. Motives for creativity: exploring the what and why of everyday creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 2020;54(3):610–625. doi:10.1002/jocb.396
15. Маслоу А. *Новые рубежи человеческой природы*. Москва: Смысл; 1999. 432 с. Режим доступа: <http://psyberia.ru/book/maslow01.pdf> (дата обращения: 03.07.2025).
16. Голубова В.М. Исследование природы креативного мышления и креативности личности. *Фундаментальные исследования*. 2015;2(5):1067–1071. Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36985> (дата обращения: 03.07.2025).
17. Gocłowska M.A., Crisp R.J. How dual-identity processes foster creativity. *Review of General Psychology*. 2014;18(3):216–236. doi:10.1037/gpr0000008
18. Wang Y., Lau D.C., Kim Y. Are multiple-identity holders more creative? The roles of ambivalence and mindfulness. *Journal of Business and Psychology*. 2024;39:187–207. doi:10.1007/s10869-022-09868-2
19. Матюшина М.А. Взаимосвязь профессиональной идентичности и креативности у студентов-психологов. *Психолог*. 2020;3:53–62. doi:10.25136/2409-8701.2020.3.32745

20. Glaveanu V.P., Tanggaard L. Creativity, identity, and representation: towards a socio-cultural theory of creative identity. *New Ideas in Psychology*. 2014;34:12–21. doi:10.1016/j.newidea-psych.2014.02.002
21. Mayer C.-H. Navigating contact zones in 21st century schools: creative identity development in two complex transcultural spaces. *Journal of Intercultural Communication*. 2021;21(1):19–33. doi:10.36923/jicc.v21i1.3
22. Грязева-Добшинская В.Г., Дмитриева Ю.А., Колтунов Е.И., Коробова С.Ю., Торцева А.П., Кочкина Д.В. Креативная идентичность: варианты интеграции когнитивных, персональных, социокультурных ресурсов субъектов. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2025;2(1):9–29. doi:10.17323/1813-8918-2025-1-9-29
23. Павлова Е.М., Корнилова Т.В. Триада «толерантность к неопределенности-эмоциональный интеллект-интуитивный стиль» и самооценка креативности у лиц творческих профессий. *Психолого-педагогические исследования*. 2019;11(1):107–117. doi:10.17759/psyedu.2019110109
24. Козьяков Р.В. Индивидуальная вариативность профессионального креативного мышления. *Человеческий капитал*. 2023;6(174):125–136. Режим доступа: https://humancapital.su/wp-content/uploads/2023/06/202306_p125-136.pdf (дата обращения: 03.07.2025).
25. Li G., Chu R., Tang T. Creativity self-assessments in design education: a systematic review. *Thinking Skills and Creativity*. 2024;52:101494. doi:10.1016/j.tsc.2024.101494
26. Eccles J.S., Wigfield A. From expectancy-value theory to situated expectancy-value theory: a developmental, social cognitive, and sociocultural perspective on motivation. *Contemporary Educational Psychology*. 2020;61:101859. doi:10.1016/j.cedpsych.2020.101859
27. Sun C., Zhou Z., Yu Q., Gong S., Yi L., Cao Y. Exploring the effect of perceived teacher support on multiple creativity tasks: based on the expectancy-value model of achievement motivation. *The Journal of Creative Behavior*. 2021;55(1):15–24. doi:10.1002/jocb.430
28. Туник Е.Е. *Диагностика креативности. Тест Е. Торренса*. СПб.: Иматон; 2006. 171 с.
29. Грязева-Добшинская В.Г., Бакунчик Н.Ю., Глухова В.А., Мальцева А.С. Методика диагностики отношения социальных субъектов к творческой личности. *Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология»*. 2008;33:33–45. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-dagnostiki-otnosheniya-sotsialnyh-subektov-k-tvorcheskoy-lichnosti> (дата обращения: 03.07.2025).
30. Грязева-Добшинская В.Г., Дмитриева Ю.А., Коробова, С.Ю., Глухова В.А. Личностные ресурсы и барьеры инновационного лидерства менеджеров: структурные аспекты мотивации, стиля лидерства, социальной идентичности. *Организационная психология*. 2023;13(3):9–28. doi:10.17323/2312-5942-2023-13-3-9-28
31. Waples E.P., Friedrich T.L. Managing creative performance: important strategies for leaders of creative efforts. *Advances in Developing Human Resources*. 2011;13(3):366–385. doi:10.1177/1523422311424713
32. Tan C.S., Lau X.S., Kung Y.T., Kailsan R.A.L. Openness to experience enhances creativity: the mediating role of intrinsic motivation and the creative process engagement. *The Journal of Creative Behavior*. 2019;53(1):109–119. doi:10.1002/jocb.170
33. Burgmer P., Forstmann M., Stavrova O. Ideas are cheap: when and why adults value labor over ideas. *Journal of Experimental Psychology: General*. 2019;148(5):824. doi:10.1037/xge0000473
34. Shukla J., Kark R. Now you do it, now you don't: the mixed blessing of creative deviance as a prosocial behavior. *Frontiers in Psychology*. 2020;11:313. doi:10.3389/fpsyg.2020.00313
35. Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. Креативность и девиантность: современное состояние проблемы в психологии. *Психология и право*. 2020;10(3):86–107. doi:10.17759/psylaw.2020100307
36. Солодихина М.В., Одинцова Н.И. Сравнение навыков критического мышления студентов гуманитарных и естественно-математических направлений подготовки. *Образование и наука*. 2025;27(5):40–67. doi:10.17853/1994-5639-2025-5-40-67

37. Shao Y., Zhang C., Zhou J., Gu T., Yuan Y. How does culture shape creativity? A mini-review. *Frontiers in Psychology*. 2019;10:1219. doi:10.3389/fpsyg.2019.01219
38. Lubart T., Thornhill-Miller B. Creativity: an overview of the 7C's of creative thought. In: Sternberg R.J., Funke J., eds. *The Psychology of Human Thought: An Introduction*. Heidelberg: Heidelberg University Publishing; 2020:277–305. doi:10.17885/heup.470.c6678

References

1. Fürst G., Ghisletta P., Lubart T. Toward an integrative model of creativity and personality: theoretical suggestions and preliminary empirical testing. *Journal of Creative Behavior*. 2016;50:87–108. doi:10.1002/jocb.71
2. Puryear J.S., Kettler T., Rinn A.N. Relationships of personality to differential conceptions of creativity: a systematic review. *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts*. 2017;11(1):59–68. doi:10.1037/aca0000079
3. Gryazeva-Dobshinskaya V.G. Cultural differential of creativity: theoretical foundations for studying subjects' creativity in dynamic cultures. *Psikhologiya. Psikhofiziologiya = Psychology. Psychophysiology*. 2024;17(4):34–49. (In Russ.) doi:10.14529/jpps240403
4. Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Koltunov E.I., Korobova S.Yu., Glukhova V.A., Naboichenko E.S. Multifactor models of creativity: structural and dynamic approaches in psychological assessment. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2024;26(9):129–150. (In Russ.) doi:10.17853/1994-5639-2024-9-129-150
5. Glaveanu V.P., Hanson M.A., Baer J., Barbot B., Clapp E.B., Corazza G.E., et al. Advancing creativity theory and research: a socio-cultural manifesto. *Journal of Creative Behavior*. 2019;54(3):741–745. doi:10.1002/jocb.395
6. Xie G., Paik Y. Cultural differences in creativity and innovation: are Asian employees truly less creative than western employees? *Asia Pacific Business Review*. 2018;25(1):123–147. doi:10.1080/13602381.2018.1535380
7. Glaveanu V.P. A sociocultural theory of creativity: bridging the social, the material, and the psychological. *Review of General Psychology*. 2020;24(4):335–354. doi:10.1177/1089268020961763
8. Cabra J.F., Guerrero C.D. Regional creativity: cultural and socio-economic differences. *Journal of Creativity*. 2022;32(2):100022. doi:10.1016/j.yjoc.2022.100022
9. Ge X., Xu C., Furue N., Misaki D., Lee C., Markus H.R. The cultural construction of creative problem-solving: a critical reflection on creative design thinking, teaching, and learning. In: Meinel C., Leifer L., eds. *Design Thinking Research. Understanding Innovation*. Cham: Springer; 2022:13–40. doi:10.1007/978-3-031-09297-8_15
10. Lebedeva N., Schwartz S.H., Van De Vijver F.J., Plucker J., Bushina E. Domains of everyday creativity and personal values. *Frontiers in Psychology*. 2019;9:2681. doi:10.3389/fpsyg.2018.02681
11. Fedorova A.A. The connection between worker's creativity, values and conflict behavior. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki = Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2019;16(1):191–204. (In Russ.) doi:10.17323/1813-8918-2019-1-191-203
12. Amabile T.M. Componential theory of creativity. In: Kessler E.H., ed. *Encyclopedia of Management Theory*. London: Sage Publications; 2013:134–139. doi:10.4135/9781452276090.n42
13. Lebedeva N.M., Bushina E.V. Influence of personal values and motivation with creative behaviour and attitude to innovations. *Psikhologiya v ekonomike i upravlenii = Psychology in Economics and Management*. 2015;7(1):26–35. (In Russ.) doi:10.17150/2225-7845.2015.7(1).26-35
14. Benedek M., Bruckdorfer R., Jauk E. Motives for creativity: exploring the what and why of everyday creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 2020;54(3):610–625. doi:10.1002/jocb.396

15. Maslow A. *Novye rubezhi chelovecheskoy prirody = New Frontiers of Human Nature*. Moscow: Publishing House Smysl; 1999. 432 p. (In Russ.) Accessed July 03, 2025. <http://psyberia.ru/book/maslow01.pdf>
16. Golubova V.M. Research of the nature of creative thinking and creativity of the individual. *Fundamental'nye issledovaniya = Fundamental Research*. 2015;2(5):1067–1071. (In Russ.) Accessed July 03, 2025. <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36985>
17. Gocłowska M.A., Crisp R.J. How dual-identity processes foster creativity. *Review of General Psychology*. 2014;18(3):216–236. doi:10.1037/gpr0000008
18. Wang Y., Lau D.C., Kim Y. Are multiple-identity holders more creative? The roles of ambivalence and mindfulness. *Journal of Business and Psychology*. 2024;39:187–207. doi:10.1007/s10869-022-09868-2
19. Matyushina M.A. Interrelation between professional identity and creativity of students of psychological disciplines. *Psikholog = Psychologist*. 2020;3:53–62. (In Russ.) doi:10.25136/2409-8701.2020.3.32745
20. Glaveanu V.P., Tanggaard L. Creativity, identity, and representation: towards a socio-cultural theory of creative identity. *New Ideas in Psychology*. 2014;34:12–21. doi:10.1016/j.newidea-psych.2014.02.002
21. Mayer C.-H. Navigating contact zones in 21st century schools: creative identity development in two complex transcultural spaces. *Journal of Intercultural Communication*. 2021;21(1):19–33. doi:10.36923/jicc.v21i1.3
22. Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Dmitrieva Yu.A., Koltunov E.I., Korobova S.Yu., Tortseva A. P., Kochkina D.V. Creative identity: integrating options for cognitive, personal, and sociocultural resources of subjects. *Psikhologiya. Zhurnal Vyshei shkoly ekonomiki = Psychology. Journal of the Higher School of Economics*. 2025;22(1):9–29. (In Russ.) doi:10.17323/1813-8918-2025-1-9-29
23. Pavlova E.M., Kornilova T.V. The role of the triad of traits “Tolerance for Uncertainty – Emotional Intelligence – Intuition” in self-assessed creativity in creative professionals. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya = Psychological-Educational Studies*. 2019;11(1):107–117. (In Russ.) doi:10.17759/psyedu.2019110109
24. Kozyakov R.V. Individual variability of professional creative thinking. *Chelovecheskiy kapital = Human Capital*. 2023;6(174):125–136. (In Russ.) Accessed July 03, 2025. https://humancapital.su/wp-content/uploads/2023/06/202306_p125-136.pdf
25. Li G., Chu R., Tang T. Creativity self-assessments in design education: a systematic review. *Thinking Skills and Creativity*. 2024;52:101494. doi:10.1016/j.tsc.2024.101494
26. Eccles J.S., Wigfield A. From expectancy-value theory to situated expectancy-value theory: a developmental, social cognitive, and sociocultural perspective on motivation. *Contemporary Educational Psychology*. 2020;61:101859. doi:10.1016/j.cedpsych.2020.101859
27. Sun C., Zhou Z., Yu Q., Gong S., Yi L., Cao Y. Exploring the effect of perceived teacher support on multiple creativity tasks: based on the expectancy-value model of achievement motivation. *The Journal of Creative Behavior*. 2021;55(1):15–24. doi:10.1002/jocb.430
28. Tunik E.E. *Diagnostika kreativnosti. Test E. Torrensa = Diagnosis of Creativity. E. Torrance Test*. St. Petersburg: Publishing House Imaton; 2006. 171 p. (In Russ.)
29. Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Bakunchik N.Yu., Glukhova V.A., Maltseva A.S. Methodology for diagnosing social subjects' attitudes toward creative individuals. *Vestnik YuUrGU. Seriya "Psikhologiya" = Bulletin of SUSU. Series "Psychology"*. 2008;33:33–45. (In Russ.) Accessed July 03, 2025. <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-dagnostiki-otnosheniya-sotsialnyh-subektov-k-tvorcheskoy-lichnosti>
30. Gryazeva-Dobshinskaya V.G., Dmitrieva Yu.A., Korobova S.Yu., Glukhova V.A. Personal resources and barriers to innovative leadership of managers: structural aspects of motivation, leadership style, social identity. *Organizatsionnaya psikhologiya = Organizational Psychology*. 2023;13(3):9–28. (In Russ.) doi:10.17323/2312-5942-2023-13-3-9-28

31. Waples E.P., Friedrich T.L. Managing creative performance: important strategies for leaders of creative efforts. *Advances in Developing Human Resources*. 2011;13(3):366–385. doi:10.1177/1523422311424713
32. Tan C.S., Lau X.S., Kung Y.T., Kailsan R.A.L. Openness to experience enhances creativity: the mediating role of intrinsic motivation and the creative process engagement. *The Journal of Creative Behavior*. 2019;53(1):109–119. doi:10.1002/jocb.170
33. Burgmer P., Forstmann M., Stavrova O. Ideas are cheap: when and why adults value labor over ideas. *Journal of Experimental Psychology: General*. 2019;148(5):824. doi:10.1037/xge0000473
34. Shukla J., Kark R. Now you do it, now you don't: the mixed blessing of creative deviance as a prosocial behavior. *Frontiers in Psychology*. 2020;11:313. doi:10.3389/fpsyg.2020.00313
35. Meshkova N.V., Enikolopov S.N. Creativity and deviance: the present state of the issue in psychology. *Psikhologiya i pravo = Psychology and Law*. 2020;10(3):86–107. (In Russ.) doi:10.17759/psylaw.2020100307
36. Solodikhina M.V., Odintsova N.I. Comparison of critical thinking skills among students in humanities and applied mathematical fields of study. *Obrazovanie i nauka = The Education and Science Journal*. 2025;27(5):40–67. (In Russ.) doi:10.17853/1994-5639-2025-5-40-67
37. Shao Y., Zhang C., Zhou J., Gu T., Yuan Y. How does culture shape creativity? A mini-review. *Frontiers in Psychology*. 2019;10:1219. doi:10.3389/fpsyg.2019.01219
38. Lubart T., Thornhill-Miller B. Creativity: an overview of the 7C's of creative thought. In: Sternberg R.J., Funke J., eds. *The Psychology of Human Thought: An Introduction*. Heidelberg: Heidelberg University Publishing; 2020:277–305. doi:10.17885/heiup.470.c6678

Информация об авторах:

Колтунов Евгений Иванович – научный сотрудник лаборатории «Психология и психофизиология стрессоустойчивости и креативности», старший преподаватель кафедры «Психология управления и служебной деятельности» Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета), Челябинск, Российская Федерация; ORCID 0000-0003-4836-7859, AuthorID 903-340, SPIN-код 7528-1460. E-mail: koltunovei@susu.ru

Грязева-Добшинская Вера Геннадьевна – доктор психологических наук, профессор, заведующий лабораторией «Психология и психофизиология стрессоустойчивости и креативности», профессор кафедры «Психология управления и служебной деятельности» Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета), Челябинск, Российская Федерация; ORCID 0000-0002-9986-4073, AuthorID 304-899, SPIN-код 3365-4221. E-mail: griazevadobshinskaiavg@susu.ru

Дмитриева Юлия Александровна – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник лаборатории «Психология и психофизиология стрессоустойчивости и креативности», старший преподаватель кафедры «Психология развития и возрастное консультирование» Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета), Челябинск, Российская Федерация; ORCID 0000-0002-0331-4684, AuthorID 717-663, SPIN-код 8905-1395. E-mail: dmitrievaya@susu.ru

Коробова Светлана Юрьевна – кандидат психологических наук, научный сотрудник лаборатории «Психология и психофизиология стрессоустойчивости и креативности» Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета), Челябинск, Российская Федерация; ORCID 0000-0002-8633-7231, AuthorID 778-325, SPIN-code 4852-1328. E-mail: k.svetlana-1991@mail.ru

Набойченко Евгения Сергеевна – доктор психологических наук, профессор, декан факультета психолого-социальной работы и высшего сестринского образования Уральского государственного медицинского университета, Екатеринбург, Российская Федерация; ORCID 0000-0001-7315-6741, AuthorID 391-572, SPIN-код 2201-3224. E-mail: dhona@mail.ru

Вклад соавторов. Авторы внесли равный вклад в подготовку статьи.

Информация о конфликте интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 05.06.2025; поступила после рецензирования 29.09.2025; принята в печать 01.10.2025.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

Information about the authors:

Evgenii I. Koltunov – Researcher, Laboratory of Psychology and Psychophysiology of Stress-Resistance and Creativity; Senior Lecturer, Department of Psychology of Management and Service Activity, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation; ORCID 0000-0003-4836-7859, AuthorID 903-340, SPIN-code 7528-1460. E-mail: koltunovei@susu.ru

Vera G. Gryazeva-Dobshinskaya – Dr. Sci. (Psychology), Professor, Department of Psychology of Management and Service Activity, Head of the Laboratory of Psychology and Psychophysiology of Stress-Resistance and Creativity, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation; ORCID 0000-0002-9986-4073, AuthorID 304-899, SPIN-code 3365-4221. E-mail: griazevadobshinskaiavg@susu.ru

Yulia A. Dmitrieva – Cand. Sci. (Psychology), Senior Researcher, Laboratory of Psychology and Psychophysiology of Stress-Resistance and Creativity; Senior Lecturer, Department of Developmental Psychology and Age Counselling, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation; ORCID 0000-0002-0331-4684, AuthorID 717-663, SPIN-code 8905-1395. E-mail: dmitrievaya@susu.ru

Svetlana Yu. Korobova – Cand. Sci. (Psychology), Researcher, Laboratory of Psychology and Psychophysiology of Stress-Resistance and Creativity, South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation; ORCID 0000-0002-8633-7231, AuthorID 778-325, SPIN-code 4852-1328. E-mail: k.svetlana-1991@mail.ru

Evgenia S. Naboichenko – Dr. Sci. (Psychology), Professor, Dean of the Faculty of Psycho-Social Work and Higher Nursing Education, Ural State Medical University, Ekaterinburg, Russian Federation; ORCID 0000-0001-7315-6741, AuthorID 391-572, SPIN-code 2201-3224. E-mail: dhona@mail.ru

Contribution of the authors. The authors equally contributed to the present research.

Conflict of interest statement. The authors declare that there is no conflict of interest.

Received 05.06.2025; revised 29.09.2025; accepted for publication 01.10.2025.

The authors have read and approved the final manuscript.