

СВЯЗЬ КРЕАТИВНОСТИ, ЦЕННОСТЕЙ И КОНФЛИКТНОГО ПОВЕДЕНИЯ СОТРУДНИКОВ

А.А. ФЕДОРОВА^а

^а *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 101000, Россия, Москва, ул. Мясницкая, д. 20*

Резюме

Феномен креативности привлекает внимание исследователей, однако до сих пор не были определены основные характеристики креативной личности. В ряде исследований креативную личность связывают с такими чертами, как автономия, предприимчивость, радикальность, открытость опыту и нейротизм (Любарт, 2009). В статье производится анализ теорий и исследований, посвященных изучению взаимосвязи креативности с чертами характера и конфликтным поведением. Был сформулирован основной исследовательский вопрос, заключающийся в необходимости уточнения данных о конфликтном поведении креативной личности по выборке сотрудников организаций, а также комплексного анализа связи креативности, черт характера и ценностей сотрудника. Цель исследования — изучение связи креативности, ценностей, особенностей характера и конфликтного поведения личности. Основываясь на концепции дивергентного мышления как креативности Дж. Гилфорда (Guilford, 1950), было проведено корреляционное исследование на выборке в 720 человек (397 женщин и 323 мужчины). Положительная корреляция получена с ценностями самостоятельности и достижений и отрицательная — с ценностью скромности и конформизма. Связь с факторами Большой пятерки, экстраверсии и открытости опыту проявилась на слабом уровне. Также креативность положительно связана с копинг-стратегиями принятия решений, принятия ответственности и дистанцирования, а отрицательно — с поиском социальной поддержки, бегством-избеганием и позитивной переоценкой. На основе полученных результатов исследования предлагается эмпирическая модель взаимосвязи креативности, ценностей, факторов Большой пятерки и копинг-стратегий. Результаты проведенного исследования могут применяться в различных бизнес-процессах ассессмента и управления персоналом.

Ключевые слова: креативность, ценности, копинг-стратегии, конфликтное поведение, Большая пятерка, корреляционное исследование, регрессия.

Традиционно под креативностью понимают способность к созданию нового продукта, соответствующего текущему контексту деятельности (Amabile, 1996; Sternberg, Lubart, 1991; Яголковский, 2007). При этом новизна может изменяться от минимальной оптимизации известного ранее решения до принципиальных нововведений (Sternberg, 2010). Д.Б. Богоявленская в своих работах указывала, что креативность является склонностью к нетрадиционному и оригинальному мышлению, выходом за рамки общепринятых традиций (Богоявленская, 2002). Однако новизна продукта имеет тесную связь с внешней

ситуацией, предполагая его адаптивность и соответствие контексту (Sternberg, Lubart, 1991).

Еще одним вариантом понимания креативности можно считать дивергентное мышление, творчество, способность к поиску абсолютно различных и новых вариантов решения (Guilford, 1950, 1959).

Исследователями выделяются определенные личностные черты, положительно связанные с креативностью (DeCaro, Wieth, 2007; McCrae, 1987). В первую очередь, открытость новому опыту и любопытство. Люди с такими чертами готовы искать новые решения по существующим проблемам, не держась за стереотипы. Другой чертой является индивидуализм, поскольку нестандартные идеи зачастую вызывают отрицательную реакцию общества. Таким образом, креативность в некоторой степени стимулирует развитие склонности к риску в деятельности, способности отойти от групповых стереотипов и продвинуть новую идею (Любарт, 2009). Более того, необходимо также отметить более эффективную адаптивность и восстановление организма после интенсивных стрессоров у креативной личности. В ситуации стресса креативные личности быстрее находят решение и эффективнее прогнозируют развитие ситуации (Eschleman et al., 2014).

Исследования, посвященные решению задач в условиях стресса, показывают, что тип совладающего поведения связан с эффективностью решений (Delahaij et al., 2011). Респонденты, прибегающие к аффективному копингу, демонстрируют меньшую продуктивность. В исследовании подчеркивается связь фокусировки респондента на поиске решения как значимого предиктора эффективности в условиях стресса.

Совмещая результаты исследований, можно предположить, что креативность может быть связана с типом совладающего поведения.

Эта связь уже предполагалась исследователями (например: Холодная, 2008), однако в современной психологической литературе можно отметить явный дисбаланс в исследовании этой проблемы. Внимание исследователей часто приковано к выборкам испытуемых школьного возраста, в то время как замечен недостаток исследований взрослой выборки.

Ряд исследований посвящен особенностям совладания взрослых креативных личностей в организационном контексте. Так, творческие команды демонстрируют снижение продуктивности в условиях конфликтного взаимодействия, отрицательной обратной связи и неверно построенной системы мотивации (DeClerq, Rahman, 2017; Forbes, Domm, 2004). При этом отмечается особая эффективность действий креативных сотрудников по совладанию с конфликтными ситуациями (Chen, Chang, 2015; Farh et al., 2010; Janssen, Giebels, 2013; Santos et al., 2015). Эти исследования в большей мере фокусируются на связи креативности с внешними критериями, традиционными для организационной психологии, а сами связи личностных характеристик, ценностей, совладания со сложными ситуациями остаются без внимания.

Настоящее исследование посвящено поиску связи между выраженностью личностных черт, ценностных ориентаций креативной личности с предпочитаемыми стратегиями совладания со сложными ситуациями для взрослой выборки.

Концептуально замысел исследования можно выразить следующим образом (см. рисунок 1).

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в подборе персонала и ассессменте, бизнес-консультировании и прочих мероприятиях, направленных на повышение эффективности интеграции креативных членов команды в продуктивное взаимодействие с другими.

Исследовательский вопрос заключается в поиске значимых связей между личностными чертами, параметрами креативности, ценностями и стратегиями совладания со сложными ситуациями.

С одной стороны, креативные команды эффективнее совладают с конфликтными ситуациями, однако с другой — демонстрируют снижение продуктивности, что формирует теоретическое противоречие, составившее основу проблемы исследования. Кроме того, проблема также связана с необходимостью расширения выводов о совладающем поведении креативной личности для взрослой выборки, что имеет особую актуальность в организационной среде.

Метод

Респонденты

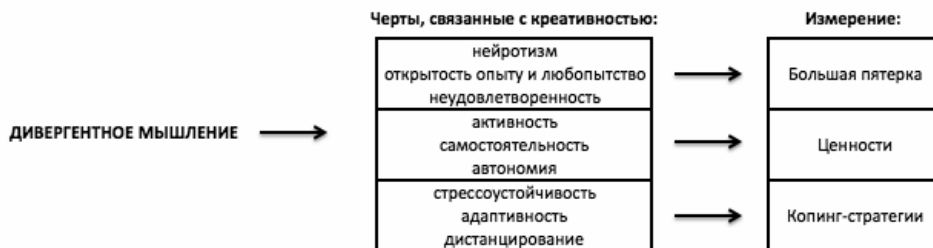
В исследовании приняли участие 720 человек (397 женщин и 323 мужчины), сотрудники крупных организаций, занятые на позициях среднего и более высокого уровня менеджмента, возраст варьировался от 22 до 55 лет.

Материалы и процедура исследования

В эксперименте симулировались условия ассессмента, согласно ранее достигнутому соглашению с руководителями организаций. Респондентам предлагались к заполнению следующие тестовые формы:

Рисунок 1

Визуализация замысла исследования



1. Тест вербальной креативности Дж. Гилфорда (Guilford, 1950). Был выбран первый субтест — придумать как можно больше применений простому предмету в течение пяти минут. Итоговый балл состоит из показателей беглости, гибкости и оригинальности. Показатели методики наиболее четко операционализированы, поддаются количественному анализу и независимы от прошлого опыта респондента.

2. Тест ценностных ориентаций Ш. Шварца (2008). Тест состоит из 57 вопросов и измеряет выраженность следующих ценностей: самостоятельность, стимуляция, гедонизм, достижения, власть, безопасность, конформизм, традиция, благожелательность и универсализм.

3. Тест на способности овладевающего поведения Р. Лазаруса (Крюкова, 2007). Тест состоит из 50 вопросов и следующих шкал: позитивная переоценка, поиск поддержки социума, дистанцирование, принятие ответственности, принятие решений, бегство—избегание.

4. Тест Большой пятерки в адаптации А.Б. Хромова (2000). Данная форма к настоящему моменту является единственной открытой к некоммерческому использованию. Измеряет пять факторов: экстраверсия — интроверсия, привязанность — независимость, самоконтроль — импульсивность, эмоциональная стабильность — нейротизм, экспрессивность — практичность.

5. Анкета с социально-демографическими характеристиками (пол, возраст, должность, доход, город проживания, уровень образования).

Результаты

Статистический анализ произведен в среде R Studio с использованием пакета *psycho*.

Коэффициенты внутренней согласованности для показателей ценностей, факторов Большой пятерки и копинг-стратегий позволяют рассматривать результаты исследования как достоверные.

Средние значения, стандартное отклонение и коэффициент внутренней согласованности (альфа Кронбаха) для каждой переменной представлены в таблице 1.

Таблица 1

Описательная статистика переменных исследования

Показатель	М	SD	Альфа Кронбаха
<i>Большая пятерка</i>			
Согласие	56.90	9.25	0.725
Открытость опыту	52.51	7.88	0.685
Экстраверсия	56.85	8.59	0.876
Нейротизм	37.03	9.82	0.873
Самоконтроль	62.02	9.46	0.792

Таблица 1 (окончание)

Показатель	M	SD	Альфа Кронбаха
<i>Ценности</i>			
Самостоятельность	4.64	0.57	0.881
Стимуляция	3.91	0.72	0.879
Гедонизм	3.58	0.82	0.882
Достижения	4.41	0.59	0.882
Власть	3.76	0.74	0.874
Репутация	4.06	0.69	0.88
Безопасность	4.30	0.67	0.909
Конформизм	3.09	0.88	0.893
Традиция	3.90	0.71	0.903
Скромность	3.50	0.81	0.863
Благожелательность	4.79	0.46	0.859
Универсализм	3.86	0.70	0.868
<i>Креативность</i>			
Беглость	11.44	4.71	NA
Гибкость	7.67	2.73	NA
Оригинальность	26.67	13.36	NA
Общий показатель	45.78	20.11	NA
<i>Копинг-стратегии</i>			
Самоконтроль	10.40	4.66	0.801
Конфронтация	6.55	3.63	0.875
Бегство—избегание	9.40	4.93	0.814
Принятие решений	7.65	4.93	0.88
Принятие ответственности	6.83	5.34	0.841
Дистанцирование	6.73	5.25	0.832
Поиск социальной поддержки	10.85	4.99	0.843
Позитивная переоценка	9.60	4.90	0.896
<i>Социально-демографический блок</i>			
Пол	1.48	0.50	NA
Возраст	36.05	9.38	NA
Образование	3.00	0.38	NA
Доход	3.11	0.70	NA

Примечание. NA – мера согласованности для данного показателя не применяется.

Тест на нормальность с использованием критерия Шапиро–Уилка показал, что распределение показателей значимо отличается от нормального ($p < 0.05$), следовательно, параметрический коэффициент корреляции Пирсона не может быть рекомендован к применению. Для корреляционного анализа, данные которого представлены в таблицах 2, 3 и 4, был выбран непараметрический коэффициент корреляции Спирмена. В связи с анализом большого количества корреляций была также проведена поправка на множественные сравнения по методу Бонферрони-Холма (Westfall, Young, 1993). Поправка была применена на общее количество корреляций между всеми переменными.

В таблице 2 представлены связи креативности и копинг-стратегий. Таким образом, наиболее значимую положительную связь с креативностью имеют стратегии принятия ответственности, принятия решений и дистанцирования. Отрицательная связь креативности обнаружена с показателями поиска социальной поддержки, позитивной переоценки и бегства–избегания. Слабая

Таблица 2

Результаты корреляционного анализа переменных креативности и копинг-стратегий с применением коэффициента Спирмена

Копинг-стратегии	Поправка Бонферрони	Беглость	Гибкость	Оригинальность	Общий показатель
Самоконтроль	после	-0.19**	-0.18**	-0.23**	-0.22**
	до	-0.19***	-0.18***	-0.23***	-0.22***
Конфронтация	после	-0.26**	-0.25**	-0.27**	-0.28**
	до	-0.26***	-0.25***	-0.27***	-0.28***
Бегство–избегание	после	-0.52**	-0.48**	-0.55**	-0.55**
	до	-0.52***	-0.48***	-0.55***	-0.55***
Принятие решений	после	0.54**	0.50**	0.57**	0.58**
	до	0.54***	0.50***	0.57***	0.58***
Принятие ответственности	после	0.63**	0.58**	0.68**	0.68**
	до	0.63***	0.58***	0.68***	0.68***
Дистанцирование	после	0.66**	0.61**	0.69**	0.70**
	до	0.66***	0.61***	0.69***	0.70***
Поиск социальной поддержки	после	-0.66**	-0.61**	-0.70**	-0.71**
	до	-0.66***	-0.61***	-0.70***	-0.71***
Позитивная переоценка	после	-0.54**	-0.49**	-0.57**	-0.58**
	до	-0.54***	-0.49***	-0.57***	-0.58***

* $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$. Поправка Бонферрони-Холма применялась ко всем переменным.

отрицательная связь наблюдается со стратегиями самоконтроля и конфронтации.

Несмотря на то что авторами методики Большой пятерки (Р. Маккрае и П. Костой) фактор открытости опыту традиционно связывается с креативностью, была обнаружена крайне слабая положительная связь между двумя данными феноменами (см. таблицу 3). Также слабую положительную связь с креативностью имеет фактор экстраверсии.

В таблице 4 представлены взаимосвязи креативности и ценностных ориентаций. Положительную связь можно отметить с ценностями самостоятельности и достижений. Отрицательную связь — с ценностью конформизма, крайне слабую отрицательную связь — с ценностью скромности.

Обсуждение результатов

Анализ результатов связи креативности и копинг-стратегий продемонстрировал положительную связь с дистанцированием, принятием решений и принятием ответственности. Кроме того, креативность отрицательно связана со стратегиями бегства—избегания, позитивной переоценки и поиска социальной поддержки. Таким образом, можно отметить стремление креативной личности к излишней переоценке своей роли в сложившихся жизненных ситуациях, а также к избеганию взаимодействия с другими. С другой стороны, подобная личностная характеристика также связана со способностью ответственно подходить к

Таблица 3

Результаты корреляционного анализа переменных креативности и Большой пятерки с применением коэффициента Спирмена

Факторы Большой пятерки	Поправка Бонферрони	Беглость	Гибкость	Оригинальность	Общий показатель
Согласие	после	0.07	0.00	0.04	0.05
	до	0.07*	0.00	0.04	0.05
Открытость опыту	после	0.15**	0.1**	0.14**	0.15**
	до	0.15***	0.1**	0.14***	0.15***
Экстраверсия	после	0.11**	0.08*	0.13**	0.13**
	до	0.11**	0.08*	0.13***	0.13***
Нейротизм	после	-0.07	-0.09*	-0.07	-0.08*
	до	-0.07*	-0.09*	-0.07*	-0.08**
Самоконтроль	после	0.00	-0.02	0.02	0.01
	до	0.00	-0.02	0.02	0.01

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$. Поправка Бонферрони-Холма применялась ко всем переменным.

Таблица 4

Результаты корреляционного анализа переменных креативности и ценностей с применением коэффициента Спирмена

Копинг-стратегии	Поправка Бонферрони	Беглость	Гибкость	Оригинальность	Общий показатель
Самостоятельность	после	0.18**	0.20**	0.18**	0.18**
	до	0.18***	0.20***	0.18***	0.18***
Стимуляция	после	0.04	0.04	0.04	0.05
	до	0.04	0.04	0.04	0.05
Гедонизм	после	0.02	0.01	0.02	0.02
	до	0.02	0.01	0.02	0.02
Достижения	после	0.10**	0.13**	0.12**	0.12**
	до	0.10**	0.13***	0.12**	0.12***
Универсализм	после	0.08*	0.10*	0.07	0.08*
	до	0.08*	0.10*	0.07	0.08*
Конформизм	после	-0.15**	-0.17**	-0.18**	-0.17**
	до	-0.15***	-0.17***	-0.18***	-0.17***
Традиция	после	-0.08*	-0.07	-0.05	-0.06
	до	-0.08**	-0.07	-0.05	-0.06
Скромность	после	-0.08*	-0.07	-0.08*	-0.08*
	до	-0.08**	-0.07*	-0.08**	-0.08**
Благожелательность	после	0.01	0.04	0.01	0.01
	до	0.01	0.04	0.01	0.01
Власть	после	0.03	0.03	0.04	0.04
	до	0.03	0.03	0.04	0.04
Репутация	после	0.04	0.04	0.06	0.05
	до	0.04	0.04	0.06	0.05
Безопасность	после	-0.05	-0.07	-0.08*	-0.07
	до	-0.05	-0.07	-0.08**	-0.07*

* $p < 0.05$, *** $p < 0.01$, **** $p < 0.001$. Поправка Бонферрони-Холма применялась ко всем переменным.

результатам своего труда и ошибкам. Креативная личность склонна к независимости от общественного мнения, активности в решении задач и повышенной ответственности, что, в свою очередь, подтверждается результатами

других исследований (Waples, Friedrich, 2011). Таким образом, результаты не противоречат гипотезе об автономности креативной личности, однако гипотеза о предпочтении стратегии конфронтации остается неподтвержденной. Полученные результаты указывают на высокую адаптивность творческих сотрудников, в том числе благодаря использованию активных копинг-стратегий, предполагающих динамическое взаимодействие с окружающим миром. Стратегия дистанцирования как отвлечение от общественных норм и стереотипов может быть полезна на различных этапах творческого процесса – от создания продукта без постороннего влияния до попыток изменения своих реакций на внешнюю критику. Стратегия принятия ответственности может быть полезна в аспекте конфликтного взаимодействия благодаря повышению осознанности действий и пониманию критичных ситуаций, которые нуждаются в реалистичной оценке их роли в происходящем. Стратегия принятия решений напрямую связана с дивергентным мышлением как креативностью и предполагает комплексный анализ причин ситуации, ее возможных решений и выбор наилучшего. Таким образом, можно предполагать способность креативного сотрудника предпринимать больше попыток выхода из конфликтной ситуации.

Результаты анализа демонстрируют значимую положительную связь с ценностями самостоятельности и достижения. Отрицательно связаны с креативностью ценности конформизма и скромности. Обладающая дивергентным мышлением личность демонстрирует автономность в деятельности, самостоятельность, стремление к достижениям и результатам, однако также склонность к риску и нонконформизму, проявляющуюся в отрицании общественных норм. Таким образом, результаты не противоречат гипотезе о присущей креативной личности автономии (Creswell et al., 2013). Поведение креативного человека может быть воспринято внешним наблюдателем как конфликтное ввиду нонконформизма и самостоятельности деятельности, однако гипотеза о конфликтности не нашла своего эмпирического подтверждения. Творческий процесс, предполагающий отход от групповых норм и правил, может негативно восприниматься в организациях, зачастую имеющих определенный регламент работы. Более того, стремление креативного сотрудника к самостоятельности, индивидуальной работе и ответственности за ее реализацию вызывает ряд конфликтных ситуаций при работе в командах. Отсутствие ценности скромности и выраженность стремления к достижениям может дополнительно провоцировать конфликтное взаимодействие, а также нехватку его продуктивного решения ввиду особой ориентированности креативного сотрудника на собственный интерес.

Теснота связи креативности и фактора открытости опыту также не дает оснований отвергать гипотезу о наличии связи данных феноменов. Следует отметить особую значимость данных о связи креативности и открытости опыту (Любарт, 2009): авторы теории Большой пятерки факторов ставят знак равенства между данными показателями (McCrae, 1987), что подтверждается более современными исследованиями (Silvia et al., 2009), а также работами, посвященными изучению феноменов открытости в организациях (Eschleman

et al., 2014; Waples, Friedrich, 2011). Текущее исследование позволяет подтвердить данную связь лишь на крайне слабом уровне, отождествление данных понятий не является обоснованным. Данные указывают на разницу интерпретации креативности как дивергентного мышления и фактора Большой пятерки. С другой стороны, в конструкт открытости опыту входят показатели любопытства, сензитивности и мечтательности, которые, как указывают психологические исследования, присущи креативной личности (Eschleman et al., 2014; Benedek et al., 2013; Amabile, 1996). Таким образом, несмотря на то что фактор открытости опыту не измеряет креативность, он тесно связан с чертами характера, присущими ей. Компоненты открытости опыту увеличивают чувствительность креативного сотрудника к внешним воздействиям. Мечтательность и любопытство позволяют создавать продукт за гранью общественных стереотипов, а также придают дополнительную мотивацию. Однако сензитивность может быть направлена как на особую чувствительность к собственным стремлениям, так и на враждебную реакцию на внешнюю критику.

Можно также отметить связь креативности с иным фактором Большой пятерки — экстраверсией. Возвращаясь к базовому определению Д.Б. Богоявленской, можно отметить особое место коммуникативных навыков в творческом процессе (Богоявленская, 2002). Таким образом, значимо не только создание инновационного продукта, но и способность к убеждению окружения в его полезности и необходимости. Кроме того, ввиду склонности к автономии и нонконформизму, поведение креативной личности может быть неверно истолковано обществом. Выраженная экстраверсия как открытость общению выполняет балансирующую функцию. Кроме того, экстраверсия позволяет учитывать потребности общества для создания наиболее релевантного контексту продукта (Amabile, 1996). В аспекте конфликтного взаимодействия творческого сотрудника экстраверсия позволяет эффективно найти общий язык и нивелировать возможные проблемы наиболее продуктивным для оппонентов способом.

В общем виде основные результаты исследования можно представить следующим образом (см. рисунок 2).

Полученные в ходе проведенного исследования результаты позволяют сделать следующие выводы.

1. Обнаружена значимая связь креативности как дивергентного мышления с копинг-стратегиями принятия решений, дистанцирования и принятия ответственности, а также отрицательная связь со стратегиями бегства—избегания, позитивной переоценки и поиска социальной поддержки.

2. Обнаружена значимая связь креативности как дивергентного мышления с ценностями самостоятельности и достижения. Отрицательно связана креативность с ценностями конформизма и скромности.

3. Теснота связи креативности и фактора открытости опыту не дает оснований отвергать данную гипотезу исследования. Эта особенность может являться предпосылкой склонности к дистанцированию для снижения внутреннего напряжения.

Рисунок 2

Найденные в исследовании связи



4. Стоит также отметить тенденцию к связи креативности и экстраверсии как склонности к общительности и умению адаптироваться в социуме.

Ограничения и перспективы будущих исследований

В качестве ограничений следует отметить формат корреляционного исследования, который в отличие от экспериментальных условий не дает четкого представления о взаимовлиянии факторов, а также не позволяет исследовать реальное поведение. В данном случае исследователь может опираться на вербальный тест креативности, в то время как остальные методики остаются самоотчетными и подверженными социально желательным ответам. Для наибольшей точности проводимого исследования планируется углубленное изучение гендерных и возрастных, а также профессиональных особенностей личности.

Литература

- Богоявленская, Д. Б. (2002). *Психология творческих способностей*. М.: Академия.
- Крюкова, Т. Л. (2007). Опросник способов совладания (адаптация методики WCQ). *Журнал практического психолога*, 3, 93–113.
- Любарт, Т. (2009). *Психология креативности*. М.: Когито-Центр.
- Холодная, М. А. (2008). Стили совладания в юношеском возрасте в контексте проблемы интеллектуального контроля совладающего поведения. В кн. А. Л. Журавлев, Т. Л. Крюкова, Е. А. Сергиенко (ред.), *Совладающее поведение: Современное состояние и перспективы* (с. 84–96). М.: Изд-во «Институт психологии РАН».
- Хромов, А. Б. (2000). *Пятифакторный опросник личности: Учебно-методическое пособие*. Курган: Изд-во Курганского государственного университета.

Шварц, Ш. (2008). Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 5(2), 37–67.

Яголковский, С. Р. (2007). *Психология креативности и инноваций*. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ.

Федорова Анастасия Александровна — аспирант, факультет социальных наук, департамент психологии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Сфера научных интересов: креативность, стрессоустойчивость, организационная психология, ассессмент.

Контакты: anafedoroff@gmail.com

Ссылки на зарубежные источники см. в разделе References после англоязычного блока.

The Connection between Worker's Creativity, Values and Conflict Behavior

A.A. Fedorova^a

^a *National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnikskaya Str., Moscow, 101000, Russian Federation*

Abstract

The creativity phenomenon attracts the researchers' attention, but the main characteristics of the creative personality have not been determined yet. In a number of studies creative personality is associated with such features as autonomy, enterprise, radicality, openness to experience and neuroticism (Lubart, 2000). The paper offers analysis of theories and studies devoted to the relationship between creativity, character traits and conflict behavior. Based on the review, the main research question was formulated as the need to extend data on the conflict behavior of the creative person to the sample of employees of organizations, as well as provide comprehensive analysis of the relationship between creativity, character traits and employee values. The aim of the paper is to study the relationship between creativity, values, personality traits and conflict personality behavior. Based on the concept of creativity as divergent thinking of J. Guilford (1950), a correlation study was conducted on a sample of 720 people (397 women and 323 men). Positive correlation is observed with values of independence and achievement, and negative correlation - with values of modesty and conformism. The connection with the Big Five factors of extraversion and openness to experience was low-level. Also, creativity is positively associated with coping strategies of decision-making, taking responsibility and distancing, and negatively - with the search for social support, avoidance and positive reassessment. The results of the study offer an empirical model of the connection between creativity, values, the Big Five factors and coping strategies. The research results can be applied in various business processes of assessment and personnel management.

Keywords: creativity, values, coping strategy, conflict behavior, big five, correlation, regression.

References

- Amabile, T. (1996). *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview Press.
- Benedek, M., Mählmann, C., Jauk, E., & Neubauer, A.C. (2013). Assessment of divergent thinking by means of the subjective top-scoring method: effects of the number of top-ideas and time-on-task on reliability and validity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 7, 341–349.
- Bogoyavlenskaya, D. B. (2002). *Psikhologiya tvorcheskikh sposobnostei* [Psychology of creative abilities]. Moscow: Akademiya. (in Russian)
- Chen, M., & Chang, Y. (2015). Creativity cognitive style, conflict, and career success for creative entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 68, 906–910.
- Creswell, J., Dutcher, J., Klein, W., Harris, P., & Levine, J. (2013). Self-affirmation improves problem-solving under stress. *PLoS ONE*, 8(5), e62593. doi:10.1371/journal.pone.0062593
- DeCaro, M., & Wieth, M. (2007). Methodologies for examining problem solving success and failure. *Methods*, 42, 58–67.
- DeClerq, D., & Rahman, Z. (2017) Task conflict and employee creativity: the critical roles of learning orientation and goal congruence. *Human Resource Management*, 56(1), 93–109. doi:10.1002/hrm.21761
- Delahajj, R., van Dam, K., Gaillard, A. W. K., & Soeters, J. (2011). Predicting performance under acute stress: the role of individual characteristics. *International Journal of Stress Management*, 18(1), 49–66.
- Eschleman, K., Madsen, J., & Alarcon, G. (2014). Benefiting from creative activity: The positive relationships between creative activity, recovery experiences, and performance-related outcomes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 87, 579–598. doi:10.1111/joop.12064
- Farh, J. M., Lee, C., & Farh, C. L. (2010). Task conflict and team creativity: a question of how much and when. *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1173–1180.
- Forbes, J., & Domm, D. (2004). Creativity and productivity: Resolving the Conflict. *SAM Advanced Management Journal*, 69(2), 4–27.
- Guilford, J. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5, 444–454.
- Guilford, J. (1959). Traits of creativity. In H. H. Anderson (Ed.), *Creativity and its cultivation* (pp. 142–161). New York: Harper and Row.
- Janssen, O., & Giebels, E. (2013). When and why creativity-related conflict with coworkers can hamper creative employees' individual job performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(5), 574–587. doi:10.1080/1359432X.2012.669524
- Kholodnaya, M. A. (2008). Stili sovladaniya v yunosheskom vozraste v kontekste problemy intellektual'nogo kontrolya sovladayushchego povedeniya [Styles of coping in young age in the context of the issue of intellectual control of coping behavior]. In A. L. Zhuravlev, T. L. Kryukova, & E. A. Sergienko (Eds.), *Sovladayushchee povedenie: Sovremennoe sostoyanie i perspektivy* [Coping behavior: a contemporary state and perspectives] (pp. 84–96). Moscow: Institute of Psychology of the RAS.
- Khromov, A. B. (2000). *Pyatifaktornyi oprosnik lichnosti* [Five factor personality questionnaire]. Kurgan: Kurgan State University. (in Russian)
- Kryukova, T. L. (2007). Oprosnik sposobov sovladaniya (adaptatsiya metodiki WCQ) [Coping strategies questionnaire (adaptation of the WCQ inventory)]. *Zhurnal Prakticheskogo Psikhologa*, 3, 93–113.
- Lubart, T. (2000). Models of the creative process: Past, present and future. *Creativity Research Journal*, 13(3–4), 295–308.