

Влияние эмоций на творческое мышление личности

Федорова Анастасия Александровна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: enternita@inbox.ru

Исследования прошлых лет показали связь эмоциональных состояний с благополучием, эффективностью деятельности, продуктивным взаимодействием и здоровьем личности.

Проблема влияния эмоции на креативность изучалась еще с древнейших времен, когда философы связывали какие-либо новые творения человека с вдохновением или деяниями духов. Позже ученые пришли стали замечать, что в позитивном настроении человек чаще способен создавать нечто необычное. Однако история знает немало примеров, когда именно отрицательные эмоции или ощущение угрозы стимулировали к работе и достижению невероятных результатов [3].

Влияние эмоционального состояния на творческое мышление человека неоднозначно. Так, отрицательные эмоции могут играть как мотивирующую роль, так и являться сильнейшим стрессором. Положительные же либо стимулируют к новым достижениям, либо дают недостаточно напряжения для начала выполнения работы [1]. Проблема влияния аффективного фактора на творческое мышление активно изучается уже несколько десятилетий, однако результаты исследований приносят противоречивые данные.

В нашем исследовании проверялась гипотеза о том, что индукция положительной эмоции будет способствовать повышению креативности ситуации неопределенности.

В качестве экспериментальной базы выступили 125 сотрудников организаций (65 мужчин и 60 женщин), возраст - от 28 до 53 лет (средний - 34 года). Было проведено экспериментальное исследование с использованием методик вербальной креативности Д.Гилфорда и «ЭмоС-18» Д.В.Люсина [2]. В зависимости от типа экспериментальной группы на испытуемого оказывалось определенное аффективное воздействие. Результаты исследования показали неоднозначное влияние эмоционального состояния на креативность личности. Параллельное позитивное воздействие должно быть достаточно сильным для уменьшения негативного влияния неопределенности на организм. При отсутствии каких-либо стрессоров индукция положительной эмоции, как и отрицательной, повышает креативность. Однако если испытуемому параллельно вводится ситуация неопределенности (дополнительная мотивация на качественное выполнение задания и сильный дефицит времени), результаты не только уменьшаются в два раза, но и показывают различия для противоположных эмоций. На основе полученных результатов может быть сформулирован ряд практических рекомендаций для формирования стрессоустойчивости сотрудников.

Эксперимент проводился в организациях в рабочее время по предварительному согласованию с руководителями. Испытуемому предлагалось выполнить задание на креативность, и, в зависимости от типа группы, ему параллельно давалось определенное аффективное воздействие. Для некоторых групп также создавалась ситуация неопределенности. На задание отводится 10 минут, и испытуемых об этом оповещают. Группе с ситуацией неопределенности говорили о лимите в 30 минут, однако через 5 минут работы предлагали сдать листы через еще 5 минут.

Согласно гипотезе исследования, индуцированная положительная эмоция будет лучше мотивировать испытуемых к работе даже в условиях неопределенности.

Выдвинутая в исследовании гипотеза подтвердилась лишь для определенных условий внешней среды.

Во-первых, при нейтральных условиях внешней среды и положительные, и отрицательные эмоции позволяют работать одинаково эффективно и продуктивно. Разница заключается в выбираемой стратегии решения задач, а, следовательно, в области применения той или иной стимуляции. Например, в организационной среде при работе с фокус-группами следует ограничить все негативное воздействие на респондентов для получения максимального количества творческих идей. Однако на следующем этапе отбора наиболее перспективных предложений возможна негативная аффективная стимуляция для активации критического подхода.

Работа в нейтральном эмоциональном состоянии продуктивна при наличии внешних условий, близких к идеальным. При появлении стрессовых факторов продуктивность сокращается практически в два раза, что отражается на эффективности работы всей организации и благополучии сотрудника. Положительные или отрицательные эмоции в данном случае будут давать необходимый заряд мотивации. Более того, негативный аффект приводит к лучшим результатам в ситуации неопределенности. Так, в кризисные времена возможна стимуляция работника через поощрение критического взгляда на проблему и поиск как можно большего количества решений.

Во-вторых, положительные эмоции действительно стимулируют творческий процесс, что подтверждается теорией Айзен [1]. С другой стороны, при наличии неблагоприятных условий внешней среды, способность к творчеству, напротив, резко снижается. С точки зрения Кауфмана и Восбург, это объясняется выбором стратегии удовлетворения, и человек перестает решать проблему, как только найдено хотя бы одно решение [5].

Отрицательные эмоции, напротив, при несколько пониженной эффективности в нормальных условиях, в ситуации неопределенности стимулируют рост креативности. Так, они сигнализируют человеку об угрозе из внешней среды и активируют процессы поиска решения и выхода из сложной ситуации. Таким образом, увеличивается использование дивергентного мышления, направленного на генерирование и выбор наилучших путей разрешения проблемы или рабочей задачи.

Использованная в исследовании методика Д.В.Люсина «Эмо-С-18» зарекомендовала себя как простой в применении и эффективный способ измерения эмоционального состояния испытуемого. Наличие трех шкал позволяет комплексно оценить влияние индуцированной эмоции на испытуемого, а также отследить изменение каждого фактора в отдельности.

Проведенное исследование позволило лучше изучить влияние аффективного фактора на креативность в различных условиях внешней среды. Полученные результаты в дальнейшем могут быть адаптированы для системы тренингов, а также использоваться как база для проведения более глубоких исследований.

Источники и литература

- 1) Любарт Т., Психология креативности, М., Когито-Центр, 2009
- 2) Люсин Д.В., Синкевич А.Г. Структура самоописания эмоциональных состояний на русском языке // "Зона ближайшего развития" в теоретической и практической психологии: Материалы XI Международных чтений памяти Л.С. Выготского, Москва, 15-18 ноября 2010 г. Под ред. В.Т. Кудрявцева. М.: РГГУ, Институт психологии им. Л.С. Выготского, 2010. С. 318-319

- 3) 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
- 4) Henderson S.J. Product inventors and creativity: The finer dimensions of enjoyment. Creativity Research Journal, 2004, 16 (2), 293-312
- 5) Kaufmann G., Vosburg S.K. "Paradoxical" mood effects on creative problem-solving. Cognition and Emotion, 1997, 11, 151-170
- 6) Leung A.K., Liou S., The Role of Instrumental Emotion Regulation in the Emotions–Creativity Link: How Worries Render Individuals With High Neuroticism More Creative. Emotion 2014, Vol. 14, No. 5, 846–856