

УДК 159.9.07; 159.9.07:51-7

DOI: 10.17748/2075-9908-2016-8-3/1-213-217

ЩЕПКИНА Нэилэ Каюмовна,
Амурский государственный университет,
г. Благовещенск, Россия
Sh210@mail.ru

Neile K. SHCHEPKINA,
Amur State University,
Blagoveshchensk, Russia
Sh210@mail.ru

КОРА Наталья Алексеевна,
Амурский государственный университет,
г. Благовещенск, Россия
Nkora1@yandex.ru

Natalia A. KORA,
Amur State University,
Blagoveshchensk, Russia
Nkora1@yandex.ru

АНДРЕЙЧЕНКО Антон Олегович,
Амурский государственный университет,
г. Благовещенск, Россия
Andrei4enko_anton@mail.ru

Anton O. ANDREICHENKO,
Amur State University,
Blagoveshchensk, Russia
Andrei4enko_anton@mail.ru

МОТИВАЦИОННЫЙ ПРОФИЛЬ СОЦИАЛЬНО КРЕАТИВНЫХ СТУДЕНТОВ

MOTIVATIONAL PROFILE OF SOCIALLY CREATIVE STUDENTS

В статье рассматривается проблема мотивации деятельности социально креативных студентов. Раскрыто смысловое значение социальной креативности как интегративной социальной способности личности. Приведена компонентная наполненность социальной креативности личности, включающая следующие компоненты: когнитивный, мотивационный, коммуникативно-личностный. Подробно анализируется структура мотивационного компонента социальной креативности, подтвержденная факторным исследованием. Раскрыта сущность мотивационного компонента социальной креативности в единстве внутренних и внешних мотивов, а именно стремления к самоактуализации и саморазвитию, направленности на общение и взаимодействие. Приводится анализ понятия «мотивационный профиль личности». Описана процедура организации эмпирического исследования на базе Амурского государственного университета, проходившая в два этапа. На первом этапе производился отбор студентов, имеющих уровень социальной креативности «выше среднего». В результате после отбора респондентов с соответствующим уровнем социальной креативности в дальнейшем исследовании учитывались результаты 62 испытуемых. В ходе второго этапа исследования осуществлялся анализ общежитийского и учебного профилей в «идеальном» и «реальном» состоянии мотивов социально креативных студентов на основе методики В.Э. Мильмана. Результаты сопоставительного анализа профилей в «идеальном» и «реальном» состоянии мотивов позволяют говорить о доминировании мотива общения в общежитийской и учебной сферах. Для социально креативной личности характерна дифференциация мотивационных факторов: в общежитийской сфере проявляются поддерживающие и потребительские мотивы, а в учебной сфере доминируют развивающие мотивы. Обобщение результатов эмпирического исследования позволило выявить импульсивный тип профиля, характерный для мотивационной структуры социально креативной личности.

This article touches upon the problem of activity motivation of socially creative students. It reveals the meaning of social creativity as an individual social integrative capacity. The paper describes the component fullness of the person's social creativity, which includes the following components: cognitive, motivational, communicative individual. It analyses in details the structure of the motivational component of social creativity, confirmed by factorial study. The study reveals the essence of the motivational component of social creativity in the unity of the internal and external motives, namely the desire for self-actualization and self-development, focusing on communication and interaction. It analyses the concept of "motivational profile of an individual". The article depicts the procedure of the empirical study organization which was held in two stages, on the basis of the Amur State University. The first step is the selection of students with the upper-intermediate level of social creativity. As a result, after the selection of the respondents with an appropriate level of social creativity 62 subjects were taken into account for further study. During the second phase of the study it was carried out an analysis of ordinary (everyday) and educational profiles in the "ideal" and "real" state of the social motives of creative students on the basis of Milman V.E. methods. The results of the profiles comparative analysis in the "ideal" and "real" state of motives let us talk about the dominating motive of communication in ordinary (everyday) and educational spheres. Differentiation of motivational factors is characteristic for socially creative personality: supporting and consuming motives are shown in everyday sphere and developing motives dominate in educational sphere. The generalization of the empirical research results has revealed an impulsive type of a profile, which is characteristic for the motivational structure of a socially creative person.

Ключевые слова: социальная креативность, студенты, мотивационный профиль, самоактуализация, направленность, импульсивный тип профиля.

Keywords: social creativity, students, motivational profile, self-actualization, orientation, impulsive type of profile

Актуализация мотивации творческой деятельности студентов обусловлена, с одной стороны, модернизационными процессами в системе образования, вводом новых образовательных и профессиональных стандартов, с другой – профессиональной идентичностью к выбранной специальности, принятием ответственности за собственную успешность и качество учебной деятельности.

Образовательная деятельность студента представляет собой сложное переплетение творческих и социально обусловленных процессов. В этом смысле деятельность студента приобретает полимотивированный характер. При этом мотив, порождаемый внутри субъекта, име-

ет интерпсихическую природу и может принимать интрапсихический характер, внутренне объединяясь с мотивом продуктивной деятельности [1].

Креативность в социальной сфере относится к продуктивному типу деятельности и детерминируется внешними и внутренними мотивами. Под социальной креативностью мы понимаем интегративную способность личности, объединяющей в себе творческие, индивидуально-личностные, мотивационные, поведенческие, социальные особенности, имеющей устойчивую направленность на поиск нестандартных решений сложных социальных задач в сфере социальной реальности [2].

Выявляя компонентную наполненность социальной креативности студента, мы ориентировались на следующую структурно-функциональную классификацию, компоненты которой соотносятся с выделенной нами факторной структурой социальной креативности: когнитивный, мотивационный, коммуникативно-личностный [3].

Мотивационный компонент социальной креативности определяется внутренними и внешними мотивами. Под внутренней мотивацией понимаются побудители, или внутренние желания, которые удовлетворяются в результате решения социальных задач [4]. С.Д. Политыко отмечает, что творчество в деятельности человека-субъекта, непосредственно направленной на самого себя, на свое развитие и самосовершенствование, имеет место там и постольку, где и поскольку человек осознанно руководствуется деятельным недовольством собой, целенаправленным отношением к самому себе как к объекту, который не устраивает его и который он стремится изменить посредством деятельности [5].

В этой связи мотивационную основу творческой социальной деятельности составляет стремление к максимальной самоактуализации и саморазвитию в условиях социальной реальности. Самоактуализация, как внутренний мотивационный компонент социальной креативности, проявляется в адекватном восприятии действительности, спонтанности проявлений, простоте, сознательном конформизме, автономии и независимости от окружения, устойчивости, креативности, проявляющейся на всех этапах осуществления деятельности (от целеполагания до результата и его оценки).

Внешним мотивом социальной креативности является направленность личности. В структуре социальной креативности важен такой вид направленности, как направленность на общение и взаимодействие. Это обусловлено тем, что для личности самым значимым при социальном взаимодействии является общение, сотрудничество с другими. Данный мотив социальной креативности позволяет личности проявлять активность в реализации целей социальной деятельности. Именно мотивационный компонент творческой активности может уравновесить слабость когнитивного компонента.

Рассмотренные особенности мотивации социально креативных студентов составили теоретическую основу исследования, тем самым, определив цель и гипотезу эмпирического исследования.

Цель исследования: определить мотивационный профиль социально креативных студентов.

В нашем исследовании мы ориентировались на определение В.Э. Мильмана, который полагает, что мотивационный профиль – это комплекс устойчивых мотивов личности, определяющих характер целенаправленной деятельности в процессе получения профессии и обеспечивающих направленность индивида на творческую самореализацию [1].

Гипотеза исследования: мотивационный профиль социально креативной личности имеет качественные отличия в общежитийской и учебной сферах, в «идеальном» и «реальном» состоянии мотивов.

В исследовании приняли участие 96 студентов, в возрасте от 19 до 22 лет, обучающихся на факультете социальных наук по направлениям подготовки «Социальная работа», «Психолого-педагогическое образование».

В исследовании использовались следующие методики: «Определение социальной креативности» (А.В. Батаршев), «13-факторный личностный опросник» Р. Кеттелла (сокращенный взрослый вариант личностного опросника – форма 13FP), «Социальный интеллект» (Дж. Гилфорд – М. Салливан), «Изучение личностных креативных способностей» (Е.Е. Туник), «Диагностика мотивационной структуры личности» (В.Э. Мильман) [1].

Проверка гипотезы исследования проходила в два этапа. На первом этапе выявлялся уровень креативных способностей личности. В результате была выявлена группа студентов, имеющих показатель социальных способностей «выше среднего». После отбора респондентов со «средневысокими» значениями в дальнейшем исследовании учитывались результаты 62 испытуемых. На втором этапе проводилось исследование общежитийского и учебного профилей в «идеальном» и «реальном» состоянии мотивов социально креативных студентов с помощью методики В.Э. Мильмана.

Согласно профилю общежитейской мотивации, представленному на рисунке 1, «реальное состояние мотива» имеет тенденцию повышения к шкале ОД, то есть имеет место превышение в общежитейской сфере поддерживающих мотивов над развивающими.

Обращает внимание сильное насыщение по шкале О, где «реальное состояние мотива» значимо превышает «идеальное состояние мотива». То есть студенты недооценивают роль общения и коммуникации в общежитейской и рабочей (учебной) сфере, хотя в реальности данный мотив для них весьма значим и выделяется среди других показателей.

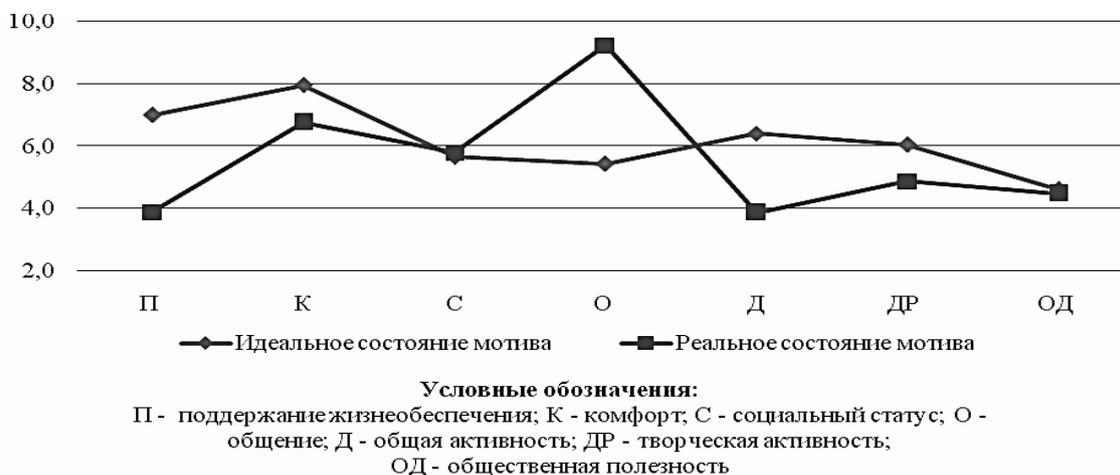


Рис. 1. Идеальное и реальное состояние мотива в общежитейской сфере
 Fig. 1. The ideal and the real state of the motif in the worldly sphere

При высоком «идеальном» показателе, связанном с поддержанием жизнеобеспечения, значительно низок «реальный показатель». Это значит, что студенты обеспокоены насущными условиями жизнедеятельности и поэтому стремятся в полной мере обеспечить себя и своих близких материальными ресурсами жизни. Также значительное расхождение «идеального» и «реального» мотивов имеется по шкале Д, что говорит о стремлении студентов к активности, выносливости, упорству и желании приложить свои умения в профессиональной деятельности. Показатель соответствует среднему по шкалам К, С, ДР, ОД. При этом «идеальное» значение совпадает с «реальным», что означает гармоничное насыщение факторов.

Профиль рабочей (учебной) мотивации представлен на рисунке 2, где «идеальное состояние мотива» имеет тенденцию к повышению от шкалы П к шкале ОД. Получается, что студенты отводят значимую роль развивающим мотивам Д, ДР и ОД. При этом «реальное состояние мотива» значительно и отличается по шкалам П, Д, ДР, ОД. Таким образом, студенты отлично осознают и выделяют качества, необходимые для успешного межличностного взаимодействия, и стремятся к их развитию.

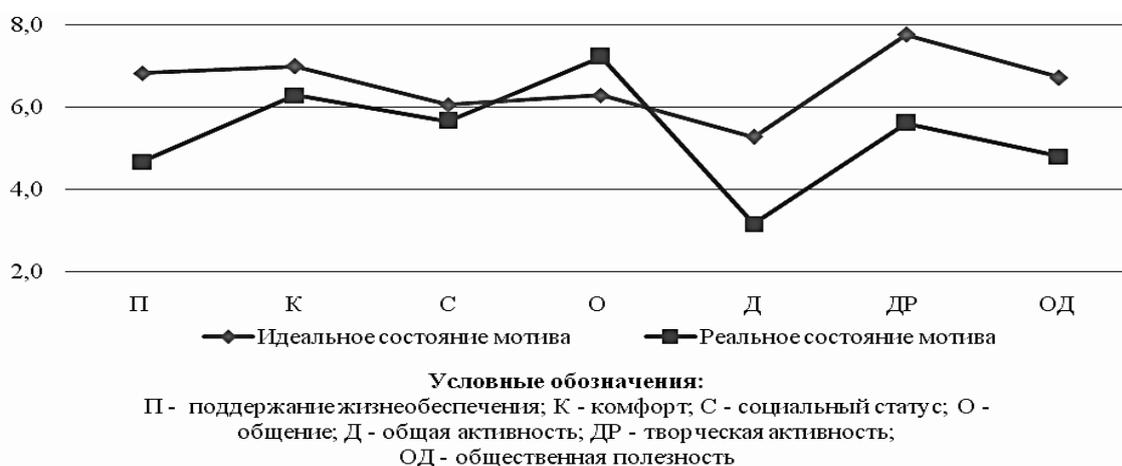


Рис.2. Идеальное и реальное состояние мотива в рабочей (учебной) сфере
 Fig. 2. The ideal and the real state of the motif in the educational field

Существенное различие между характером общежитейского и учебного профилей говорит об определенной дисгармоничности, неравноценности мотивационной сферы личности студентов в целом. Характерно, что при суммировании соответствующих профилей обобщенный профиль сходен с общежитейским в части П, К, С, О, а также и с рабочим в части Д, ДР, ОД (рисунок 3). Это связано с тем, что общежитейская сфера играет ведущую роль в формировании поддерживающих, потребительских мотивов, а учебная – в формировании развивающих мотивов.

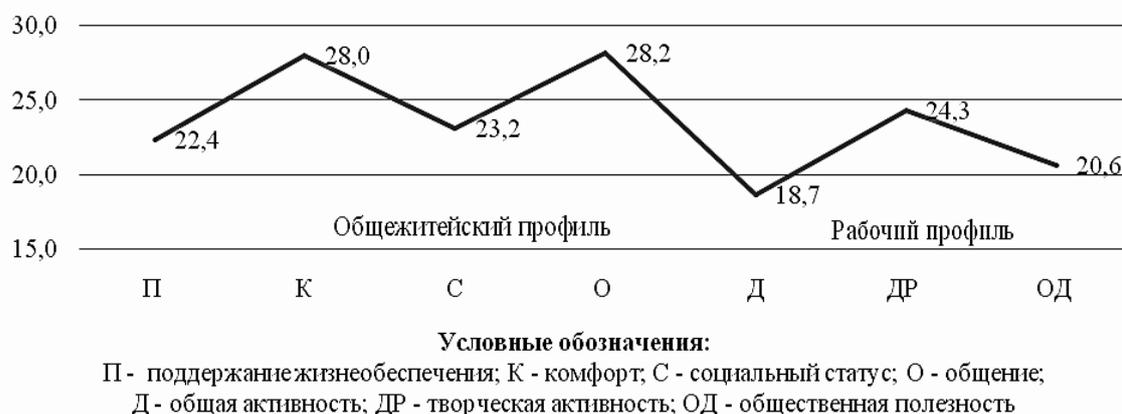


Рис. 3. Обобщенный мотивационный профиль
Fig. 3. A generalized motivational profile

На основе соотношения показателей всех шкал можно выделить *импульсивный тип профиля* (характеризуется тремя выраженными пиками по шкалам К, О, ДР), который отражает значительную дифференциацию различных мотивационных факторов социально креативных студентов.

Таким образом, мотивационный компонент социальной креативности проявляется в единстве внешних мотивов направленности на общение и взаимодействие, стремление к самоактуализации и внутреннего мотива стремления к саморазвитию. Мотив общения наиболее значим для социальных креативов и имеет максимальное насыщение как в общежитейской, так и в учебной сфере. Для социально креативной личности характерна дифференциация мотивационных факторов: в общежитейской сфере проявляются поддерживающие и потребительские мотивы, а в учебной сфере доминируют развивающие мотивы. Поэтому обобщенный мотивационный профиль социально креативных студентов имеет импульсивный тип.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Мильман В.Э. Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. – М.: МГУ, 1990.
2. Щепкина Н.К., Андрейченко А.О. Изучение структурных и содержательных особенностей социальной креативности студента // Вестник Амурского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2016. – Вып. 72.
3. Андрейченко А.О. Факторная структура социальной креативности студентов вуза // Образование и общество. – № 5 (94).
4. Любарт Т., Муширу К., Торджман С., Зенасни Ф. Психология креативности. – М.: Когито-Центр, 2009.
5. Политыко С.Д. Антропология творчества. – М.: РАН. Институт человека, 2003.

REFERENCES

1. Milman V.E. Workshop psychodiagnostics. Diagnosis of motivation and self-regulation. [Praktikum po psikhodiagnostike. Psikhodiagnostika motivatsii i samoregulyatsii]. Moscow: MGU, 1990. (in Russ.).
2. Schepkina N.K., Andreychenko A.O. Studying of structural and substantial features of student's social creativity. [Izuchenie strukturnykh i soderzhatel'nykh osobennostey sotsial'noy kreativnosti studenta]. Blagoveshchensk: AmSU, 2016. (in Russ.).
3. Andreychenko A.O. The factor structure of social creativity of the university students'. [Faktornaya struktura sotsial'noy kreativnosti studentov vuzaj]. Orel, 2015. (in Russ.).
4. Lyubart T., Mushiru K., Tordzhman S., Zenasni F. Psychology of creativity. [Psikhologiya kreativnosti]. Moscow, 2009. (in Russ.).
5. Polityko S.D. Creativity anthropology. [Antropologiya tvorchestva]. Moscow: RAS, 2003. (in Russ.).

Информация об авторе

Щепкина Нэйлэ Каюмовна, доктор педагогических наук, профессор, кафедра психологии и педагогики, Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Россия
Sh210@mail.ru

Кора Наталья Алексеевна, кандидат психологических наук, доцент, кафедра психологии и педагогики, Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Россия
Nkora1@yandex.ru

Андрейченко Антон Олегович, аспирант, ассистент, кафедра психологии и педагогики, Амурский государственный университет, г. Благовещенск, Россия
Andrei4enko_anton@mail.ru

Получена: 17.05.2016

Для цитирования статьи: Щепкина Н.К., Кора Н.А., Андрейченко А.О. Мотивационный профиль социально креативных студентов. Краснодар: Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Том 8. № 3. Часть 1. с. 213-217
doi: 10.17748/2075-9908-2016-8-3/1-213-217

Information about the author

Neile K. Shchepkina, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Department of Psychology and Pedagogy, Amur State University, Blagoveshchensk, Russia
Sh210@mail.ru

Natalia A. Kora, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Psychology and Pedagogy, Amur State University, Blagoveshchensk, Russia
Nkora1@yandex.ru

Anton O. Andreichenko, Postgraduate Student, Assistant, Department of Psychology and Pedagogy, Amur State University, Blagoveshchensk, Russia
Andrei4enko_anton@mail.ru

Received: 17.05.2016

For article citation: Shchepkina N.K., Kora N.A., Andreichenko A.O. Motivational profile of socially creative students. [Motivatsionnyy profil' sotsial'no kreativnykh studentov]. Krasnodar. Istoriicheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'. 2016. Vol. 8. no. 3. Part. 1 Pp. 213-217
doi: 10.17748/2075-9908-2016-8-3/1-213-217