

## ОСОБЛИВОСТІ КРЕАТИВНОСТІ У СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

## FEATURES OF CREATIVITY IN STUDENT YOUTH

У статті представлено результати теоретико-емпіричного дослідження особливостей зв'язку креативності з термінальними цінностями на вибірці зі 127 осіб-студентів (65 жінок і 62 чоловіки) віком від 19 до 23 років Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Концепт креативності розглядається як багаторівневе психічне утворення, яке включає інтелектуальний і творчий потенціал, а також пов'язане з мотивацією, емоціями, комунікативними параметрами, компетентністю, рівнем естетичного розвитку особистості. Проаналізовано кореляції креативності з термінальними цінностями. Виявлено, що чим більше студентська молодь схильна до особистісної креативності, тим більше вона поділяє такі термінальні цінності, як креативність, розвиток себе, збереження індивідуальності, духовне задоволення, активні соціальні контакти. Встановлено, що студентська молодь з розвинутою уявою характеризується наявністю таких термінальних цінностей, як креативність і розвиток себе. Виявлено, що чим більше студентська молодь орієнтована на пізнання складних явищ, проявляє інтерес до складних речей, ідей, завдань, складних способів вирішення проблеми, тим більше в неї виражені такі термінальні цінності, як розвиток себе, збереження індивідуальності, креативність, досягнення, та більше представлені термінальні цінності у сферах професійного життя, навчання та освіти. Встановлено, що чим більше виражена допитливістю у студентської молоді, тим більше виражені у неї такі термінальні цінності, як активні соціальні контакти, креативність, розвиток себе, духовне задоволення. У студентської молоді з вираженою допитливістю більш представлені термінальні цінності у сфері життя, а саме навчання та освіта. Виявлено, що студентська молодь з вираженими термінальними цінностями, тобто активними соціальними контактами, збереженням індивідуальності, досягненнями, розвитком себе, більш схильна відстоювати свої ідеї, не звертаючи уваги на реакцію інших; ставить перед собою високі цілі та буде намагатися їх здійснити; допускає для себе можливість помилок та провалів; не надто стурбована, коли одногрупники, викладачі чи батьки виражають своє несхвалення; віддає перевагу ризику, щоб дізнатися, що з цього вийде.

**Ключові слова:** креативність, термінальні цінності, студентська молодь, уява, допитливість, складність, схильність до ризику.

The article presents the results of a theoretical and empirical study of the relationship between creativity and terminal values in a sample of 127 students (65 women and 62 men) aged 19 to 23 years of Taras Shevchenko National University of Kyiv.

The concept of creativity is considered as a multilevel mental formation, which includes intellectual and creative potential, as well as related to motivation, emotions, communicative parameters, competence, and level of aesthetic development of the individual.

Correlations of creativity with terminal values are analyzed. It was found that the more student youth is prone to personal creativity, the more they share such terminal values as creativity, self-development, and preservation of individuality, spiritual satisfaction and active social contacts.

It is established that student youth with a developed imagination is characterized by the presence of such terminal values as creativity and self-development. It was found that the more students are focused on the knowledge of complex phenomena, show interest in complex things, ideas, tasks, complex ways of solving problems, the more they express such terminal values as self-development, preservation of individuality, creativity, achievement, and even more presented terminal values in the areas of professional life, studying and education.

It is established that the more expressed curiosity in student youth, the more expressed in it such terminal values as active social contacts, creativity, self-development, spiritual satisfaction. Terminal values in the sphere of life – studying and education – are more represented among student youth with a pronounced curiosity.

It was found that student youth with pronounced terminal values – active social contacts, preservation of individuality, achievements, self-development – are more likely to defend their ideas, not paying attention to the reaction of others; sets high goals and will try to achieve them; allows for the possibility of mistakes and failures; not too worried when training mates, teachers or parents express their disapproval; prefers to have a chance to take a risk to find out what will come of it.

**Key words:** creativity, terminal values, student youth, imagination, curiosity, complexity, propensity to risk.

УДК 159.922  
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.18.1.11>

**Ковпак Т.В.**

студентка магістратури  
Інститут післядипломної освіти  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

**Постановка проблеми.** Останніми роками у вітчизняних та зарубіжних учених значно зріс дослідницький інтерес до проблеми креативності особистості. ХХІ століття характеризується наявністю глобально-кризових проблем, зокрема екологічних, соціальних, демографічних.

Несприятливе соціально-економічне становище в Україні спричинює тривогу та невпе-

вненість людей у майбутньому. У різних сферах людського життя все помітнішим стає процес індивідуалізації. Пріоритет віддається мотивам особистого успіху, особистим інтересам, престижу, першості, благополуччю. Найважливішими чинниками оптимального вирішення глобально-кризових проблем є креативність, високий професіоналізм, критичне мислення фахівців.

Проблема креативності особистості є центральною для багатьох вітчизняних та зарубіжних концепцій особистості. У психології ще немає цілісного уявлення про феномен креативності. В окремих вітчизняних та зарубіжних наукових роботах розглядаються лише деякі аспекти креативності особистості.

Проблема дослідження креативності набула особливої актуальності у зв'язку з важливістю питань особистісного зростання, духовного потенціалу, творчих здібностей особистості, особливостей самосвідомості і самооцінки, визначальних умов, які детермінують процес креативності особистості.

Сьогодні студентська молодь зіштовхується з численними труднощами в процесі самореалізації. Сучасні політичні та соціально-економічні умови в Україні вимагають від студентської молоді вмінь використовувати свої можливості та здібності у різних ситуаціях життєдіяльності, здатності до самоствердження й саморозвитку, а також професійного та духовного самовдосконалення. Саме досить актуальним є дослідження особливостей креативності у студентської молоді.

**Постановка завдання.** Метою статті є виявлення та аналіз особливостей зв'язку креативності студентської молоді з її термінальними цінностями.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У психологічній науці існує декілька підходів до визначення поняття та сутності категорії «креативність». Слід зазначити, що немає єдиної та однозначної теорії креативності, як і не існує єдиного її визначення.

Вперше поняття «креативність» у 1922 р. використав Д. Сімпсон. Цим терміном Д. Сімпсон позначив здатність людини відмовитися від стереотипних способів мислення [5].

Відомий американський дослідник креативності Е.П. Торренс визначає креативність як процес прояву чутливості до проблем, дефіциту знань, їх дисгармонії, невідповідності тощо, фіксації цих проблем, пошуку їх рішень, висування гіпотез, нарешті, формулювання й повідомлення результату рішення [9, с. 112].

С. Аріетті зробив спробу вивчення креативності як своєрідного синтезу несвідомих процесів і логічного мислення, присвоївши цьому синтезу найменування третинних процесів. Згодом вчені почали розглядати креативність як вищий розумовий процес [2, с. 385].

В.М. Козленко розглядає креативність як потребу в дослідницькій діяльності, яка притаманна кожній людині від народження й проявляється у формі рефлексу «Що з цим можна зробити?». Креативність розглядається як відносно незалежний фактор обдарованості [7, с. 128].

Загалом креативність розуміється як загальна здібність до творчості.

В 50-ті рр. ХХ століття виникла тенденція до виділення креативності як специфічного виду здібностей. Ця тенденція перш за все пов'язана з іменами американських психологів Л. Терстоуна та Дж. Гілфорда [3; 4].

Л. Терстоун проаналізував можливу роль у креативності здібності швидко засвоювати нову інформацію та використовувати її різними способами [11, с. 92]. Він відзначив роль індуктивного мислення та особливостей сприймання в творчих досягненнях, а також звернув увагу на те, що творчі рішення частіше приходять в момент релаксації, розсіювання уваги, а не в момент зосередження над вирішенням проблеми. Креативність почали розглядати як здатність створювати нові ідеї та безпосередньо стали пов'язувати креативність із творчими досягненнями [5; 6].

Дж. Гілфорд виділив такі чотири основні параметри креативності:

- оригінальність – здатність продукувати віддалені асоціації, незвичайні відповіді;
- семантична гнучкість – здатність виявити основну властивість об'єкта й запропонувати новий спосіб його використання;
- образна адаптивна гнучкість – здатність змінити форму стимулу таким чином, щоби побачити в ньому нові ознаки й можливості для використання;
- семантична спонтанна гнучкість – здатність продукувати різноманітні ідеї у нерегламентованій ситуації [5, с. 214].

Е.П. Торренс запропонував такі критерії креативності:

- 1) біглисть (здатність продукувати велику кількість ідей);
- 2) гнучкість (здатність застосовувати різноманітні стратегії під час вирішення проблем);
- 3) оригінальність (здатність продукувати незвичайні, нестандартні ідеї);
- 4) розробленість (здатність детально розробляти виниклі ідеї);
- 5) опір замиканню (здатність не слідувати стереотипам і тривалий час «залишатися відкритим» для різноманітної інформації, що надходить під час вирішення проблем);
- 6) абстрактність назви (проявляється у розумінні сутності проблеми того, де процес називання відображає здатність до трансформації образної інформації у словесну форму) [8, с. 205].

Креативність розглядається як відносно незалежний фактор обдарованості. Креативність – це здатність до оригінальної, але водночас затребуваної роботи, тобто до чогось такого, про що інші не подумали, але що приносить якусь користь. Крім того, вона зазвичай вимагає напруженої праці й подолання перешкод на шляху до кінцевого продукту.

Як зазначають С.І. Макшанов і Н.Ю. Хрящева, креативність – це здатність до конструктивного, нестандартного мислення й поведінки, а також до усвідомлення й розвитку свого досвіду [5, с. 301].

На думку Н.Ю. Хрящевої, креативність проявляється у багатій уяві, почутті гумору, прихильності до високих естетичних цінностей, умінні деталізувати образи проблеми [4]. Істотними умовами актуалізації цієї здібності є самовладання й впевненість у собі. Н.Ю. Хрящева говорить про здатність до нестандартної поведінки, а також усвідомлення розвитку свого досвіду.

В.Г. Каменська та В.О. Мельникова вважають, що креативність слід розглядати як особистісні особливості творчо обдарованої людини, пов'язані зі створенням нових матеріальних та ідеальних продуктів [5, с. 128].

Отже, вчені по-різному пропонують визначати креативність. О.В. Буторіна спробувала надати систематизацію всіх визначень креативності [4]. На думку О.В. Буторіної, всі визначення поняття «креативність» можна поділити на такі види:

- здатність до творчості;
- інтелектуальна творчість;
- щось нове, оригінальне;
- віддалені асоціації;
- реструктурування цілісної системи;
- незвичайне кодування інформації;
- дивергентне мислення;
- результат (або відсутність) внутрішньо-особистісних конфліктів;
- вихід за межі вже наявних знань;
- нетрадиційне мислення, що дає змогу швидко вирішити проблемну ситуацію [4].

Цікавий погляд на проблему креативності пропонує Л. Бінсвангер. На думку Л. Бінсвангера, екзистенція (спосіб існування) стає креативною властивістю суб'єкта [6, с. 203], тому можна говорити про екзистенціальні креативні якості особистості, які проявляються в автентичності особистості (відповідно до своєї природи), екстенсивності (відкритості новому досвіду), проникненні за межі понять, установок, психологічних захистів, позитивної Я-концепції, пов'язаної із самосвідомістю унікальності своєї особистості, неконформізму, індивідуальному стилі життя, інтернальній (суб'єктній) позиції в житті, багатополярній картині світу [6].

Т.О. Барішева і Ю.А. Жигалов пропонують теоретичну модель структури креативності як системного (багаторівневого й багатовимірного) психічного утворення. На їхню думку, креативність включає сім симптомомокомплексів, таких як мотиваційний, емоційний, інтелектуальний, естетичний, екзистенціальний, комунікативний, компетентнісний. Кожен з цих симптомомокомплексів є підсистемою креатив-

ності й включає низку психологічних параметрів (субелементів) [1, с. 92].

У сучасних дослідженнях креативності все частіше зазначається, що креативний процес характеризується єдністю конвергентного та дивергентного аспектів.

М.О. Холодна визначає креативність у вузькому сенсі слова як дивергентне мислення [11]. Його головною характеристикою є готовність висувати безліч однаково правильних ідей щодо об'єкта.

У вітчизняній психології О.Є. Тунік [9; 10] розглядає такі критерії креативності, як чутливість до проблеми; здатність до синтезу; здатність до виділення подібності та відмінності; здатність до відтворення відсутніх деталей; здатність до прогнозування; дивергентне мислення.

На нашу думку, креативність є багаторівневим психічним утворенням, яке включає інтелектуальний і творчий потенціал, а також пов'язане з мотивацією, емоціями, комунікативними параметрами, компетентністю, рівнем естетичного розвитку особистості.

В нашому дослідженні взяли участь 127 осіб-студентів (65 жінок і 62 чоловіки) віком від 19 до 23 років Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Участь респондентів у дослідженні була добровільною й конфіденційною.

Задля визначення особливостей зв'язку креативності та термінальних цінностей у студентської молоді нами застосовувались такі психодіагностичні методи, як опитувальник термінальних цінностей І.Г. Сеніна; методика діагностики особистісної креативності О.Є. Тунік.

За допомогою критерія Колмогорова-Смірнова нами була здійснена перевірка змінних особистісної креативності, термінальних цінностей на нормальність розподілу.

Згідно з отриманими даними, розподіл значень за змінними «власний престиж», «високе матеріальне положення», «креативність», «активні соціальні контакти», «розвиток себе», «досягнення», «духовне задоволення», «професійне життя», «сімейне життя», «суспільне життя» та «захоплення» відповідає закону нормального розподілу (відповідно, рівень значущості  $p > 0,05$ ).

Розподіл значень за змінними «збереження власної індивідуальності» й «навчання та освіта» не відповідає закону нормального розподілу.

Для тих змінних, розподіл значень яких у групі відповідає нормальному, нами був вибраний коефіцієнт кореляції К. Пірсона (табл. 1).

Для тих змінних, розподіл значень яких у групі не відповідає нормальному, нами був вибраний непараметричний критерій аналізу, а саме коефіцієнт кореляції Ч. Спірмена.

Проаналізуємо отримані коефіцієнти кореляції між особистісною креативністю та збереженням індивідуальності, сферою життя, а саме навчанням та освітою (табл. 2).

В результаті здійснення кореляційного аналізу нами були виявлені прямі значущі кореляційні зв'язки між особистісною креативністю та такими термінальними цінностями, як креативність (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,438$  на рівні  $p < 0,05$ ), розвиток себе (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,413$  на рівні  $p < 0,05$ ), збереження індивідуальності (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,396$  на рівні  $p < 0,05$ ), духовне задоволення (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,339$  на рівні  $p < 0,05$ ), активні соціальні контакти (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,336$  на рівні  $p < 0,05$ ).

Отримані зв'язки свідчать про те, що чим більше студентська молодь схильна до особистісної креативності, тим більше вона поділяє такі термінальні цінності, як креативність, розвиток себе, збереження індивідуальності, духовне задоволення, активні соціальні контакти.

На основі кореляційного аналізу виявились прямі значущі зв'язки між уявою як фактором особистісної креативності та креативністю (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,347$  на рівні  $p < 0,05$ ), розвитком себе (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,346$  на рівні  $p < 0,05$ ) як термінальними цінностями та сферами життя, в яких представлені термінальні цін-

ності, а саме захопленнями (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,347$  на рівні  $p < 0,05$ ), суспільним життям (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,335$  на рівні  $p < 0,05$ ).

Отримані зв'язки свідчать про те, що студентська молодь з розвиненою уявою характеризується наявністю таких термінальних цінностей, як креативність і розвиток себе. Чим більше розвинена уява у студентської молоді, тим більше у неї представлені термінальні цінності в таких сферах життя, як захоплення та суспільне життя.

В результаті кореляційного аналізу нами були виявлені прямі значущі кореляційні зв'язки між складністю як фактором особистісної креативності та термінальними цінностями, а саме розвитком себе (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,371$  на рівні  $p < 0,05$ ), збереженням індивідуальності (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,367$  на рівні  $p < 0,05$ ), креативністю (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,327$  на рівні  $p < 0,05$ ), досягненнями (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,324$  на рівні  $p < 0,05$ ). Виявився також зв'язок між складністю як фактором особистісної креативності та професійним життям, навчанням та освітою як сферами життя, в яких представлені термінальні цінності (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,386$  та  $r = 0,359$  на рівні  $p < 0,05$ ).

Отримані зв'язки свідчать про те, що чим більше студентська молодь орієнтована на

Таблиця 1

**Значення коефіцієнтів кореляції К. Пірсона між термінальними цінностями, сферами життя та особистісною креативністю**

Показники	Схильність до ризику	Допитливість	Складність	Уява	Особистісна креативність
Власний престиж	0,009	0,029	0,171	-0,112	0,015
Високе матеріальне положення	0,014	0,048	0,124	0,216	0,142
Креативність	0,182	0,345*	0,327*	0,347*	0,438*
Активні соціальні контакти	0,358*	0,348*	0,167	0,134	0,336*
Розвиток себе	0,329*	0,337*	0,371*	0,346*	0,413*
Досягнення	0,336*	0,176	0,324*	0,241	0,227
Духовне задоволення	0,013	0,333*	0,175	0,157	0,339*
Професійне життя	0,174	0,059	0,386*	0,224	0,214
Сімейне життя	-0,124	0,014	0,056	0,047	0,016
Суспільне життя	0,178	0,093	0,227	0,335*	0,247
Захоплення	0,189	0,085	0,188	0,347*	0,237

\* Кореляція значуща на рівні  $p < 0,05$ .

Таблиця 2

**Значення коефіцієнтів кореляції Ч. Спірмена між термінальними цінностями, сферами життя та особистісною креативністю**

Показники	Схильність до ризику	Допитливість	Складність	Уява	Особистісна креативність
Збереження індивідуальності	0,352*	0,223	0,367*	0,262	0,396*
Навчання та освіта	0,038	0,339*	0,359*	0,224	0,215

\* Кореляція значуща на рівні  $p < 0,05$ .

пізнання складних явищ, проявляє інтерес до складних речей, ідей, завдань, складних способів вирішення проблеми, тим більше у неї виражені такі термінальні цінності, як розвиток себе, збереження індивідуальності, креативність, досягнення, та більше представлені термінальні цінності у сферах професійного життя, навчання та освіти.

На основі кореляційного аналізу виявились прямі значущі зв'язки між допитливістю як фактором особистісної креативності й такими термінальними цінностями, як активні соціальні контакти (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,348$  на рівні  $p < 0,05$ ), креативність (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,345$  на рівні  $p < 0,05$ ), розвиток себе (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,337$  на рівні  $p < 0,05$ ), духовне задоволення (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,333$  на рівні  $p < 0,05$ ). Також виявився позитивний значущий зв'язок між допитливістю як фактором особистісної креативності та навчанням, освітою як сферою життя, в якій представлені термінальні цінності (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,339$  на рівні  $p < 0,05$ ).

Такі кореляційні зв'язки свідчать про те, що чим більше виражена допитливість у студентської молоді, тим більше виражені у неї такі термінальні цінності, як активні соціальні контакти, креативність, розвиток себе, духовне задоволення. У студентської молоді з вираженою допитливістю більш представлені термінальні цінності у такій сфері життя, як навчання та освіта.

В результаті кореляційного аналізу нами були виявлені прямі значущі кореляційні зв'язки між схильністю до ризику як фактором особистісної креативності й такими термінальними цінностями, як активні соціальні контакти (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,358$  на рівні  $p < 0,05$ ), збереження індивідуальності (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,352$  на рівні  $p < 0,05$ ), досягнення (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,336$  на рівні  $p < 0,05$ ), розвиток себе (відповідно, коефіцієнт кореляції  $r = 0,329$  на рівні  $p < 0,05$ ).

Отримані зв'язки свідчать про те, що студентська молодь з вираженими термінальними цінностями, а саме з активними соціальними контактами, збереженням індивідуальності, досягненнями, розвитком себе, більш схильна відстоювати свої ідеї, не звертаючи уваги на реакцію інших; ставить перед собою високі цілі та буде намагатися їх досягти; допускає для себе можливість помилок та провалів; не надто стурбована, коли одногрупники, викладачі чи батьки виражають своє несхвалення; віддає перевагу ризику, щоб дізнатися, що з цього вийде.

### Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, креативність – це творча здібність особистості, сутність якої полягає у здатності породжувати оригінальні ідеї в умовах вирішення й постановки нових проблем, здатності відмовлятися від стереотипних способів мислення та знаходити нові способи вирішення проблем. Креативність є відносно незалежним фактором обдарованості. У сучасних дослідженнях креативності все частіше зазначається, що креативний процес характеризується єдністю конвергентного та дивергентного аспектів.

У студентської молоді наявні прямі значущі кореляційні зв'язки між особистісною креативністю й такими термінальними цінностями, як креативність, розвиток себе, збереження індивідуальності, духовне задоволення, активні соціальні контакти.

У студентської молоді між уявою як фактором особистісної креативності виявились прямі значущі зв'язки з креативністю, розвитком себе як термінальними цінностями та сферами життя, в яких представлені термінальні цінності, а саме захопленнями й суспільним життям.

У студентської молоді наявні прямі значущі кореляційні зв'язки між складністю як фактором особистісної креативності та термінальними цінностями, такими як розвиток себе, збереження індивідуальності, креативність, досягнення. Виявився також зв'язок між складністю як фактором особистісної креативності та професійним життям, навчанням та освітою як сферами життя, в яких представлені термінальні цінності.

У студентської молоді між допитливістю як фактором особистісної креативності виявились прямі значущі кореляційні зв'язки з такими термінальними цінностями, як активні соціальні контакти, креативність, розвиток себе, духовне задоволення. Також виявився позитивний значущий зв'язок між допитливістю як фактором особистісної креативності та навчанням, освітою як сферою життя, в якій представлені термінальні цінності.

У студентської молоді наявні прямі значущі кореляційні зв'язки між схильністю до ризику як фактором особистісної креативності й такими термінальними цінностями, як активні соціальні контакти, збереження індивідуальності, досягнення, розвиток себе.

Практична цінність дослідження полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані під час проведення психокорекційної роботи зі студентською молоддю.

Перспективу дослідження вбачаємо в теоретико-емпіричному дослідженні психологічних особливостей креативності залежно від статі та віку особистості.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Барышева Т.А., Жигалов Ю. А. Психолого-педагогические основы развития креативности. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 312 с.
2. Дерманова И.Б., Крылов М.А. Креативность, личностные особенности и стратегии совладания старших школьников. Ананьевские чтения : материалы научно-практической конференции. Санкт-Петербург : Речь, 2004. С. 384–386.
3. Дружинин В.Н. Когнитивная психология. Москва : ПЕР СЭ, 2002. 578 с.
4. Дружинин В.Н. Психология общих способностей. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 370 с.
5. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 434 с.
6. Клименко В.В. Психологія творчості : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 480 с.
7. Козленко В.Н. Проблема креативности личности: Психология творчества: общая, дифференциальная, прикладная. Москва : Педагогика, 1990. 160 с.
8. Крылова М.А. Типы креативности и особенности социально-психологической адаптации. Ананьевские чтения : материалы научно-практической конференции. Санкт-Петербург : СПбГУ, 2007. С. 204–206.
9. Туник Е.Е. Диагностика креативности. Тест Е. Торренса : методическое руководство. Санкт-Петербург : Имотон, 1998. 170 с.
10. Туник Е.Е. Психодиагностика творческого мышления. Креативные тесты. Санкт-Петербург : Дидактика Плюс, 2002. 182 с.
11. Холодная М.А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 264 с.