

## ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ И СУБЪЕКТИВНОЕ СОЦИАЛЬНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ У СТУДЕНТОВ

**И. Н. Андреева**

УО «Полоцкий государственный университет»  
ул. Блохина, 29, 211440, Новополоцк, Республика Беларусь  
i.andreeva@tut.by

**Аннотация.** Представлено исследование характера взаимосвязи эмоциональной креативности и субъективного социального благополучия у студентов с учетом половых различий. Выявлено преобладание у девушек по сравнению с юношами подготовленности, аутентичности и эмоциональной креативности, а также меньшая выраженность социально-психологической дистанции «Я – другие». Обнаружены значимые положительные корреляционные связи: 1) у юношей и девушек: между эффективностью и социальной заметностью, социальным одобрением и общим показателем субъективного социального благополучия; 2) у девушек: между новизной, эффективностью, эмоциональной креативностью и социальной заметностью, социальным одобрением и общим показателем субъективного социального благополучия; 3) у юношей: между эффективностью и переменной «позитивные социальные суждения о других»; между эмоциональной креативностью, новизной, подготовленностью и социальной дистантностью; а также отрицательная корреляция: у девушек – между аутентичностью и социальной дистантностью.

**Ключевые слова:** *эмоциональная креативность; субъективное социальное благополучие.*

## EMOTIONAL CREATIVITY AND STUDENT'S SUBJECTIVE SOCIAL WELL-BEING

**I. N. Andreyeva**

Polotsk State University

Blokhina str., 29, 211440, Novopolotsk, Republic of Belarus

**Annotation.** A study of the nature of the relationship of emotional creativity and subjective social well-being among students with regard to gender differences is presented. The predominance of preparedness, authenticity and emotional creativity among girls as well as a lesser severity of the socio-psychological distance “I – others” was revealed in girls. Significant positive correlations were found: 1) among boys and girls: between efficiency and social visibility, social approval and a general indicator of subjective social well-being; 2) in girls: between novelty, efficiency, emotional creativity and social visibility, social approval and a general indicator of subjective social well-being; 3) in young men: between effectiveness and the variable “positive social judgments about others”; between emotional creativity, novelty, preparedness and social distantness; as well as negative correlation in girls – between authenticity and social distantness.

**Keywords:** *emotional creativity; subjective social well-being*

Актуальность проблемы субъективного благополучия обусловлена как распространением идей гуманизма и позитивной психологии, так заботой боль-

шинства государств мира о процветании своих членов. Научный интерес к данной проблеме связан со стремлением познать противоречивую и трудноуловимую динамику «ощущения счастья». В последнее время стали выделяться различные аспекты субъективного благополучия, в частности, физическое, психологическое, социальное. Субъективное социальное благополучие (ССБ) – индивидуально переживание (восприятие и оценка) позитивного социального функционирования, которое отражает степень удовлетворения социальных потребностей и реализации ожиданий [1]. Рассматривая ССБ в рамках системного подхода, Т.В. Данильченко включает в число характеристик указанного феномена: 1) социальную заметность, т.е. социальную значимость личности, влияние личности в социуме; 2) социальную дистантность – отчужденность от социальных отношений, которая характеризуется переживанием негативных эмоциональных состояний, связанных с неудовлетворенностью социальными связями; 3) эмоциональное принятие – удовлетворенность взаимоотношениями с близкими людьми, наличие поддержки и признания с их стороны; 4) социальное одобрение – уважение и признание со стороны окружающих; 5) позитивные суждения о других людях – доверие к людям, вера в их доброту, честность [1].

Исходя из того, что в рамках социально-конструктивистского подхода Дж. Эверилла эмоциональные синдромы понимаются как аналоги кратковременных социальных ролей, а успешное выполнение социальной роли способствует социальной значимости личности, уважению и признанию со стороны окружающих, удовлетворенности взаимоотношениями с людьми, представляется возможным, что одним из факторов ССБ является эмоциональная креативность, которая рассматривается как развитие эмоциональных синдромов как новых (отличных от нормативных), эффективных (имеющих определенную индивидуальную или групповую ценность) и аутентичных (отражающих индивидуальность творца) [2; 3]. Эмоционально креативный индивид характеризуется дружелюбием, открытостью опыту, толерантностью [3] и иными просоциальными личностными свойствами, способствующими социально-психологической адаптации и, косвенным образом, – переживанию субъективного социального благополучия. При этом взаимосвязи эмоциональной креативности с показателями ССБ не изучались, что и обусловило актуальность нашего исследования.

*Цель исследования* – определить характер взаимосвязей эмоциональной креативности и показателей субъективного социального благополучия у студентов с учетом половых различий. *Выборка* включает 129 студентов гуманитарных и технических специальностей Полоцкого государственного университета ( $M=18,17$ ,  $SD=1,10$ ), из них 66 девушек и 63 юноши. *Методы исследования*: метод опроса и проективный тест. Батарейка методик включала опросники: 1) эмоциональной креативности ЕСИ Дж. Эверилла (адаптация И. Н. Андреевой) [4] и 2) «Субъективное социальное благополучие» (Т. В. Данильченко) [5]. Кроме этого, поскольку ожидалось, что ССБ опосредовано степенью субъективно переживаемой близости с другими людьми, респондентам было предложено выбрать изображение двух окружностей, которое лучше всего описывает степень близости по отношению к другим людям (всего предлагалось семь изображений; чем ближе

друг к другу расположены окружности, тем выше балльная оценка). Методы обработки данных – критерий различий U Манна-Уитни, корреляционный анализ (критерий ранговой корреляции Спирмена). Для обработки данных использовался пакет компьютерных программ «STATISTICA 8.0».

На первом этапе исследования определены половые различия в выраженности показателей эмоциональной креативности и ССБ у студентов. Выявлено, что подготовленность (сензитивность к эмоциям, способность обучаться на основе предшествующего эмоционального опыта), аутентичность (подлинность эмоций), а также эмоциональная креативность в целом преобладают у девушек (соответственно  $U=1436,5$ ,  $p=0,002$ ;  $U=1599,5$ ,  $p=0,023$ ;  $U=1491,5$ ,  $p=0,006$ ) по сравнению с юношами, что согласуется с результатами исследований Дж. Эверилла [2]. Выявлены значимые различия по выраженности социально-психологической дистанции «Я – другие» ( $U=1481$ ,  $p=0,004$ ): большей степенью близости к другим людям характеризуются девушки, что соответствует результатам более ранних исследований [5]. По показателям субъективного социального благополучия достоверных различий, обусловленных полом респондентов, не обнаружено ( $p>0,05$ ).

На втором этапе изучались взаимосвязи между переменными эмоциональной креативности и субъективного социального благополучия с учетом половых различий. Установлено, что с переменными ССБ наибольшее количество общих для девушек и юношей достоверных положительных умеренных и слабых корреляций образует эффективность. Указанная переменная и у девушек и у юношей взаимосвязана с социальной заметностью (соответственно  $r_s = 0,32$  и  $r_s = 0,38$ ,  $p<0,01$ ), с социальным одобрением ( $r_s = 0,28$  и  $r_s = 0,31$ ,  $p<0,05$ ), а также с общим показателем ССБ ( $r_s = 0,29$  и  $r_s = 0,28$ ,  $p<0,05$ ). Чем более полезными в социальном отношении являются эмоции индивида, тем большей влиятельностью и уважением он пользуется в группе, тем более он склонен к переживанию позитивного социального функционирования.

У индивидов обоего пола не обнаружено значимых корреляций переменных эмоциональной креативности с эмоциональным принятием ( $p>0,05$ ).

У девушек, наряду с эффективностью, с социальной заметностью, социальным одобрением, а также с общим показателем ССБ образуют значимые положительные умеренные и слабые корреляции новизна (соответственно  $r_s = 0,48$ ,  $p<0,001$ ;  $r_s = 0,41$ ,  $p<0,001$ ;  $r_s = 0,32$ ,  $p<0,01$ ), аутентичность ( $r_s = 0,37$ ,  $p<0,01$ ;  $r_s = 0,42$ ,  $p<0,001$ ;  $r_s = 0,42$ ,  $p<0,001$ ) и эмоциональная креативность ( $r_s = 0,54$ ,  $r_s = 0,47$ ,  $r_s = 0,44$ ,  $p<0,001$ ). Очевидно, что продуцирование новых, нестандартных эмоций (новизна), искренность в выражении эмоций, их подлинность (аутентичность) и эмоциональная креативность в целом дают девушкам тот же полезный результат, что и эффективность. Кроме этого аутентичность образует значимую отрицательную умеренную корреляцию с социальной дистантностью ( $r_s = -0,34$ ,  $p<0,01$ ). Другими словами, чем более характерна для девушки подлинность эмоций, их искренность, тем более выражена у нее связанность с социальными объектами вплоть до зависимости от них. И, напротив, чем более свойственно переживание отчужденности, одиночества, беспомощности, тем менее аутентичными

являются эмоции. Корреляций показателей эмоциональной креативности и переменной «позитивные социальные суждения о других» на достоверном уровне не обнаружено ( $p > 0,05$ ).

У юношей выявлена значимая положительная умеренная корреляция эффективности с переменной «позитивные социальные суждения о других» ( $r_s = 0,31$ ,  $p < 0,05$ ), т.е. чем полезнее эмоции индивида для него самого и окружающих, тем в большей мере юноша доверяет окружающим, верит в их доброту и честность. По мнению Т. В. Данильченко, позитивные социальные суждения выполняют полимодальную функцию: они являются условием, причиной и критерием социального благополучия одновременно [1]. Поэтому верным будет и следующее утверждение: чем больше молодой человек доверяет другим, считая их добрыми и честными, тем в большей мере он склонен выражать эмоции полезным в социальном отношении образом.

Интересны выявленные у юношей значимые положительные слабые и умеренные корреляции эмоциональной креативности и ее компонентов, новизны и подготовленности, с социальной дистантностью (соответственно  $r_s = 0,28$ ,  $p < 0,05$ ;  $r_s = 0,36$ ,  $p < 0,01$ ;  $r_s = 0,28$ ,  $p < 0,05$ ). Очевидно, что с повышением эмоциональной креативности, а также новизны и подготовленности у юношей усиливается переживание одиночества, отчужденности, неверия в собственные силы. Это может объясняться стереотипными представлениями о качествах «настоящего мужчины», одним из которых является сдержанность в выражении эмоций (например, «мужчины не плачут», «не дрогнув мужественным лицом»), которым сензитивный к эмоциям, склонный к нестандартному их выражению, одаренный в артистическом отношении [6] юноша не соответствует и потому не принимается окружающими. Даже при отсутствии реального отвержения выраженность подобных свойств у юноши может способствовать переживанию им чувства непонятости, ощущению «инаковости».

На третьем этапе исследования изучались взаимосвязи переменных эмоциональной креативности с показателями социально-психологической дистанции «Я – другие». Определено, что у юношей переменные эмоциональной креативности не взаимосвязаны на достоверном уровне с выраженностью социально-психологической близости с другими людьми ( $p > 0,05$ ). Вместе с тем у девушек с последней переменной на достоверном уровне коррелирует эмоциональная креативность в целом ( $r_s = 0,32$ ,  $p < 0,01$ ) и в частности – новизна ( $r_s = 0,34$ ,  $p < 0,01$ ). Продуцирование новых, отличных от нормативных эмоций (или новизна) – ключевой параметр эмоциональной креативности. Однако новизна эмоций должна соответствовать требованию полезности, т. к. отклоняющиеся от нормы, эксцентричные, но не полезные для индивида или группы реакции не относятся к креативным [7]. Отсюда следует, что новые, нестандартные, но при этом полезные для индивида и группы эмоции создают основу для большей близости девушек с окружающими. Возможно и обратное: чем ближе отношения с окружающими, тем больший элемент полезной новизны в выражении эмоций девушка может себе позволить.

Таким образом, у девушек по сравнению с юношами на достоверном

уровне выявлено преобладание подготовленности, аутентичности и эмоциональной креативности, а наряду с этим – меньшая выраженность социально-психологической дистанции «Я – другие». Не выявлено значимых различий, обусловленных полом респондента, в выраженности новизны, эффективности, а также показателей субъективного социального благополучия.

Обнаружены значимые корреляционные связи: положительные – 1) у юношей и девушек: между эффективностью и социальной заметностью, социальным одобрением и общим показателем субъективного социального благополучия; 2) у девушек: между новизной, эффективностью, эмоциональной креативностью и социальной заметностью, социальным одобрением и общим показателем ССБ; 3) у юношей: между эффективностью и переменной «позитивные социальные суждения о других»; между эмоциональной креативностью, новизной, подготовленностью и социальной дистантностью; отрицательная – у девушек: между аутентичностью и социальной дистантностью.

Важную роль для переживания субъективного социального благополучия у индивидов обоего пола играет эффективность, т. е. социальная полезность эмоций. Наряду с этим у девушек для переживания ССБ значима яркая, нестандартная, при этом искренняя эмоциональность, которая проявляется в большей степени в новизне, а также в аутентичности эмоций. У юношей, напротив, выраженная сензитивность к эмоциям (подготовленность) и нестандартность их выражения (новизна) способствуют увеличению социальной дистанции с другими людьми и, вследствие этого, – снижению субъективного социального благополучия. Следует отметить, что эмоциональное принятие (удовлетворенность отношениями с близкими людьми, наличие поддержки и признания с их стороны) от выраженности способностей эмоциональной креативности не зависит.

#### **Библиографические ссылки**

1. Данильченко Т. В. Питальник «Суб'єктивне соціальне благополуччя»: методологічне обґрунтування і процедура розробки // *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal). Politologia*, 2015. № 3. С. 20–29.
2. Averill J.R. Individual differences in emotional creativity: structure and correlates // *J. of Personality*. 1999. Vol. 67, № 2. P. 331–371.
3. Averill J.R., Thomas-Knowles C. Emotional creativity // *International review of studies on emotion*. Chichester : Wiley, 1991. Vol. 1. P. 269–299.
4. Андреева И. Н. Адаптация опросника эмоциональной креативности (ECI) // *Психол. журн.* 2011. № 1–2. С. 75–81.
5. Ильин Е. П. Дифференциальная психология мужчины и женщины. СПб : Питер, 2006. 544 с.
6. Березина Т. Н., Терещенко Р. Н. Эмоциональная креативность личности: определение и структура // *Психология и психотехника*. 2012. Т. 41, № 2. С. 43–50.
7. Averill J. R. Emotions as mediators and as products of creative activity // *Creativity across domains: face of muse*. Mahwah : Lawrence Erlbaum, 2005. P. 225–243.