

УДК 159.923.35

М. П. Гусакова

кандидат психологических наук, доцент

Одесского национального университета имени И. И. Мечникова

ФАКТОРЫ РОСТА ПАРАДОКСАЛЬНЫХ ВЫБОРОВ ПРИ УСТАНОВЛЕНИИ СООТВЕТСТВИЯ МЕЖДУ ВЕРБАЛЬНЫМИ И НЕВЕРБАЛЬНЫМИ СТИМУЛАМИ

В статье представлены результаты эмпирического исследования парадоксального поведения, которое рассматривается как один из индикаторов креативности личности. Рост парадоксальной категоризации связан с условиями эксперимента (характер стимулов может влиять на проявление парадоксального поведения). При определенных условиях категоризации в качестве фактора роста парадоксальности могут выступать личностные качества испытуемых. Таким образом, было обнаружено, что парадоксальное поведение может быть как проявлением креативности, так и результатом стимуляции творческого потенциала личности.

Ключевые слова: парадоксальная категоризация, креативность, эмоциональный интеллект, инверсный смысл, когнитивно-сложный стимул.

Парадоксальную категоризацию мы рассматриваем как проявление креативности и творческого потенциала личности [3, 52]. В парадоксальной категоризации реализуется антиномичный характер творчества — усмотрение противоречий, разрешение противоречий, обеспечивающийся способностью устанавливать отдаленные ассоциации, выходить за границы заданного (заданных категорий в том числе), самостоятельно устанавливать границы и цели деятельности, наконец, соединять в себе противоречивые черты характера [6, 32–34; 5; 1; 7].

В нашем исследовании мы хотели выявить 1) является ли парадоксальная категоризация невербальных объектов личностно обусловленной, 2) возможно ли повлиять на парадоксальные выборы путем изменения условий категоризации. В ходе исследования предъявлялись невербальные стимулы (карточки с формами или цветами), которые испытуемыми разделялись по группам на основании выделения ключевых признаков: тона насыщенности, фигуры-степени кривизны линий. Выделение групп на основе насыщенности и степени кривизны линий присуще аналитической стратегии; выделение групп по признаку тона и фигуры — синтетической стратегии; выделение групп, в которых указанные признаки смешиваются — парадоксальной стратегии категоризации.

При отсутствии эмоциональных стимулов (методика когнитивной категоризации М. Гусаковой) выход за рамки социально заданных категорий (цвет, размер, форма, насыщенность) затруднен для большинства испытуемых. Парадоксальная стратегия категоризации является одной из форм выхода «за рамки». При парадоксальных выборах происходит установле-

ние новых сложных категорий, сочетающих в себе одновременно разные признаки объектов (цвет и насыщенность или кривизну линий и форму). Это предполагает уход от предзаданных границ и категорий, самостоятельное создание новых границ и категорий, которые являются менее фиксированными в социальном опыте и более ситуативными. Важно, что при этом существенные признаки не игнорируются (как у больных sch [4]), но включаются в более сложный комплекс стимулов.

В исследовании мы предположили, что число парадоксальных выборов (далее как ПВ) в ходе категоризации не является постоянной величиной и будет изменяться в зависимости от условий категоризации. Для этого мы предложили испытуемым вербальные эмоционально окрашенные стимулы, которые 1) являются эмоционально целостными, 2) интегрируют в себе признаки разных эмоций. То есть категоризация невербальных объектов (цветов и форм) происходила в соответствии с предложенными когнитивно-простыми и когнитивно-сложными стимулами и представляла собой приведение в соответствие невербальных и вербальных стимулов. При этом мы смогли наблюдать как возрастает число ПВ у испытуемых в ходе категоризации:

1. минимальная частота — в ситуации с отсутствием эмоционального вербального стимула

2. средняя частота — в ситуации с когнитивно-простым эмоциональным стимулом

3. высокая частота — в ситуации с когнитивно-сложным эмоциональным стимулом.

Методика и выборка

Мы использовали методику когнитивной категоризации [2, 121], где в качестве рабочего материала были взяты карточки с цветами и формами М. Люшера; опросник эмоционального интеллекта Д. Люсина; опросник социальной креативности. Из теста М. Люшера были взяты противоположные по эмоциональной окраске 1 и 4 цвета, а также в этих тональностях цвета другой насыщенности. Также 4 карточки с формами № 0, 6, 5, 3.

Испытуемые — молодые люди (студенты и выпускники) от 17 до 21 года разных специальностей; мужчины — 33, женщины — 29.

Процедура исследования

Серия 1.

В индивидуальном порядке испытуемым предъявлялись пары слов разной эмоциональной окраски: сумасшествие-радость, болезнь-любовь, смех-злость, камень-сердце. Им предлагалось отнести к каждому слову подходящие карточки. Сначала предлагались 4 цветные карточки, затем 4 карточки с формами.

Серия 2.

Испытуемым предъявлялись пары словосочетаний, составленных из слов одной серии. Словосочетания включали в себя слова с инверсным смыслом: сумасшедшая радость — радость сумасшедшего, болезненная любовь — любовная болезнь, смешная злость — злостный смех, каменное сердце — камень на сердце (сердечный камень). Предлагалось отнести

к каждому словосочетанию подходящие карточки из теста Люшера (см. Серию 1).

Также индивидуально испытуемые заполняли опросники эмоционального интеллекта Люсина и социальной креативности.

Результаты исследования

Поскольку в каждой из 2 серий было по 4 предъявления вербальных стимулов, на каждое из которых было сделано две категоризации, всего каждым испытуемым было совершено 16 выборов. Общее число совершенных выборов составляет 496 в каждой серии и 992 в двух сериях вместе. В каждом из предъявлений было возможно три варианта категоризации, и только один из них являлся парадоксальной категоризацией, мы, сложив вместе все сделанные в каждой серии выборы, получили следующее распределение:

Таблица 1

Распределение количества разных видов категоризаций

категоризация	серия 1		серия 2		серия 1 и 2	
	цвет	форма	цвет	форма	цвет	форма
аналитическая	116	108	94	87	210	195
синтетическая	107	94	93	86	200	200
парадоксальная	25	46	61	75	86	121

Видно, что распределение выборов является неслучайным: общее число ПВ увеличивается от первой ко второй серии, от карточек с цветами к карточкам с формами. Насколько значимо различие между сериями и между разными стимулами мы проверим отдельно.

В каждой серии у одного испытуемого возможное число ПВ колеблется от 0 до 8, по двум сериям одновременно — от 0 до 16 выборов. Среднее число парадоксальных категоризаций на каждого испытуемого представлено в следующей Таблице 2.

Таблица 2

Среднее количество парадоксальных категоризаций по сериям

	цвет и форма	цвет	форма
серия 1	1	0,39	0,67
серия 2	2,2	1	1,2
серия 1 и 2	3,2	1,4	1,9

От первой серии ко второй, от выборов с цветами к выборам с формами увеличивается также и среднее число ПВ для каждого испытуемого.

Таким образом, мы можем утверждать, что на изменение числа ПВ влияет:

1. Степень когнитивной сложности вербальных стимулов.

2. Характер невербального рабочего материала категоризации (цвет/форма).

Поскольку было установлено, что парадоксальность имеет разное распределение и по сериям и по рабочим карточкам, мы проверили случай-

ность распределения в отдельности для каждого из 16 предъявлений по критерию Пирсона хи-квадрат.

Таблица 3

Сравнение эмпирического и теоретического распределения видов категоризаций по критерию Пирсона хи-квадрат в каждой из серий (**p=0,01, *p=0,05)

	Цвет	Форма	Цвет и форма
Серия 1	60,86**	25,58**	82,34**
Серия 2	8,53*	1,068	7,818*
Серия 1 и 2	57,4**	24,48**	70,32**

Таблица 4

Распределение парадоксальности (**p=0,01,*p=0,05)

	сумасшествие-радость		болезнь-любовь		смех-злость		камень-сердце	
	цвет	форма	цвет	форма	цвет	форма	цвет	форма
серия 1	35,85**	8,36*	12,55**	10,548**	26,43**	7,993*	9,74**	1,973
серия 2	4,3	1,391	2,552	7,993*	1,39	0,576	4,789	5,468

Действительно, значимость различий эмпирического распределения парадоксальности от теоретического значительно выражена в первой серии по семи из восьми предъявлений. Тогда как во второй серии значимое различие присутствует только в одном из восьми предъявлений. Увеличение степени случайности ПВ мы можем понимать как увеличение числа парадоксальных выборов во второй серии, то есть более легкое их совершение.

Рассмотрим значимость различий между числом ПВ при категоризации не только при разных вербальных стимулах (когнитивно-простой и когнитивно-сложный), но и при разном невербальном материале (цвет-форма).

Используя критерий изменений хи-квадрат Фридмана (хи-квадрат = 14, 354, p = 0,00967), мы установили, что величины парадоксальности значимо изменяются от изменения условий: характера вербального стимула и невербального материала категоризации.

Хотя общегрупповая тенденция представлена нарастанием парадоксальных выборов от первой серии ко второй, от цветного материала к формам, мы не могли не обратить внимание на то, что результат некоторых испытуемых

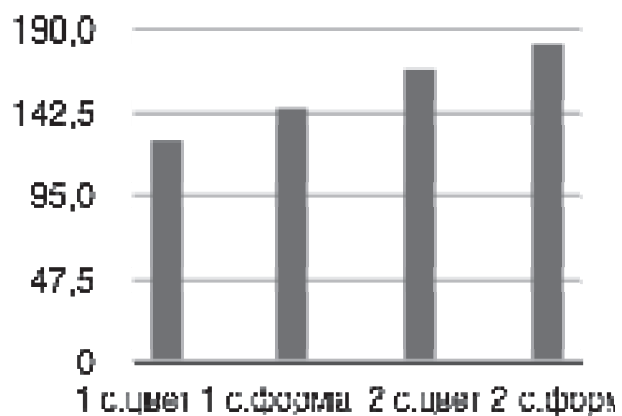


Диаграмма 1. Число парадоксальных выборов невербального материала в 1 и 2 сериях

представлен как отрицательный сдвиг от 1 ко 2 серии. То есть не всегда наблюдался рост парадоксальности от 1 к 16 выбору.

Выборка была распределена на 4 подгруппы. В подгруппу 1 (7 человек) вошли испытуемые, которые уменьшили число ПВ в серии 2 с когнитивно-сложными стимулами по сравнению с серией 1 когнитивно-простыми стимулами. В подгруппу 2 (17 человек) вошли испытуемые, у которых число ПВ не менялось в зависимости от сложности эмоционального стимула. В подгруппу 3 (27 человек) вошли испытуемые, у которых число ПВ выросло во второй серии, но незначительно. В последнюю, четвертую подгруппу (11 человек) вошли те испытуемые, которые показали значительный рост ПВ во второй серии.

Таблица 5

Средние показатели ЭИ, сдвига парадоксальности между сериями и социальной креативностью (значимые различия $p=0,01$)

	число групп	мп	му	ву	вэ	вп	мэи	вэи	пэ	уэ	сдвиг по кол-ву	соц. креат-ть
Подгруппа 1	7	21	20,4	12,1	9,2	12,57	41,4	35,57	33,57	41,85	-1,9	117
Подгруппа 2	17	21,3	19,3	11,8	9,3	12,3	40,7	34	34	38,7	0	108
Подгруппа 3	27	21,6	18,7	11,7	9,7	12,2	40	34	35	39	1,5	109,6
Подгруппа 4	11	21,7	20	11,6	9,5	14,3	42,5	38	36	41,3	4	117
Общее	62	21,5	19,3	11,8	9,5	12,7	41	35	35	40	1,6	111

Из таблицы мы видим, что небольшое число испытуемых показали уменьшение парадоксальности при переходе ко второй серии, при этом показатель социальной креативности у них значимо выше чем во 2 и 3 подгруппах, такой же как в четвертой подгруппе с максимальным положительным сдвигом. В структуре ЭИ эту подгруппу выделяет самый высокий показатель управления эмоциями. Своими показателями ЭИ и креативности выделяется и последняя подгруппа — с самым большим положительным сдвигом числа ПВ. Можно предположить значимый вклад ЭИ в нарастание парадоксальности при когнитивно-сложных эмоциональных стимулах. Объяснить связь высокой социальной креативности, высокого уровня управления своими эмоциями и отрицательного сдвига (уменьшение ПВ), которые были установлены в 1 подгруппе, мы пока не можем.

Поскольку было обнаружено влияние ЭИ на парадоксальную категоризацию, мы решили посмотреть связана ли парадоксальная категоризация вообще с пониманием эмоций. Для этого мы разделили группу на две подгруппы с высоким и низким уровнем понимания эмоций. Определив по критерию Колмогорова-Смирнова точку, в которой сумма накопленных расхождений между двумя распределениями ПВ является наибольшей, мы

установили значимые различия в распределении числа ПВ в двух указанных подгруппах.

Таблица 6

Сопоставление групп с высоким и низким ЭИ с распределением ПВ

Сумма парадоксальных выборов по 2 сериям	Понимание эмоций ниже среднего	Понимание эмоций выше среднего	Суммы
0-1	60 %	35 %	27
2-6	40 %	65 %	29
0-6	30	26	56

По критерию углового вращения Фишера (1,887, $p = 0,029$) распределение ПВ при высокой и низкой эмоциональности значимо отличается. Причем, чем выше понимание эмоций, тем чаще испытуемый делает от двух и больше ПВ.

Выводы: было установлено, что распределение разных способов категоризации невербальных объектов в соответствии с вербальными эмоционально насыщенными стимулами является не случайным. Во второй серии сами стимулы подобраны таким образом, чтобы активизировать парадоксальную категоризацию. При анализе особенностей распределения и частоты ПВ оказалось, что использование материала для категоризации в виде карточек с фигурами М. Люшера в серии с когнитивно-сложными вербальными стимулами значительно облегчает для испытуемых возможность парадоксальной категоризации, в сравнении с карточками с цветами М. Люшера. Более детальный анализ вклада каждой из двух серий в число неслучайных ПВ показал, что основная нагрузка ложится на выборы первой серии, тогда как парадоксальная категоризация второй серии встречается почти также часто как и остальные варианты категоризации. То есть было подтверждено предположение, что уровнем парадоксальности категоризации можно управлять.

Таким образом, мы установили, что парадоксальная категоризация как проявление творческого потенциала личности может быть креативной (присущей личности) и может быть стимульно-реактивной (проявляющейся в благоприятных условиях).

Этот вывод согласуется с результатами исследований Д. Б. Богоявленской, в которых было установлено, что интеллектуальная активность может быть стимульно-обусловленной и собственной [1].

Объединив два фактора роста числа ПВ: степень когнитивной сложности вербальных стимулов и характер невербального рабочего материала категоризации мы установили, что число ПВ меняется (а именно возрастает) одновременно с изменением условий проведения категоризации.

Такая общегрупповая тенденция скрыла от нас тот факт, что не у всех испытуемых происходил рост ПВ от первой серии ко второй (положительный сдвиг числа ПВ). В ходе более детального анализа были выделены подгруппы с отрицательным сдвигом и без сдвига числа парадоксальных выборов в 1 и 2 сериях. Это можно объяснить тем, что уменьшение числа ПВ не является показателем низкой креативности (см. Социальную креатив-

ність), тоді як зростає число ПВ забезпечується не тільки високою соціальною кретаивністю, але і більш високим розвитком емоціонального інтелекту (особенно розумінням внутрішніх емоцій і міжличностним ЕІ). Порівняння підгруп з різним рівнем розуміння емоцій підтвердило припущення про те, що краще розуміння емоцій забезпечує зростання ПВ в ході категоризації когнітивно-складних емоціональних стимулів.

Список літератури

1. Богоявленская Д. Интеллектуальная активность как проблема творчества / Д. Богоявленская. — Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1983.
2. Гусакова М. П. Види креативних стратегій при категоризації візуальних об'єктів / М. П. Гусакова // Сучасна психологія мислення: Смысл в познанні. Тезиси доповідей наукової конференції (Москва, 17–18 жовтня 2008г.). — М.: Смысл, 2008. — С. 121–124.
3. Гусакова М. П. Креативний потенціал стратегій категоризації візуальних об'єктів / М. П. Гусакова // Вісник КНУ ім. Шевченка. — Креативність і творчість : тематичний випуск № 1. — К.: Гнозис, 2009. — С.50–55.
4. Гусакова М. П. Соціально-психологічний зміст оригінальності та парадоксальності як критеріїв оцінки когнітивних стратегій особистості / М. П. Гусакова // Вісник Одеського національного університету. Психологія. — Одеса, 2010. — Т. 15, вип. 11, ч. 2. — С. 33–41.
5. Кудрявцев В. Т. Выбор и надситуативность в творческом процессе: опыт логико-психологического анализа проблемы / В. Т. Кудрявцев // Психологический журнал. — 1997. — Т. 18, № 1. — С. 16–30.
6. Николаенко Н. Н. Психология творчества / Н. Н. Николаенко. — СПб.: Речь, 2005. — 277с.
7. Чиксентмихайи М. Поток: психология оптимального переживания / М. Чиксентмихайи. — М.: Смысл, 2011. — 461 с.

Выражаю признательность студентке 5 курса Паламарчук А. (ОНУ имени И. И. Мечникова, 2012) за помощь в сборе данных.

М. П. Гусакова

кандидат психологічних наук, доцент

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

ФАКТОРИ ЗРОСТАННЯ ПАРАДОКСАЛЬНИХ ВИБОРІВ ПРИ ВСТАНОВЛЕННІ ВІДПОВІДНОСТІ МІЖ ВЕРБАЛЬНИМИ ТА НЕВЕРБАЛЬНИМИ СТИМУЛАМИ

Резюме

У статті представлені результати емпіричного дослідження парадоксальної поведінки, яка розглядається як один з індикаторів творчого потенціалу особистості. Збільшення парадоксальних виборів пов'язане з умовами експерименту (характер стимулів може впливати на прояв парадоксальної поведінки). Також було виявлено, що за певних умов категоризації як чинник зростання парадоксальності можуть виступати особистісні якості випробовуваних. Таким чином, було виявлено, що парадоксальна поведінка може бути як проявом креативності, так і результатом стимуляції творчого потенціалу особистості.

Ключові слова: парадоксальна категоризація, креативність, емоційний інтелект, інверсний смисл, когнітивно-складний стимул.

M. P. Gusakova

Ph.D., Associate Professor

Odesa I. I. Mechnikov National University

**FACTORS OF PARADOXICALLY GROWTH OF ELECTIONS
IN ESTABLISHING CONFORMITY BETWEEN VERBAL
AND NONVERBAL INCENTIVES**

Summary

There are results of empiric research of the paradoxical behaviour which is examined as one of the indicators of a creative potential of the personality in the article. The emergence of the paradoxical categorizing is associated with experiment's conditions (the character of stimuli can facilitate a possibility of the paradoxical behaviour). The personality qualities of a testee can come forward as a factor of the growing of paradoxicality at the certain terms of a categorizing. Thus, it has been found that the paradoxical conduct can be both the display of the creativity and the result of a stimulation of creative potential of the personality.

Key words: paradoxical categorizing, creativity, emotional intellect, inversion sense, kognitivno-difficult stimulus.