

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 7, №1 (2015) <http://naukovedenie.ru/index.php?p=vol7-1>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/09PVN115.pdf>

DOI: 10.15862/09PVN115 (<http://dx.doi.org/10.15862/09PVN115>)

УДК 378.015.31:159.942:17.022.1

Мороз Виктория Викторовна

ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

Россия, Оренбург¹

Доцент, кандидат педагогических наук

E-mail: victoria_moroz@mail.ru

Эмоции как аксиологический фактор развития креативности студентов университета

¹ 460018, г. Оренбург, пр. Победы, 13

Аннотация. Креативность рассматривается автором как востребованное современным обществом качество личности, способствующее нестандартному решению проблем. Развитие креативности студентов в пространстве университета, следовательно, становится одной из приоритетных задач системы образования. В статье анализируется взаимосвязь эмоций и креативности, а также аксиологии и креативности. Эмоции, являясь движущей силой мышления в том или ином направлении, способствуют усилению когнитивных процессов, оказывают влияние на запоминание материала, расширяют возможности восприятия. Выделяются эмоции как предшественники, результаты и сопутствующие элементы креативности. Утверждается, что на различных этапах креативного процесса имеют значение, как положительные, так и отрицательные эмоции. Также обосновывается важность не только полюса эмоций, но и их амплитуды. Эмоциональный аспект имеет большое значение не только для успешного протекания креативного процесса, но и для изменения характера взаимодействия между преподавателем и студентами. Кроме того, в статье подчеркивается, что между креативностью и аксиологией существует прямая зависимость, когда ценностные ориентации на самовыражение, творчество и познание оказывают влияние на развитие креативности личности. Создание необходимого эмоционального фона в процессе обучения, способствует развитию креативности студентов университета.

Ключевые слова: креативность; эмоции; креативный процесс; ценностные ориентации; аксиологический фактор; развитие креативности.

Ссылка для цитирования этой статьи:

Мороз В.В. Эмоции как аксиологический фактор развития креативности студентов университета // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, №1 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/09PVN115.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/09PVN115

Аксиология как наука о возникновении и развитии ценностных ориентаций, ценностного отношения является научно-методологической базой понимания взаимосвязи ценностей и эмоций. Основой базовых ценностей человека являются эмоции, поскольку, чтобы что-то ценить, необходимо относиться к этому эмоционально [2]. Эмоции представляют собой механизм регулирования деятельности, когда возникающая потребность человека находит эмоциональный отклик, это приводит к ценностному суждению. На основании оценки появляются мотивы деятельности, которые превращаются в определенные цели. На наш взгляд, для понимания феномена креативности важно проследить взаимосвязь между ценностями, эмоциями и креативностью.

В течение долгого времени существовало мнение о том, что эмоции оказывают негативное влияние на получение нового знания индивидом, на когнитивный процесс в целом. Однако более поздние исследования (Тихомиров О.К., Виноградов Ю.Э., Анохин П.К.) показали, что когнитивный процесс невозможен без эмоциональной активации. По мнению Изарда К., эмоция переживается как чувство, которое мотивирует, организует и направляет восприятие, мышление, действия [2].

Л.С. Выготский придавал большое значение связи между эмоциями и мышлением, указывая на то, что необходимо понять движущие силы мотивов, потребностей, побуждений и интересов, которые направляют движение мысли в ту или иную сторону [3]. С.Л. Рубинштейн, подчеркивая взаимосвязь между эмоциями и мышлением, утверждал, что мышление является единством интеллектуального и эмоционального, тогда как эмоции представляют единство эмоционального и интеллектуального [3]. П.В. Симонов считает эмоции пусковым механизмом мышления [3]. Опираясь на мнения отечественных ученых, можно утверждать, что эмоции играют значительную роль в процессе мышления: приводят его в движение, оказывают влияние на качество и скорость мыслительной деятельности.

По мнению Б.И. Додонова, «...эмоции и мышление имеют одни и те же истоки и тесно переплетаются друг с другом в своем функционировании на высшем уровне» [1]. Я. Рейковский считает эмоции одним из факторов, оказывающим влияние на перцептивные процессы, содержание которых соответствует содержанию эмоции. Эмоции содействуют усилению, значительному расширению, а иногда и ускорению интеллектуальных процессов, а также способствуют сохранению в памяти связанного с ними материала, оказывая избирательное влияние на их содержание [11]. Понимание особенностей взаимосвязи эмоций и мышления позволяет обогатить образовательный процесс, способствует более эффективному и качественному обучению.

В настоящее время эмоциональному аспекту процесса обучения не уделяется должного внимания, что приводит к негативным последствиям, а именно: преобладанию внешней мотивации у студентов, непривлекательности учебной деятельности, различным неблагоприятным проявлениям в эмоциональном развитии, затрудняющих обучение [6]. Преобразование условий обучения, использование современных образовательных технологий, изменение характера взаимодействия «преподаватель-студент» от репродуктивного к креативно-ценностному с наращиванием эмоциональной насыщенности совместной учебно-познавательной творческой деятельности, позволит сделать образовательный процесс мотивирующим, интересным, эффективным.

В современной науке связь между эмоциями и креативностью остаётся во многом неясной и не до конца изученной. Наиболее часто эмоции рассматриваются как фасилитаторы, ингибиторы или побочные продукты творчества. Гораздо реже эмоции сами по себе выступают как творческие продукты [4].

По мнению Т. Амабайл креативная деятельность представляет собой эмоционально заряженное событие, в котором формируются сложные когнитивные процессы, развивающие эмоциональный опыт [12]. Несмотря на то, что многими учеными (Д.Кауфман, С.Восбург, А.Айзен) предлагаются механизмы влияния эмоций на креативность, тем не менее, отсутствует общая теория обратной взаимосвязи между эмоциями и креативностью, а также взаимосвязь между аксиологией и креативностью.

Так, Т. Амабайл считает, что есть причины полагать, что это отношение криволинейно, например, в форме U, где сильные отрицательные и положительные эмоции значительно влияют на креативность, в то время как умеренные или нейтральные эмоции оказываются недостаточными для стимулирования необходимых когнитивных процессов [12]. На наш взгляд, негативные эмоции могут привести к креативным результатам, только в том случае, если человек ценностно ориентирован на выполнение работы, на поиск решения проблемы. Находясь в слегка отрицательном или нейтральном настроении, человек более внимателен, лучше концентрируется на деталях, тщательно вникает в процесс обработки данных. При этом, важно отметить, что негативные эмоции не равнозначны плохим, поскольку эмоции - это данные, приводящие к тому или иному поведению, которое может рассматриваться как хорошее/плохое, продуктивное/непродуктивное. Так, обращение к практике обучения иностранного языка позволяет проследить определенную зависимость, когда студент, добившись некоторых успехов и находясь в эйфории, самоуспокаивается и перестает работать дальше, что отрицательно сказывается на его результатах в конкурентной борьбе, которая и представляет собой обучение в вузе. И наоборот, часто отрицательные эмоции заставляют студентов работать усерднее и добиваться более высоких результатов.

Данные психологических исследований, проведенных в конце XX века, (Д.Кауфман, С.Восбург, А.Айзен, Э.Хирт), служат подтверждением положений педагогической практики, а именно, положительные эмоции способствуют лучшему усвоению материала, запоминанию, более качественной творческой работе, в то время как отрицательные - во многом препятствуют процессу обучения, затрудняют процесс взаимодействия как преподавателя с группой, так и студентов друг с другом. Мы придерживаемся точки зрения Кирьяковой А.В. в том, что эмоциональный фон занятия, эмоциональность восприятия знаний, эмоционально-нравственные отношения в общении и деятельности играют, безусловно, значительную роль в формировании ценностных ориентаций личности [5].

Обобщая теорию Т. Амабайл о включенности эмоций в процесс креативности, мы можем утверждать, что основные положения данной теории имеют большое значение для педагогики. Во-первых, положительные эмоции, предшествующие креативному процессу, закладывают прочный фундамент успешности всего процесса. Чем благоприятнее будет среда обучения, тем результативнее будет весь процесс. Во-вторых, состояние потока, подробно описанного М. Чиксентмихаии, возникающее в процессе создания нового, очень хрупкое состояние, которое может быть легко разрушено, и в которое потом тяжело вернуться. Следовательно, эмоция интереса, глубокого ценностного отношения к познанию, может помочь удержаться в таком «потоке». И, в-третьих, эмоции, сопровождающие результат креативного процесса должны быть достаточно сильными и яркими, чтобы возникало желание снова испытать эмоции радости, которые наполняют человека энергией, ощущением уверенности в своих силах и способности преодолеть все трудности.

Креативный процесс является эмоционально насыщенным, однако нельзя однозначно утверждать какие эмоции преобладают. Основываясь на литературе, посвященной взаимосвязи эмоций и креативности, мы попытались распределить эмоции по этапам креативного процесса. Опираясь на результаты многих отечественных и зарубежных исследователей (Т. Амабайл, В. Вилюнас, К.Э. Изард, Е.П. Ильин, Т. Любарт), мы считаем, что в креативном процессе важны

не только положительные, но и отрицательные эмоции. Все зависит от степени интенсивности этих эмоций. Слишком сильные как положительные, так и отрицательные эмоции, мешают креативному процессу, поскольку сильные положительные эмоции приводят к рассеиванию внимания, к неспособности сконцентрироваться, в то время как сильные отрицательные эмоции тормозят и препятствуют развитию креативности.

В исследованиях часто игнорируют непостоянную природу эмоций, рассматривая изолированные эмоциональные состояния, а не динамическое взаимодействие положительных и отрицательных эмоций, которые изменяются со временем, причем уровень эмоций растет и падает в ответ на внешние факторы. Эти колебания часто связывают с изменениями в мышлении и внимании человека.

Чем больше позитивно заряженных событий испытывают люди, и чем выше уровень их положительных эмоций, тем лучше их креативная деятельность. Однако существует предположение (К. де Дреу, М. Баас, Б. Нижстад, Р. Бледов), что положительная взаимосвязь между положительными эмоциями и креативностью сильнее, в случае если положительным эмоциям предшествовал эпизод негативных эмоций. Новые идеи возникают как последствия динамического процесса, в котором человек испытывает фазу негативных эмоций, затем преодолевая ее, входит в фазу сильных положительных эмоций, способствующих гибкому мышлению, которое, в свою очередь, приводит к креативности. Хотя отрицательные эмоции закладывают основу для креативности, тем не менее, наличие отрицательных эмоций скорее мешает, чем способствует креативности.

Методы индукции эмоциональных состояний весьма разнообразны, они включают просмотр эмоционально окрашенных фильмов, прослушивание музыки, автобиографические воспоминания об эмоционально нагруженных событиях из прошлого опыта, неожиданный подарок, создание специальных эмоционально зараженных ситуаций [8]. Целенаправленно созданное положительное настроение приводит к повышению результатов выполнения упражнений, требующих гибкого решения проблем, включая упражнения, в которых необходимо добиться оптимального взаимовыгодного результата, что требует значительного исследования вариантов. В совокупности эмпирические результаты (А. Айзен, Т. Амабайл, Д. Кауфман) показывают, что положительные эмоции могут стимулировать изменения в познавательной деятельности, которая способствует развитию креативности.

Эмоциональный компонент важен не только как составляющая креативного процесса, но и как значимый элемент социальных отношений. Степень эмоциональной экспрессивности оказывает существенное влияние на характер межличностных отношений. Чрезмерная сдержанность приводит к тому, что человек воспринимается как холодный, равнодушный, высокомерный. В некоторых случаях это вызывает только удивление, в других - порождает неприязнь и становится препятствием для установления нормальных отношений между людьми. Чрезмерная или недостаточная эмоциональная экспрессивность, ее неадекватность условиям - один из важнейших источников конфликтов в межличностных отношениях [11]. Таким образом, особое внимание следует уделять эмоциональным отношениям между студентами в группе и между преподавателем и студентами. Мы считаем, что если в аудитории царит непринужденная обстановка, положительные эмоции, то это благоприятно сказывается на познавательной активности студентов. При преобладании негативных эмоций и отношений в коллективе, качество обучения значительно снижается.

Также следует отметить, что эмоциональный фон занятия, эмоциональность восприятия знаний, эмоционально-нравственные отношения в общении и деятельности играют значительную роль в формировании ценностных ориентаций личности. Для педагога особенно интересен тот факт, что благодаря эмоциям доминирующей может стать исходно более слабая потребность, если вероятность ее удовлетворения превышает информационную

характеристику конкурентного мотива. Следовательно, управляя эмоциями, вызывающими социально значимые цели, можно добиться преобладания чувства радости от процесса познания над стремлением получить высокую оценку, награду, достичь успеха [5].

Подводя итог вышесказанному, мы считаем необходимым подчеркнуть следующее: во-первых, эмоции играют огромную роль в процессе обучения в целом, и в развитии креативности, в частности. Большое значение имеют валентность и активация эмоций, а также способность управлять своими эмоциями и распознавать чужие. Эмоциональная экспрессивность важна как для преподавателя, так и для студента, поскольку эмоции регулируют эффективность креативно-ценностного взаимодействия «преподаватель – студент – группа». Эмоциональный фон обучающей среды способствует развитию ценностных ориентаций на творчество, самовыражение, самореализацию, причем положительные эмоции оказывают позитивное влияние на креативность, способствуя расширению связей, ассоциаций, свободы выражения идей, но в динамической взаимосвязи с отрицательными эмоциями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Додонов Б.И. Эмоция как ценность. М., Политиздат, 1978.
2. Изард К.Э. Психология эмоций. – СПб.: Питер, 2008.
3. Ильин, Е.И. Эмоции и чувства: 2-е изд. - СПб. : Питер, 2008. – 783 с.
4. Кирьякова, А.В. Аксиология креативности : монография / А.В. Кирьякова, В.В. Мороз. – М.: "Дом педагогики", 2014. – 225 с. ISBN 978-5-904823-12-2
5. Кирьякова А.В. Теория ориентации личности в мире ценностей : монография / А.В. Кирьякова. – Оренбург, 1996. – 187 с.
6. Лебедева, И.В., Шабанова Т.Л. Эмоциональное развитие в структуре формирования профессиональных компетенций у будущих педагогов //Science and world. 2014.№7 (11). С. 109-111.
7. Любарт Т., Муширу, К., Торджман С., Зенасни Ф. Психология креативности. – М.: «Когнито – Центр», 2009. – 215 с.
8. Люсин Д.В. Влияние эмоций на креативность // Творчество: от биологических оснований к социальным и культурным феноменам / Под ред. Д.В. Ушакова. М.: Институт психологии РАН, 2011. С. 372-389.
9. Мороз, В.В. Креативность – междисциплинарный феномен человекознания //Вестник Оренбургского государственного университета.2012.№2 (138). С. 155-160
10. Мороз, В.В., Белая, Г.В.. Креативно-ценностное взаимодействие «преподаватель-студент» в процессе обучения иностранному языку студентов неязыковых специальностей//Вестник ОГУ. - №12 (161). 2013. – С. 55-56.
11. Рейковский, Я. Экспериментальная психология эмоций. – М., 1979. – 392 с.
12. Amabile T. Affect and Creativity at Work / Administrative Science Quarterly, 50 (2005): p. 368-371

Рецензент: Кирьякова Аида Васильевна, доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой общей и профессиональной педагогики, ФБГОУ ВПО «Оренбургский государственный университет», Заслуженный деятель науки РФ.

Moroz Victoria Victorovna
Orenburg State University,
Russia, Orenburg
E-mail: victoria_moroz@mail.ru

Emotions as Axiological Factor of University Students' Creativity Development

Abstract. Creativity being a person's trait stimulating unconventional problem-solving is viewed as the most relevant nowadays. Thus students' creativity development at the university field becomes one of the educational priorities. The interrelation between emotions and creativity as well as between axiology and creativity is analyzed in this article. Emotions being the driving force of thinking stimulate cognitive processes, influence memorizing and expand perception abilities. Emotions can be treated as antecedents, consequences and coexisting elements of creativity. It is argued that both positive and negative emotions as well as their intensity are of great importance at different stages of creative process. Emotional aspect is essential not only for the successful creative process, but also for the characteristics change of the interaction between a teacher and students. Moreover, it is pointed out that there is a linear correlation between creativity and axiology when value orientations toward self-expression, creativity and cognition influence a person's creativity development. The creation of the necessary emotional atmosphere in learning process encourages university students' creativity development.

Keywords: creativity; emotions; creative process; value orientations; axiological factor; creativity development.

REFERENCES

1. Dodonov, B.I. Emotion as Value. M., Politizdat, 1978.
2. Izard, K.E. Psychology of Emotions. - SPb. : Peter, 2008
3. Ilyin, E.P. Emotions and Feelings: 2nd ed. - SPb. : Peter, 2008. - 783 p.
4. Kiriyakova, A.V. Axiology of Creativity : monograph / A.V. Kiriyakova, V.V. Moroz. - M.: "Dom pedagogiki", 2014. - 225 p. ISBN 978-5-904823-12-2
5. Kiriyakova, A.V. The Theory of a Person's Orientation in the World of Values: monograph / A.V. Kiriyakova. - Orenburg, 1996. - 187 p.
6. Lebedeva, I.V., Shabanova T.L. Emotional Development in the Structure of Formation of Professional Competence of Future Teachers // Science and World. 2014. №7 (11). pp 109-111.
7. Lubart T., Mushir, K., Tordzhman S, Zenasni F. Psychology of Creativity. - M. : "Cognitive - Center", 2009. - 215 p.
8. Lyusin D.V. The Influence of Emotions on Creativity // Creativity: from biological grounds to social and cultural phenomena / Ed. D.V. Ushakov. M. : Institute of Psychology, Russian Academy of Sciences, 2011, pp 372-389.
9. Moroz, V.V. Creativity as Human Sciences Interdisciplinary Phenomenon // Bulletin of the Orenburg State University. 2012. №2 (138). pp 155-160.
10. Moroz, V.V., Belaya, G.V. Creative-Value Interaction "Teacher-Student" in the Process of Teaching a Foreign Language to Students of Non-Linguistic Specialties // Bulletin of Orenburg State University. - №12 (161). 2013. - P. 55-56.
11. Reykovsky, J. Experimental Psychology of Emotions. - M., 1979. - 392 p.
12. Amabile T. Affect and Creativity at Work / Administrative Science Quarterly, 50 (2005): p. 368-371