нию знаний при подготовке к государственным экзаменам и выполнению выпускных квалификационных работ. Особенно эффективно это проходит для давно изученных учебных дисциплин.

Дистанционная форма обучения используется в настоящее время не в полной мере. В качестве элементов ее применяют при работе со студентами заочного факультета и магистрантами.

Важным аспектом подготовки современных специалистов, которые часто работают на стыке знаний в различных областях и нуждаются в развитии интеллектуального и творческого потенциала, являются «сверх профессиональные» курсы по выбору. Например, предлагаются дисциплины «Элементы искусственного интеллекта в АСУ», «Синергетика», «Оптимизационный подход к нелинейным проблемам управления» и др.

Студенты нашей кафедры оформляют и защищают курсовые и выпускные квалификационные работы с использованием мультимедийных технологий.

Следует, однако, отметить, что самой большой проблемой для внедрения инноваций у нас, как и во многих других университетах, является отсутствие современного технического обеспечения.

***Психология личности***

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ФАКТОРИЗАЦИИ ДАННЫХ КРОСС-КУЛЬТУРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ КРЕАТИВНОСТИ

Эрдынеева К.Г., Попова Н.Н.

В статье представлены этнические особенности креативности, которые зависят от принадлежности к той или иной этнической группе и проявляются в значимых отличиях в показателях креативности (оригинальности, уникальности и разработанности) и личностных особенностях субъекта (замкнутости/общительности, чувствительности/высокой нормативности поведения, робостью/смелостью, эмоциональной устойчивостью/неустойчивостью и др.), как носителя этноса.

Вхождение России в мировое сообщество сопровождается процессами глобализации и регионализации, что вызывает повышенный интерес к кросс-культурным исследованиям. Поэтому растёт объём исследований креативности с учётом их многоуровневой детерминации, когда в анализ включаются культурные, социально-экономические, и др. факторы. Поскольку этнические особенности обнаруживают себя в поступках, продуктах деятельности, поведении личности (В. С. Агеев, А. К. Толмачева, Г. Б. Старовойтова, С. К. Смирнов и др.), то возникает необходимость в рамках нашего исследования изучение тех проявлений творческой активности, которые обусловливают способность порождать множество разнообразных оригинальных идей в нерегламентированных условиях деятельности (М.А. Холодная).

Согласно позиции С.У. Арутюнян, М.С. Джунусова, Н.Д. Джандильдин, Х. Дейкер, Н. Фрайда и др., люди, принадлежащие к одной этнической общности, обладают особенностями, типичными для всех представителей данной этнической общности и нетипичными для представителей другой.

Г.Г. Шпет [6] считает, что в разнообразных формах выражения, в словах, рисунке, костюме, в учреждениях, актах, документах – словом, во всем, что мы называем «продуктами культуры», следует различать некое предметное содержание как действительное значение.

Этнопсихологический аспект изучения креативности закономерным образом определяет необходимость выявления индивидуально-личностных характеристик различных этносов в сравнительно-сопоставимом плане. Для этого мы сформировали выборку из двух групп: представителей бурятской национальности – 125 человек, представителей русской национальности -126 человек, из которых - юношей -125 чел., девушек- 126, в возрасте от 16 до 22 лет; общее количество (251 человек).

В качестве методик были использованы: субтест Е. Торренса «Завершение картинок» [3], тест отдельных ассоциаций С.Медника в варианте А.Н. Воронина и Т.В. Галкиной [1], проба Ю.Н. Кулюткина[2] на выявление невербальной креативности, два опросника личностной составляющей креативности Д.Л. Джонсона и Дж. Рензулли [5]; 16 факторный опросник личности Р.Б. Кетелла (сокращенный вариант) [4].

Факторный анализ полученных данных показал, что в фактор 1 (F1), определивший 10,2% общей дисперсии, вошли переменные, имеющие максимальный факторный вес: национальность (0,698) и возраст (0,503). Следовательно, этому фактору можно присвоить название «этнические особенности», как показателю национальной принадлежности респондента.

Фактор 2 ($F_2$), определивший 8,52 % общей дисперсии, представлен переменными, являющимися показателями креативности испытуемых, поэтому ему присвоено название «креативность». Следует отметить, что переменные вербальная и невербальная оригинальность имеют практически одинаковый вес (0,720 и 0,719, соответственно), что говорит о необязательности их деления на виды, поэтому можно объединить их в один показатель: оригинальность. Факторные нагрузки переменных оригинальность и уникальность (0,720 и 0,682) демонстрируют сильную степень связи данных показателей в структуре креативности, т.е. чем больше значения оригинальности, тем больше значения уникальности.

Аналогичным образом беглость (0,598) определяет гибкость (0,547) креативности респондентов.

И, наконец, в фактор 3 ($F_3$), определивший 6,83% общей дисперсии, вошли переменные, являющиеся характеристиками свойств личности респондентов, поэтому мы его называли «личностные особенности».

В данном факторе существенный вес имеет переменные: - «эмоциональная устойчивость – неустойчивость» (0,721) и «подчиненность – доминантность» (0,657). Факторные нагрузки этих показателей обусловливают высокую степень взаимосвязи эмоциональной устойчивости и доминантности, а также эмоциональной неустойчивости и подчиненности.

Переменные: «замкнутость – общительность» и «чувствительность - высокая нормативность поведения» отражают среднюю степень взаимосвязи таких свойств личности, как замкнутость и высокая нормативность поведения и общительность и чувствительность (0,628 и 0,608, соответственно). «Низкий самоконтроль и высокий самоконтроль» положительно коррелируют с «робостью и смелостью», а так же с «адекватность самооценки» испытуемых, о чем свидетельствуют их веса: 0,577,0,551 и 0,516, соответственно.

Таким образом, фактор принадлежности испытуемого к той или иной национальности, оказывает существенное влияние на показатели креативности (оригинальность, уникальность, беглость, гибкость), как свойства личности, характеризующегося эмоциональностью, общительностью, конформностью и самоконтролем.

В ходе нашего исследования наблюдались несущественные половые различия при определении креативности. По вербальной креативности, определенной согласно ассоциативному тесту, достоверных различий между мужчинами и женщинами не установлено, однако наблюдается тенденция доминирования мужчин по оригинальности ассоциативного вербального мышления.

Эмпирическое исследование этнических особенностей креативности подтвердило нашу гипотезу о том, что этнические различия в степени развития креативности зависят от принадлежности к той или иной национальности и проявляются в значимых отличиях в показателях креативности и личностных особенностях субъекта, как носителя этноса.

Отсюда следует, что этнос является одним из факторов, определяющих содержание, структуру и развитие креативности в поликультурном регионе (Забайкальский край).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дружинин В.Н. Психология общих способностей / В.Н. Дружинин.- СПб.:Питер, 2007.-С. 322-345.
2. Кулюткин Ю.Н. Изменяющийся мир и проблемы развития творческого потенциала личности. Ценностно-смысловой анализ / Ю.Н. Кулюткин.- СПб.: Изд-во СПбГУПМ, 2001.-84 с.
3. Краткий тест творческого мышления (фигурная форма).- М.: Институт развития одаренности, 1995.- С. 13-46.
4. Практикум по психологии / Под ред. А. С. Кармина.- СПб.: Изд-во Лань, 2002.- С.32, С.9.
5. Туник Е.Е. Диагностика творческого мышления: Креативные тесты / Е.Е. Туник. - М.: Чистые пруды, 2006.
6. Шпет Г.Г. Введение в этническую психологию / Г.Г. Шпет. -СПб., 1996.-155 с.