

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра мовної та психолого-педагогічної підготовки

Допущено до захисту

Завідувач кафедри
д. психол. н., доцент Ю. О. Асєєва

(підпис)

«____» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

Зі спеціальності _____ 053 Психологія _____
(шифр та найменування спеціальності)

За освітньою програмою _____ «Практична психологія» _____
(назва освітньої програми)

На тему: **«ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ СОЦІАЛЬНОЇ
КРЕАТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ»**

Виконавець:

студент 6 курсу 61П групи
факультету ФЕУП

_____ Голдфельд Шимон Сергійович
/підпис/

Науковий керівник:

д. філос. зі спеціальності «Психологія»,
ст. викладач кафедри МППП

_____ Бабчук Микита Ігорович
/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ.....	7
1.1. Огляд сучасного стану досліджень феномена креативності.....	7
1.2. Соціально-психологічні засади креативності.....	14
1.3. Структура креативності.....	19
1.4. Індивідуально-психологічні особливості особистості, як чинники соціальної креативності.....	26
Висновки до першого розділу.....	34
РОЗДІЛ 2. ПРОГРАМА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ.....	35
2.1. Зміст та етапи емпіричного дослідження.....	35
2.2. Короткий огляд методик, спрямованих на діагностику властивостей які гіпотетично є чинниками соціальної креативності.....	36
Висновки до другого розділу.....	42
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ.....	43
3.1. Аналіз взаємозв'язків показників, що вивчаються.....	43
3.1.1 Особливості кореляційних зв'язків показників комунікативної креативності та соціального інтелекту.....	43
3.1.2 Взаємозв'язки показників комунікативної креативності та формально-динамічних показників товарищкості.....	45
3.1.3 Кореляційні зв'язки показників комунікативної креативності та факторів особистості Р.Кетела.....	47
3.2 Диференціально-психологічний аналіз креативності.....	51
3.2.1. Прояв властивостей особистості Р. Кеттелла у осіб з різним загальним рівнем комунікативної креативності.....	51
3.2.2. Психологічні особливості товарищкості осіб з різними рівнями	

комунікативної креативності	53
3.2.3. Специфіка прояву соціального інтелекту осіб з різними рівнями комунікативної креативності	55
3.2.4. Особливості прояву креативності	57
Висновки до третього розділу	58
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63

ВСТУП

Актуальність. В даний час більшість дослідників вважають, що існують різні види творчості, кожен з яких має свої особливості. Існує кілька критеріїв їх класифікації. Деякі автори пропонують проводити розмежування на основі конкретних видів діяльності, які передбачають неординарні здібності людини. Таким чином, на перший план виходять математика, музика, наука, техніка, література, творчі та художні здібності. Інші дослідники пропонують аналізувати креативність в більш широкому сенсі. Якщо це не пов'язано з конкретною діяльністю. Хоча в літературі існують теорії і класифікації творчих здібностей, велика частина досліджень зосереджена на вивченні інтелектуальної творчості, а отримані з неї дані недостатньо поширені на сфери людської діяльності поза сферою дослідження. Той факт, що це питання не було детально роз'яснено, видно і з того, що в сучасній психології креативності немає терміна, який позначає соціальне різноманіття креативності.

У роботах сімейної психології вкрай рідко зустрічається термін «соціальна креативність», і часто здатність до творчості в соціальному контексті називають «комунікативна творчість» (Р. Белоусова, А. Голованова), «творчість» у сфері комунікації (С. Канн, Н. Тюрміна), «вербальна творчість» (Г. Халюшова), «соціальний інтелект» (В. Куніцина), «комунікативні навички» (О. Остроумова), «соціальні навички» (А. Бодалєв). В рамках зарубіжної психології велика частина робіт рідше присвячена вивченню соціального інтелекту (Дж. Гілфорд, Р. Штернберг), комунікативних навичок, соціальних навичок (Р. Томассоні).

На жаль, було проведено мало фундаментальних досліджень для вивчення соціальної креативності та її психологічних факторів. Актуальність даної теми і недостатня кількість досліджень дозволили визначитися з темою «Психологічні чинники соціальної креативності особистості».

Метою даного дослідження є теоретичне та емпіричне дослідження психологічних чинників соціальної креативності особистості.

Для досягнення поставленої мети, нам необхідно вирішити такі **задачі**:

1. Проаналізувати літературні джерела з питань дослідження соціальної креативності та її психологічних чинників.
2. Підібрати надійний психодіагностичний інструментарій, що дозволяє діагностувати риси особистості, що супроводжують прояви соціальної креативності та постають як її психологічні чинники.
3. На основі емпіричного дослідження визначити психологічні чинники соціальної креативності особистості.
4. Надати психологічну характеристику особам з різним рівнем креативності

Об'єктом дослідження є соціальна креативність особистості

Предметом дослідження є психологічні чинники соціальної креативності особистості.

Теоретико-методологічною основою роботи є: теорії соціальної особистості і психології (К. Абульханова-Славська, Б. Ананьєв, О. Асмолов, Г. Болл, Ю. Забродін, В. Козлов, А. Леонтьєв, В. Мясіщев, К. Платонов, В. Рибалка, С. Рубінштейн та ін.), теорії психології творчості (Л. Виготський, Д. Богоявленська, В. Дружинін, В. Клименко, В. Козленко, О. Лук, В. Моляко, О. Матюшкін, В. Мухіна, Ю. Пономарьов, В. Рибалка, М. Ярошевський та ін.), теорії системної складності та індивідуального підходу (Б. Ананьєв, Д. Завалішина, Б. Ломов, К. Платонов, В. Шадріков та ін.), теорії соціальної креативності особистості (Е. Григорян, А. Ільїних, А. Попель, Е. Чичук, О. Шемеліна та ін.); Дослідження креативності (Ф. Баррон, Д. Богоявленська, Н. Вишнякова, Дж. Гілфорд, В. Дружинін, К. Дункер, Л. Єрмолаєва-Томіна, У. Кала, В. Козленко, Л. Малімон, Ю. Пономарьов, О. Тихомиров, П. Торренс та ін.).

Методи дослідження : 1) теоретичні (аналіз та систематизація теоретичних підходів та емпіричних результатів, що містяться у наукових літературних джерелах); 2) емпіричні (тестування); 3) математико-

статистичні методи (t-критерій Стьюдента (SPSS 13.0 for Windows)); використовувався кількісний (кореляційний) та якісний аналіз.

Психодіагностичний комплекс склали методики: Тест-опитувальник комунікативної креативності (О.П. Саннікова, Р.В.Білоусова), «Тест-опитувальник товариськості» (О.П. Саннікова), «16-факторний особистісний опитувальник» (Р.Кеттелл), «Креативність» (Н.Вишнякова), «Соціальний інтелект» Дж.Гилфорда.

Апробація дослідження. Бабчук М., Ткаченко М. Соціально-психологічні засади комунікативної креативності. *Ментальне здоров'я*. 2024. № 2. С. 70-73.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що налічує 76 найменувань. Загальний обсяг роботи складає 72 сторінки. Робота містить 3 таблиці та 4 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

Для того щоб в повній мірі з'ясувати сутність психологічного фактора соціальної креативності особистості, в першій частині ми проведемо загальнотеоретичний аналіз феномена творчості і сучасний погляд на причини виникнення цього поняття. Проявляється гнучкість творчих здібностей. Креативність визначається як систематичне психічне утворення (багаторівневе, багатовимірне), яке пов'язане не тільки з інтелектуальним потенціалом, а й з розвитком мотиваційного, емоційного та естетичного рівнів, екзистенційного, комунікативного, компетентного тощо.

На кількох рівнях стала очевидною потреба в систематичному аналізі креативності як риси особистості. Представлено теоретичну модель креативності та ступінь визначеності конструктивних елементів.

1.1. Огляд сучасного стану досліджень феномену креативності

Креативність є однією з найважливіших загальнонаукових проблем, що вивчаються на філософському, культурному, освітньому, особистісному, психологічному та соціально-психологічному рівнях.

Проблема креативності зазначається у роботах як у вітчизняних (Ю. Пономарьов, А. Маслоу, С. Рубінштейн, Д. Богоявленська, В. Дружинін, В. Дунчев, В. Козленко, Л. Єрмолаєва-Томіна, Н. Гнатко, Е. Яковлева, А. Морозов та ін.) так і зарубіжних дослідників (Дж. Гілфорд, Е. Торренс, С. Меднік, Де Боно, Р. Мей, Н. Роджерс, К. Роджерс, Дж. Рензуллі, Ф. Дж. Раштон, А. Танненбаум, Р. Штернберг, К. Хеллер та ін.).

У зарубіжній психології вчені першими зайнялися вивченням мети «творчість-creativity». До середини 20 століття було зібрано велику кількість

теоретичних і експериментальних даних. Розглядаються різні аспекти творчості та фактори, обставини та особисті якості творця, зокрема:

- 1) уява, символізація і метафора (Ф. Баррон, Р. Штернберг);
- 2) набуті людиною знання та емоційний стан (Дж. Гілфорд, Ф. Зенасні);
- 3) здатність мислити і мислити цілеспрямовано (Е. Торранс);
- 4) важлива частина несвідомого в акті бачення (П. Ленглі);
- 5) чотири стадії творчого процесу – підготовка, інкубація, осяяння, розвиток (Е. Де Боно, А. Осборн);
- 6) здатність створювати нетрадиційні асоціації (С. Мідник);
- 7) зовнішні і середовищні подразники (Т. Любарт, Р. Штернберг);
- 8) чотири напрямки аналізу: творча особистість, творчий процес, кінцевий продукт, творче середовище (М. Родс);
- 9) у гуманістичній психології вивчається поняття «творчість» як засіб саморозвитку на когнітивному, довільному, моральному та поведінковому рівнях (К. Роджерс, Р. Мей, П. Вайнцвейг, А. Адлер, А. Маслоу, Г. Олпорт, К. Негус,);
- 10) психоаналітики опосередковано мають справу з такими феноменами творчості, як внутрішня сила, духовна і моральна енергія, акт самотворення як людської істоти, «колективне несвідоме» (С. Фрейд, А. Адлер, К. Юнг).
- 11) у когнітивній психології креативність розглядається як талант (в IQ) як когнітивно-інтелектуальна діяльність (швидкість, гнучкість, оригінальність, побудова проблем). Були проаналізовані генетичні впливи і внутрішнє середовище (Ф. Гальтон, Л. Терман, Е. Торренс, Дж. Гілфорд, Ф. Баррон, Л. Терстоун). Найважливішою з усіх робіт є так званий «стан потоку», який створює відчуття оптимальної гармонії в реальності і внутрішнього благополуччя виконуваної роботи.

Із середини XX століття «творчість-creativity» вивчається у вітчизняній психології:

1) таланти розуму (Д. Богоявленська, В. Дружинін, М. Каган, Н. Лейтес, Е. Туніч);

2) потреба в трансформації та особистісне бажання як внутрішній атрибут (О. Матюшкін, Ю. Пономарьов, В. Рибалка, Н. Хазратова, В. Клименко, О. Яковлєва);

3) творчі та перетворювальні функції свідомості та її потенціал для генетико-соціального саморозвитку (Л. Анциферова, С. Максименко, В. Моляко).

Виділяють фактори, що сприяють розвитку творчих здібностей: здатність особистості проявляти непослідовність (Л. Єрмолаєва-Томіна); наявність проблемних ситуацій та важливих аспектів у процесі творення (С. Рубінштейн, О. Леонтьєв, О. Матюшкін, В. Моляко, Ю. Пономарьов, О. Тихомиров); стан достатку навколишнього середовища та особистісних, духовних і екзистенційних начал (В. Дружинін, О. Завгородня); поєднання інтуїтивних і рефлексивних дій у творчому процесі (Ю. Пономарьов, О. Тихомиров, С. Степанов, О. Науменко); дослідницький характер, здатність до спроби, наявність уяви і фантазії творця (Л. Виготський, Ю. Пономарьов, В. Давидов); Прояв особистості (О. Яковлєва).

Також розглядаються окремі процесуальні вимоги до участі у творчій мовно-перекладацькій та мовно-комунікативній діяльності (Т. Баришева, М. Богомоллова, Н. Булька, Є. Валуєва, А. Воронін, О. Каганкевич, О. Капіренкова, Г. Ковальова, Л. Малімон, О. Науменко, Л. Пузеп, В. Розіна, А. Челнокова, Н. Шелепанова, О. Щербакова, К. Шульга та ін.).

Взагалі, під творчістю розуміють здатність щось створювати.

Креативність (від лат. Креативність – це здатність придумувати незвичайні ідеї, придумувати оригінальні рішення, відхилятися від традиційних способів мислення. [57])

Наприклад, К. Роджерс розуміє творчість як здатність знаходити нові шляхи вирішення проблем і нові способи самовираження.

На думку вчених, комунікативний інтелект і інтелект мислення - це взаємопов'язані і взаємопов'язані поняття, які в сукупності формують характеристики особистості, що проявляються в діяльності дослідження і перетворення, в необхідності зміни і розвитку особистості і навколишнього світу. Виділяють децентралізацію, рефлексію, усвідомлення, емпатію як механізми творчості в сфері комунікації, існування яких практично неможливо в умовах об'єктивної діяльності. [13, 20, 36]

Незважаючи на те, що були зібрані великі і інформативні дані по вивченню креативності і привели до певних результатів, як в теоретичному, так і в практичному плані, до сих пір не існує єдиної і несуперечливої теорії креативності, немає єдиного визначення і всіх прийнятих методів діагностики цієї здатності.

Уявлення про те, що творчий талант - це особливий, самостійний талант, відповідальний за творчі досягнення особистості, ґрунтується на ряді вихідних протиріч про природу таланту і творчості. Це протиріччя виявляється в парадоксальній феноменології: нерідко творчою особистістю є людина з високими здібностями, і навпаки, неосвічена або погано обдарована особистість.

Тейлор пише про це з 1960-х років. У XX ст. Існує 60 визначень креативності. Вони поділяються на 6 видів:

- 1) Гештальт визначає творчий процес як руйнування існуючого гештальту з метою створення більш якісного гештальту.
- 2) інноваційний, який спрямований на оцінку креативності з новизною кінцевого продукту;
- 3) естетичний або експресивний, з акцентом на самовираження Творця;
- 4) Психоаналіз або динамізм, що визначає творчість по відношенню до відносин (IT, Self і надмірне Self).

5) Розв'язання проблем визначає креативність через низку процесів вирішення проблем, включаючи визначення креативності як іншої думки Гілфордом.

6) Визначення, які не підпадають ні під один з перерахованих вище типів, в тому числі дещо розпливчасті визначення.

Кажуть, що не всі мають потенціал для творчості. Точніше було б сказати, що не всі володіють високим рівнем креативності, тобто здатністю до творчості. Виходячи з цього, дослідники говорять про існування високотворчих і менш творчих особистостей. [1, 9]

Сімейні психологи з'ясували, що творчість все частіше розглядається в більш вузькому сенсі. Творчість у вузькому сенсі цього слова - це прагнення розвивати різні думки, тобто безліч однакових ідей на абсолютно одну і ту ж тему. У широкому сенсі креативність - це творча інтелектуальна здатність, що включає в себе здатність переживати нове, розвивати оригінальні ідеї, пов'язані з рішеннями і створювати нові проблеми, виявляти прогалини і протиріччя, формувати гіпотези про відсутні елементи. Уміння відпускати елементи, яких не вистачає в ситуації, стереотипний спосіб мислення. [8]

Підхід зарубіжних психологів до цієї проблеми полягає у виділенні чотирьох аспектів проблеми креативності, які слід вважати дійсними з точки зору творчого процесу (як навички), творчого продукту, творчого характеру і творчого середовища. Під останнім розуміють простір, структуру, соціальний контекст, що представляє потребу в продукті творчості.

Відповідно до теорій Р. Штернберга і Т. Любарта, творча особистість - це особистість, яка має волю і здатність «купити ідею за низькою ціною і продати її за низькою ціною». «Купувати за низькою ціною» означає придумати ідею, яка ще не відома і все ще популярна, але має потенціал для збільшення ціни. Коли такі ідеї вперше представляються суспільству, вони часто зустрічають опір. Творчі люди наполегливі і «продають дорого», в кінцевому підсумку переходячи до наступної нової або популярної ідеї. [66]

Відповідно до інвестиційної теорії, креативність вимагає шести конкретних, але взаємопов'язаних джерел: інтелектуальних здібностей, знань, складу розуму, особистісних якостей, мотивації та оточення. Для того щоб творчі люди могли розвивати галузь, в якій вони працюють, вони повинні володіти достатніми знаннями в своїй сфері діяльності. Якщо ви знаєте, де вони знаходяться, ви не зможете перетнути кордон. З іншого боку, знання в сфері праці часто призводять до замкнутості і глухості установки, що призводить до того, що індивід переступив межі своїх знань, не вийшовши за межі бачення проблеми на його думку.

Штернберг припустив, що значення спадковості для творчості набагато нижче, ніж для загальних аналітичних здібностей, так як для творчості потрібно багато факторів, що сприяють сприйняттю.

У теорії Штернберга інтелект не зводиться до одного елемента, а складається з безлічі (пізнавальних) здібностей. Вона визначає талант на основі комбінації різних компонентів, тобто багатфакторної психометричної моделі. В інвестиційній теорії, що включає в себе аналітичні, синтетичні і практичні методи, розлучення по суті призводить до більш складного явища - синтетичних прийомів: здатності бачити проблеми в новому світлі, зв'язки, невидимі для оточуючих; Абсолютно нова між різними і, здавалося б, не пов'язаними між собою творами [10]

Творчість як процес, творчість як діяльність. Відомий американський дослідник креативності П. Торренс визначає креативність як процес створення сприйнятливості до проблем, нестачі знань, невідповідностей, невідповідностей тощо, вирішення цих проблем, пошуку рішень, формулювання гіпотез і, нарешті, формулювання та представлення результатів рішень. [75]

Г. Гевін писав, що під креативністю розуміється здатність особливим чином досягати цінних результатів. Творчі люди не просто поведуться оригінально. Результат їх дій адекватний і інформативний. [11]

На думку дослідників, творча продукція може бути різних типів: нові рішення математичних задач, відкриття хімічних процесів, створення музичних або літературних творів, картин і скульптур, нові філософські або релігійні системи, правові новації, нові рішення соціальних проблем і т.д.

Креативність - це спочатку вміння працювати, але в той же час воно затребуване: це те, про що ніхто не замислюється, але що дає певні переваги. [36]

Творча діяльність не підпорядковується загальним правилам, а поєднує в собі різні ідеї. Крім того, він часто вимагає великих зусиль і подолання перешкод на шляху до кінцевого продукту.

В. Лучанська визначає креативність як конструктивне мислення, нестандартне мислення та дію, здатність усвідомлювати та вдосконалювати власний досвід. Творчі здібності проявляються багатого уявою, почуттям гумору, прихильністю до високих естетичних цінностей, умінням створювати образи проблем. Необхідними передумовами для реалізації цієї здатності є самоконтроль і впевненість в собі. Крім уміння діяти в незнайомих місцях, важливе значення має також усвідомлення і розвиток власних переживань. [23]

Креативність – це систематичне психічне утворення (багаторівневе, багатовимірне), яке пов'язане не лише з інтелектуальним потенціалом, а й з мотивацією, емоціями, рівнями естетичного розвитку, екзистенційними параметрами, комунікацією, компетентністю тощо. [35]

Аналіз літератури з питання креативності показує, що термін «креативність» можна розглядати в двох напрямках: креативність як психічний процес і творчість як творче ставлення до життя. Як відомо, модель інтелекту Д. Гілфорда має три складові: змістову, оперативну і наслідкову. Йдеться про різні думки під час дії, а зміст може бути образним, символічним, смисловим та діяльним. З іншого боку, С. Медник бачить у творчості численні асоціації.

Якщо розглядати креативність як трансформаційний процес, який формує знання та дає інноваційні результати, то ми визначаємо креативність як щось суб'єктивне та об'єктивно значуще, а креативність як суб'єктивну детермінанту, систематичне психічне освіту (багатовимірне, багаторівневе). Творчість проявляється в революційних змінах на наступних рівнях у всіх (або окремих) сферах життєдіяльності людини (пізнання, мислення, спілкування, професійна діяльність, розвиток особистості та ін.): особистість (потенціал) - процес - результат. Оскільки творчий процес включає в себе дві протилежні тенденції: створення і руйнування (реконструкцію) стереотипів, то творчі і образні дії індивідів можна вважати «творчим руйнуванням».

Семантична область поняття креативності ширша, ніж область творчого потенціалу, оскільки феномен творчості має приховану і відчутну форму. Справжньою формою (проявом), що виникає, є творчість. Творча особистість – це людина, яка реалізує свою творчість за допомогою інноваційних досягнень. Творчі навички (інтелектуальні, естетичні, комунікативні тощо) є структурними компонентами творчості. Творчість працює як цілісна система. Розвиток креативності визначається соціальними факторами (макро, середнім, мікро) і певними об'єктивними факторами (видами, видами, напрямками творчості) і унікальністю структури / творчості особистості, зокрема, взаємодією свідомих (рефлексивних) і несвідомих (інтуїтивних) процесів.

1.2. Соціально-психологічні засади креативності

П. Торренс розрізняє природну наївну творчість, оскільки дитині не вистачає досвіду для оволодіння нею, і культурну творчість, суть якої полягає в подоланні досвіду з «кліше повсякденної свідомості, свідомого бажання відірватися від шаблонів розуму».

Деякі дослідники [38, 40, 44] вважають, що процес творчості різниться між різними видами діяльності і областями знань. У цьому контексті

розрізняють інтелектуальну творчість і художньо-підприємницьку творчість, що відображає потребу у створенні нових товарів, послуг або організацій з майновими правами. У західній психології розрізняють велику творчість і маленьку креативність.

Говорять також про комунікативну творчість, під якою розуміють вираження творчості через співпрацю інших у процесі творчої діяльності, здатність мотивувати творчість інших, здатність спиратися на творчий досвід інших [1]

Особливості цього виду креативності можуть бути підтверджені дослідженнями, проведеними А. В. Гуськової. Авторка досліджує креативність вирішення проблем за допомогою психологічного контенту.

1) Розуміти і описувати емоційний стан особистості в ситуації, коли змінюється рівень тривожності (загальний і детальний опис ситуації).

2) Розуміти зміст інших речень.

3) Прогнозування психологією конкретного життєвого середовища.

Виявляється, що ця ткреативність не пов'язана з іншими рівнями мислення (за методом Гілфорда). В цілому непсихологічні рішення більш творчі у вирішенні запропонованої проблеми.

У нейролінгвістичній теорії програмування (НЛП), комунікативній креативності ми ставимо на перше місце проблему управління креативністю в групах. У НЛП основним процесом удосконалення комунікативної творчості є координація основних каналів комунікації та «вирівнювання» (координація та відображення) сенсорних модальностей таким чином, щоб когнітивні стратегії та стилі творчого мислення індивіда були «взаємодоповнюючими, а не суперечливими».

Г. Гарднер виділив сім типів інтелекту (емоцій), при яких «загальне» креативність стає «надзвичайною».

1) вербальний інтелект, в основі якого лежить чутливість до значення слів і вербальна пам'ять, що запам'ятовується;

2) логічний і математичний інтелект - здатність маніпулювати предметами, символами, поняттями для навігації в категоріях, відносинах і структурах;

3) просторовий інтелект - здатність бачити і створювати наочно-просторові конфігурації для маніпулювання об'єктами в свідомості;

4) соматокінестезічний інтелект – здатність використовувати рухові навички у спорті, сценічному мистецтві, фізичній роботі;

5) Музичний інтелект – здатність грати, складати і бачити музику емоційно;

6) міжособистісний інтелект - здатність розуміти і розпізнавати емоції людини;

7) Міжособистісний інтелект – здатність розпізнавати і впізнавати темперамент, цілі та наміри інших людей.

Ці інтелекти часто поєднуються. Існування різних видів креативних процесів в залежності від області застосування було експериментально доведено в багатьох дослідженнях

А. Маслоу поділяє креативність на два типи: талант-креативність і самоусвідомлену креативність. Він стверджує, що остання є більш загальною і має більш тісний зв'язок з особистістю, що проявляється в повсякденному житті не тільки в продукті великого і яскравого творчості, але і в багатьох інших аспектах, таких як особливе почуття гумору, схильність до створення чогось творчого.

А. Маслоу визначає творчу складову самосвідомості як усвідомлення, самовираження, тугу за «іншим наївним», невідомим.

У людей з креативною самосвідомістю сприйняття має особливу чутливість, відкритий розум. А. Маслоу вважає, що обдаровані діти - це в основному самоактуалізовані люди.

Люди з таким типом слабкості можуть побачити нову, професійну та свіжу перспективу. В результаті вони більше живуть в реальному світі

природи, ніж в світі традиційних понять, абстракцій, вірувань і стереотипів, які плутають звичайних людей з реальним світом.

Креативне самоусвідомлення виражається в спонтанності і експресії людей. Ці люди поведуться природно і невимушено, відкрито висловлюючи свої думки і цілі, не боячись глузувань з боку.

Креативність самоактуалізованих людей схожа на творчість усіх щасливих дітей, які не відчують тривоги. «Друга наївність» з'являється спонтанно, без будь-яких зусиль, без прив'язки до стереотипів і стереотипів. Як і дитина, вони відкриті для досвіду, але в меншій мірі. Їх невинність, сприйняття і виразність поєднуються зі складністю їх розуму. Така природа індивіда, який не пригнічується, тому що його приваблюють культурні норми.

У сором'язливих людей мало страху перед невідомим, таємницею, таємницею. Натомість невідомість приваблює їх. У них немає пристрасті до звичайного і звичайного, а їх прагнення до істини не має нічого спільного з надмірним прагненням до порядку, безпеки і захищеності. Вони комфортно почуваються в хаосі, виявляють сумніви, сумніви та невпевненість. Сумніви, що супроводжуються відкладанням прийнятих рішень, дуже неприємні для більшості людей. Для деяких творців, які усвідомлюють себе, це може означати не психологічний регрес, а підйом. А. Маслоу визначає два рівні самоактуалізації креативності, Іншими словами, він розрізняє початковий і середній рівні. Ключовим етапом є спонтанна творчість, пов'язана з осяянням, натхненням і новаторським досвідом. Випадкова середня оцінка: «Добровільні замінюються випадковим чином. Повне прийняття змінюється критикою. На зміну інтуїції приходить ретельна рефлексія. На зміну довірливості приходить причина. На зміну уяві і уяві приходять випробування реальності. Далі йдуть порівняння, судження, судження, холодні думки, рішення і неприйняття.

Креативність, в якій два типи процесів відбуваються в правильному порядку, А. Маслоу називає «інтегрованою творчістю». Завдяки тотальній творчості створюються великі твори мистецтва, філософії та науки.

Що стосується визначення А. Маслоу креативності в самосвідомості, то чим воно відрізняється від креативності в таланті? По-друге, хіба самосвідомість не вписується у визначення креативності? Крім того, виникають сумніви з приводу правильної послідовності творчого процесу, тобто обміну спонтанними і випадковими творчими здібностями. Такий порядок зовсім не обов'язковий, адже спочатку може з'явитися випадкова творчість, а потім і прозріння.

Однак і сам А. Маслоу вважав його погляди нехитрими: «Мушу визнати, що я намагався зруйнувати загальноприйняту концепцію творчості, не представивши послідовно перевірену теорію. Самосвідому креативність важко визначити, оскільки вона іноді є синонімом здоров'я.

В. Крамаренко поділяє креативність на універсальність, тобто людські можливості, тобто їх форму і механізм, реальні і потенційно нескінченні зміни, і ці зміни проявляються у вигляді нестандартних продуктів особливого рівня і якості. Можливо, креативність не існує як загальна характеристика, вона визначається не загальним інтелектом, а лише певними субстанціями, а «частковими» інтелектуальними факторами, такими як просторовий інтелект, лінгвістичний інтелект, математичний інтелект тощо.

Сучасні дослідники визначили такі види креативності: вербально-семантичний, вербально-асоціативний, вербально-символічний, невербальний і творчий, як творчі підходи до життя, і встановили, що не все пов'язане між собою. [1, 9]

Нарешті, виділяється емоційна креативність.

В останні роки було показано, що результати, отримані в результаті різних тестів мислення в дитячому і підлітковому віці, в кращому випадку в якійсь мірі пов'язані з більш пізніми творчими досягненнями. Тому творча працездатність залежить від багатьох інших факторів, а також інших думок.

У цьому контексті стали говорити про творчий потенціал особистості, який спирається на особистісні якості і внутрішні мотиви творця. [13]

Перші дослідження творчих здібностей шахістів і творців показали, що різниця між творчими і нетворчими полягає не в вираженості психічних якостей, а в особистісних якостях, які П. А. Нечаєв називає «структурою особистості». Відмінності проявляються в активності, наполегливості, агресивності, організаторських здібностях і підтримці характеру.

1.3. Структура креативності

У психології немає єдиної думки з приводу структурних компонентів креативності. Аналізуючи це питання, дослідники розрізняють різні аспекти творчості та різні його структурні компоненти. Креативність, талант і мотивація високі, але є дослідження вчених, які показують, що поєднання інших факторів, таких як мудрість, мислення та особистісні риси, також вказує на поєднання різних когнітивних та емоційних рис. Однак більшість дослідників, які замислюються над структурою креативності, спираються на теорію креативності Гілфорда, яка розрізняє такі структурні компоненти, як швидкість, гнучкість, винахідливість і точність. Цей показник був заснований Гілфордом в 50-х роках XX століття, коли було сформульовано новий напрямок.

У цьому напрямку Гілфорд створив міцну модель структури інтелекту, стратифікувавши всі наслідки, пов'язані із загальними здібностями, і розділивши характеристики інтелекту на три виміри: оперативний, змістовий і наслідки. Він виділив п'ять типів роботи: пізнання, пам'ять, генеративна різниця, генеративна конвергенція та оцінка. Зміст автора визначається типом матеріалу і може бути образним, символічним, смисловим, поведінковим. Результати моделі виражаються у вигляді елементів, класів, відносин, систем, перетворень і анотацій. В описаній дослідниками моделі було виділено чотири основні елементи креативності:

оригінальність – здатність створювати індивідуальні асоціації, незвичайні реакції; семантична гнучкість - здатність підкреслити функціональність об'єкта і знайти способи його використання по-новому; гнучкість творчої адаптації - здатність змінювати зовнішній вигляд подразника, щоб побачити в подразнику нові можливості; Спонтанна гнучкість у семантиці – це здатність придумувати різноманітні ідеї.

Концепція Гілфорда була дуже відома і поширена в науковому співтоваристві, а виділені структурні елементи творчості лягли в основу теорій ряду інших дослідників. Так, П. Торренс продовжує свої дослідження структури креативності, стверджуючи, що в основі творчості лежить здатність особистості «генерувати оригінальні ідеї в широкому сенсі і використовувати особливі форми інтелектуальної діяльності». І у вузькому сенсі вони мають широкий спектр талантів».

Взагалі, на думку Торренса, креативність - це процес виявлення прогалин у знаннях, формування ідей і різних гіпотез, їх підтвердження і перетворення. Таким чином, дослідник розширює структуру показника креативності і вводить ще один критерій - виробництво, який полягає в здатності індивіда детально розвивати нові ідеї. [59]

У майбутньому дослідники Д. Гілфорд і П. Торренс будуть розвивати структуру креативності, роблячи акцент на незалежних і дискретних показниках. Наприклад, Е. Е. Тунік говорив, що в структуру творчості входять такі критерії (навички), як чутливість до проблем, здатність до синтезу, здатність виділяти подібності і відмінності, здатність передбачати, втрачені деталі, здатність відтворювати різні думки і т. Д. [63]

І.А. Малахова визначає такі критерії креативності: якісні показники розумової діяльності (широта категоризації, швидкість, гнучкість, оригінальність); уява (розмноження і творчість); творче благополуччя (інтелектуальне та емоційне); Інтелектуальна ініціатива (творча активність, чутливість до проблем, легкість виявлення проблем). [27]

Модель Ф. Вільямса включає в себе такі творчі фактори, як когнітивні творчі фактори (швидкість, гнучкість, винахідливість, обробка) і індивідуальні особистісні творчі фактори (схильність до ризику, складність, допитливість, уява). [13]

Т. Амабіле передбачає модель креативності, що включає навички, компетенції (освіта і технології), творчі процеси (особистість, когнітивний стиль, навички роботи) і внутрішню мотивацію (інтерес, співпраця), пов'язані з певною областю знань. [64]

У структурі креативності дослідники виділяють три підходи до показників креативності: креативність як індивідуальна категорія, пов'язана з саморозвитком і самосвідомістю; творчість як творчий процес; Творчість, яка походить від діяльності, пов'язаної зі створенням чогось нового. [36]

Д. Б. Богоявленська розглядає показники креативності як процес, а не продукт, і підкреслює інтелектуальну діяльність як найважливішу одиницю аналізу креативності. Під інтелектуальною діяльністю автор розуміє «інтегрований дизайн, який виникає з пізнавальної діяльності поза потребами конкретної проблемної ситуації». Він розумів творчість як функцію розуму, а це те, що опосередковується мотиваційними структурами, в яких стимулюється або гальмується його прояв. Проявом інтелектуальної діяльності є інтелектуальна ініціатива, що розуміється як продовження розумової діяльності «за межами необхідного». У той же час вона є не тільки продовженням розумової роботи, а й пізнавальної діяльності, що виходить за межі «практичних потреб». [58]

У той же час в структуру інтелектуальної діяльності входять розумові здібності і мотиваційні фактори, в результаті взаємодії яких формуються риси характеру, що визначають рівень творчих здібностей особистості. У структурі креативності виділяють два рівні: потенціал і актуальність. З точки зору дослідника, потенційна творчість - це діяльність, яка характеризує готовність індивіда займатися і брати участь у творчій діяльності. З цим погоджується А. Н. Лук, вважаючи, що поняття креативності ширше, ніж

творчий потенціал. Однак дослідники вважають, що креативність є фундаментальним структурним компонентом креативності. У цьому контексті він додає до своєї моделі три групи творчих навичок: ті, що пов'язані з мотивацією (інтерес і амбіції), темпераментом (емоції) і розумовими здібностями. У той же час автор виділяє широкий спектр творчих здібностей, пов'язаних з психофізіологією людини і психічними процесами.

- Пильність до пошуку - вміння побачити те, що не вписується в рамки вивченого, тобто побачити проблему і шлях до її вирішення;

- Спосіб, за допомогою якого нервова система шифрує інформацію, полягає в її здатності маніпулювати різними типами символів (кодів).

- здатність охоплювати психічні процеси, здатність підміняти поняття, що мають більш високий рівень абстракції, та інші, вміння використовувати все більш широкі в термінах знань символи;

- Уміння до перенесення - здатність виокремити певні аспекти проблеми з неконкретного аспекту і перенести їх в іншу область фактично є здатністю розробляти стратегії узагальнення, тобто вміння знаходити аналогії.

- Латеральне мислення – це здатність бачити, як знаходити рішення на основі «зовнішньої» інформації.

- перцептивна цілісність - здатність повністю розуміти реальність без її деконструкції;

- готовність пам'яті - здатність пам'яті в потрібний момент «забезпечити» необхідною інформацією (творчість);

- Концентрація понять - це простота і відстань, з якою споріднені поняття ставляться один до одного, т. Е. Здатність поєднувати поняття, витягувати нові і робити правильні висновки (інтелект).

-Гнучкість:

- а) Мислення - здатність швидко і легко переходити від одного виду явища до іншого, істотно відрізняється за змістом від першого виду.

б) інтелект – здатність відмовлятися від гіпотез, які з часом зазнають впливу;

- Здатність оцінювати - Щоб оцінити, виберіть одну з численних альтернатив: здатність контролювати.

- здатність «комбінувати» - здатність індивіда реконструювати знову сприйняту інформацію з попереднього особистого досвіду, інтегрувати її в існуючі інформаційні системи і будь-яким чином комбінувати дані;

- Простота генерації ідей – можливість генерувати велику кількість ідей;

- швидкість мови - легкість, з якою людина може висловити нові ідеї;

- Здатність до фінішної обробки – здатність уточнювати деталі для вдосконалення оригінальної ідеї.

Перераховані вище варіанти складають основу структури креативності за складністю, а виявлення таланту не повинно бути ключем до діагностики креативності в цілому або до продуктивності мислення.

Більш сучасні дослідники розглядають творчість як систематичне психологічне утворення з багатовимірною і багат шаровою структурою, що складається з наступних елементів:

- Мотиваційні параметри: увага, мотивація, творча позиція, потреба в творчості;

- Афективні параметри: емпатія, емоція, компетентність і т.д.

- інтелектуальні параметри: інтуїція, здатність змінюватися, відмінності, передбачення;

- естетичні параметри: почуття гумору, стиль, перфекціонізм, асоціативність;

- екзистенційні параметри: творча модель світу, оригінальність, конформізм тощо;

- параметри комунікації: співпраця, мотивація інших, накопичення творчого досвіду;

- Компетенції (сучасний рівень знань у кожній галузі знань).

Згадані вище структурні компоненти творчості визначають «творчий стиль поведінки, продуктивність, інноваційність, оригінальність способів дії і результатів дій, світовідчуття і готовність особистості до творчих змін в різних сферах життя». [13, 23]

Враховуючи особливості художнього таланту та позначення креативності терміном «креативність», дослідники зазначають, що показником креативності є «недостатність оригінальності в природі художньої творчості» і «не може використовуватися як показник художніх здібностей дитини», оскільки він не відображає характер цієї творчості [1, 72, 73]. У той же час виявлення психологічних або психофізичних особливостей особистості, необхідних для того чи іншого виду художньої практики, таких як почуття ритму, тонке сприйняття кольорів, зорова пам'ять, пластичність, гнучка моторика і т. д., ні до чого не приведе. На противагу попереднім теоріям, дослідники ввели структуру креативності в її складові, такі як особистий інтерес до творчості, який не по-дитячому займатися мистецтвом, а в інших стабільних ситуаціях. Наступним за важливістю структурним елементом є естетичне ставлення до світу – особливе ставлення до самого життя, тобто ставлення, яке перетворює життєвий досвід людини в зміст художнього твору і поступається місцем мистецтву – «Все в мені, я є в усьому!». (Ф. Тютчев). У той же час ця здатність полягає в тому, що художник (поет, музикант, актор і т. д.) Здатний ставитися до всього як до живого і бачити в усьому навколо себе ознаки свого внутрішнього стану, настрою і характеру. На думку автора, естетичне ставлення до світу дозволяє людині художньо трансформувати свій життєвий досвід, але в той же час спонукає її до здійснення цих змін. «У художника є стійке відчуття, що він повинен бути «голосом» цього мовчазного світу, який розкривається через його приховане внутрішнє життя та естетичний досвід неутилітарних цінностей, але він не може говорити за себе». Вона повинна виходити з потоку життєвих, так би мовити, вражень, що мають свою цінність, і в ній

повинно практикуватися свідоме і відповідальне ставлення автора до її формулювання через засоби вираження того чи іншого виду мистецтва.

Виділяючи наступні компоненти креативності, дослідники відзначають, що виразні здібності вступають в дію, коли людина, яка зайняла позицію письменника, намагається створити форму вираження, в якій виражаються його ідеї. У цей термін автор не вкладає загальний психологічний зміст терміна, а розкривається на основі вміння передавати образи, тобто уявляти і представляти ядро емоцій і нерепрезентативних, внутрішніх і «нематеріальних» цінностей майбутнього твору, тобто спочатку живе тільки в душі художника і виходячи з його естетичного ставлення до дійсності. Це здатність робити невидимим невидиме, давати голос нечутному, передавати поетичними словами те, чого не розуміє повсякденна мова.

Аналіз наукових праць з креативності виявив, що «структура креативності в окремих варіантах являє собою унікальне і неповторне поєднання впливових, інтелектуальних, естетичних, екзистенційних, комунікативних, компетентних і творчих якостей і навичок, які мотивують творчі стилі поведінки в комплексних «показниках». у різних сферах життя»

На підставі аналізу інформації можна припустити, що психологічна структура креативності містить систему параметрів креативності. В індивідуальних трансформаціях структура творчості являє собою унікальне і неповторне поєднання мотиваційних, емоційних, інтелектуальних, естетичних, екзистенційних, комунікативних, компетентних і творчих якостей і навичок, які в сукупності формують творчий стиль діяльності, продуктивність, інноваційність, специфіку методів і результатів діяльності, поширення і «індекс» підготовки до творчих конструктивних змін в різних сферах життя.

Креативність складається з семи симптомокомплексів: мотиваційного, емоційного, інтелектуального, естетичного, екзистенційного, комунікативного та компетентного. Кожен з цих симптомокомплексів є

підсистемою творчості і включає в себе ряд психологічних параметрів (субфакторів). Багато досліджень феномену творчості характеризуються різноманітністю і багатогранністю досліджуваних явищ. Кілька психологічних конструктів, включаючи особисту та інтелектуальну власність, були поєднані з креативністю. Початок вивчення творчості по відношенню до інтелектуальної власності покладено на Дж. Гілфорд ототожнює різноманітні таланти з креативністю. Сьогодні дослідники мають різні погляди на взаємозв'язок між відмінністю та креативністю. Д. Б. Богоявленська розрізняє ці поняття і визначає різне мислення як «здатність мислити широко», тобто здатність бачити різні властивості предмета. [58]

Визначаючи творчість як мислення по-іншому в більш вузькому сенсі, дослідники виявили, що їх головною характеристикою є прагнення представити однаково правильні уявлення про об'єкт. У творчому процесі присутні збіжні і виразні компоненти, синтез яких вимірюється у відповідному тесті відносин, що забезпечує різноманітність відносин. На думку автора, рівень креативності визначається як «процес перестановки елементів ситуації в нові комбінації». На думку Вороніна, цей метод дозволяє розпізнати і оцінити творчий потенціал суб'єкта, який часто прихований і заблокований. Використовуючи одну з форм тестування для виключення конкурентних факторів, було виявлено, що відносно слабкі інтелектуальні тести були пов'язані з творчою працездатністю і зовсім не з високою продуктивністю. Наприклад, виявляється, що різні ідеї не відображають всіх особливостей творчого процесу і не відповідають їм. Для творчості необхідно акцентувати увагу на певних навичках, які не обмежуються інтелектом. [22]

Вирішення проблем є ключовим поняттям у теорії креативності Штернберга та Любарта. Вразливість до проблем – це перший стан творчого процесу. Дослідники не ототожнюють креативність з інтелектом. Однак, на його думку, поряд зі знаннями, драйвом і особистісними якостями джерелом творчості служить інтелект. Крім того, Т. Любарт разом з К. Мішуру

отримали дані, які свідчать, що час, необхідний для роздумів, є найважливішим параметром для пошуку нових рішень. Крім тимчасового фактора, визначається також вплив емоцій на творчий процес: емоційний опис предмета позитивно пов'язаний з кількістю асоціацій і оригінальністю, яка дається в тесті вільних асоціацій. Важливо відзначити, що роль емоцій не слід відносити до когнітивних асоціацій. [68]

1.4. Індивідуально-психологічні характеристики особистості як чинники соціальної креативності

Як уже зазначалося раніше, застосування аналізу диференціальної психології до соціальної творчості передбачає вивчення того, що є типовим і індивідуальним у своїх проявах. Сюди входить виділення психологічних характеристик особистості, які можуть виступати в якості керівного фактора соціальної творчості і впливати на структуру і особливості її прояву. У цьому дослідженні з урахуванням літературних джерел найважливішими факторами соціальної креативності за даними опитувальника 16-PF R розглядалися фактори комунікабельності та особистісності.

Вивчення творчої особистості було зосереджено на двох напрямках: чи залежить творчість від інтелекту і як змінюються пізнавальні процеси, пов'язані з творчістю. Другий напрямок вважає, що причиною розвитку креативності є сама особистість, яка має психологічні особливості, основною складовою яких є емоційна і мотиваційна складова. Незважаючи на різноманітну творчість творчих людей, все ще залишається багато аспектів цього питання, які до сих пір не досліджені. Відомо, що творчий потенціал реалізується в багатьох сферах людського буття не тільки в сфері речей, але і в сфері комунікації. Тому при вивченні креативності в сфері міжособистісної взаємодії доцільно говорити про соціальну креативність.

Зміни в сучасному суспільстві спрямовані на посилення ролі відповідального ставлення до розвитку особистості, що багато в чому

обумовлено розвитком соціальної креативності, яка залежить від креативності особистості на основі тієї чи іншої сфери особистісного буття.

Соціальна креативність – це здатність застосовувати нестандартні творчі підходи до вирішення складних соціальних проблем, здатність розпізнавати та вирішувати творчі завдання в соціальній реальності.

Соціальна креативність проявляється у вирішенні соціальних проблем, а не в стандартах особистості, вона характерна для найбільш соціально адаптованих людей, які здатні створювати нове в сфері міжособистісної взаємодії і не відчують ситуативної напруги в соціальних взаємодіях.

У вивченні сімейної психології поняття «соціальна креативність» зазвичай відсутнє, але воно замінюється такими термінами, як «комунікативна творчість» (А. А. Голованова), «креативність» в області комунікації (С. Я. Канн), «соціальний інтелект» (В. Н. Куніцина), «комунікативні навички» (О. Ф. Остроумова).

В останні роки сімейні психологи прийняли комплексний підхід до соціальної творчості, який відноситься до функціональних структур через компоненти творчої особистості (пізнавальної та особистісної) і взаємозв'язок між особистістю і навколишнім середовищем протягом усього процесу творчої діяльності.

Основою творчості, як і будь-якого іншого психічного явища, є особистісна система. Т. Амабіль виділяє три частини соціальної креативності, а саме зміст його особистісних основ.

1. Особистісна основа пізнавального компонента соціальної творчості (когнітивної системи) полягає в наступному:

- розвиток соціального інтелекту та компетентностей, розвиток соціального мислення: проблеми, трансформації та використання соціальних ситуацій; синергія та інтуїція; Різні характеристики соціального мислення: швидкість, гнучкість, винахідливість і т.д.

- Розвивати уяву шляхом створення неіснуючих моделей соціального

світу, образів оригінальних комбінацій і форм.

2. Особистісна основа поведінкового компонента соціальної креативності полягає в наступному:

- транснаціональна діяльність; «невідповідність» поведінці в соціальних ситуаціях і подіях;
- Подолання обмеженості соціальних ситуацій, пошук активного соціального пізнання та пошук нових інтерактивних досвідів із соціальною реальністю.
- Транскордонна поведінка, відсутність жорсткості поведінки і незалежності від соціальних норм і стереотипів, що розширюють і змінюють соціальну сферу особистості.

3. Особистісна основа афективного компонента соціальної креативності (мотиваційної системи) полягає в наступному:

- Соціальна значимість (інтерес, що стимулює соціальну активність), творче ставлення до природи соціальних явищ, широкий спектр емоцій і гнучкі афективні відносини з соціальним світом. [65]

Тоді вітчизняні дослідники беруться за психологічну структуру соціальної творчості і представляють її дещо по-іншому.

Конфігурації:

1. Мотиваційні параметри вказують на творчу позицію особистості, прагнення до саморозвитку, розвитку особистості, самосвідомість.

2. Когнітивні параметри включають вербальну оригінальність і комунікативність, особливо нестандартне використання в лексиці, пошук нових мовних зразків у повсякденному спілкуванні.

3. Параметри комунікації проявляються в різних типах вербальної, невербальної та поведінкової чутливості. Це дозволяє адекватно описувати поведінку інших і використовувати різні стилі поведінки при взаємодії з іншими.

4. Афективні параметри - це продуктивна взаємодія з людьми, прагнення зрозуміти і відчувати емоційний стан партнера. Як структурний

компонент емпатія тісно пов'язана з міжособистісними взаємодіями, що допомагає підтримувати оптимальний емоційний фон в рамках соціальної творчості.

5. Екзистенційні параметри дають відчуття особистої унікальності, наявності життєвих цілей, сенсу життя і очікувань часу.

Таким чином, соціальна креативність є інтегративною і багатогранною особистістю, яка охоплює риси і особливості різних рівнів організованої системи особистості. Різноманітні елементи цієї системи (таланти, якості, здібності, навички, рушійні сили тощо) розвиваються у кожного індивіда індивідуально і являють собою своєрідну соціальну творчість.

Креативність у сфері комунікації - це характеристика мислення, яка полягає у пізнанні інших людей та здатності розвивати оригінальні нові ідеї щодо процесу міжособистісної взаємодії з ними.

А. А. Попель включає в структуру соціальної креативності наступні елементи: загальну здатність до самореалізації; соціальна мотивація та мотиваційні установки до спілкування; чутливість до спілкування; поведінкова чутливість; Соціальна уява може моделювати подальший розвиток соціальних умов на основі зворотного зв'язку.

Найбільш цілісною психологічною структурою соціальної креативності є У. Н. Куніцина. На його думку, соціальна креативність є багатовимірним і складним утворенням, що має такі аспекти: комунікативний і особистісний потенціал; характеристика самосвідомості; Соціальна свідомість, мислення, уява та самовираження, здатність моделювати соціальні події та розуміти людей та їх мотивацію.

Виходячи із запропонованої структури соціальної креативності, можна запропонувати такі характеристики:

1. Особистісний саморозвиток і самоусвідомлення
2. Ефективна взаємодія з людьми в процесі міжособистісного спілкування

3. Творча адаптація до постійно мінливих умов соціального середовища

4. Планувати міжособистісні події та передбачати динаміку розвитку.

5. Мотиваційна функція

Цікаво, що розвиток соціальної креативності досягається шляхом систематичного розвитку характеристик і навичок, що формують творчі та комунікативні здібності особистості. До них належать, зокрема, здатність до самоактуалізації та прогнозування поведінки, соціальна мотивація та уява. Необхідне окреме дослідження мотиваційних компонентів соціальної креативності (досягнення, орієнтація на особистість, мотивація досягнення, самосвідомість). Як це зазвичай буває з творчістю, немає нікого, кого можна застосувати до кожної ситуації. Згідно з однією з теорій, творча особистість максимально вважає себе і намагається повністю гармонізувати свої здібності з нестандартними рішеннями, виконуючи незвичайні і спеціалізовані дії. Друга точка зору ґрунтується на тому, що мотивація творчих особистостей впливає з бажання ризикувати і перевіряти межі своїх здібностей.

При визначенні місця креативності в структурі особистості вивчення креативності звертає увагу на суперечливий характер наукових даних і проблему їх взаємозв'язку з особистісними характеристиками, зокрема, з мотивуючими факторами.

Виходячи з теоретичного дослідження даного питання, можна зробити наступний висновок: соціальна креативність - це сутнісна здатність розпізнавати і творчо вирішувати складні соціальні проблеми в соціальній дійсності, що забезпечує успішну міжособистісну взаємодію, що поєднує в собі всі основи і компоненти предмета. Особистісними основами соціальної творчості є когнітивний, когнітивний, поведінковий, комунікативний, емоційний та екзистенційний компоненти. Що стосується мотиваційних параметрів, то питання про його ставлення до особистісної складової соціальної творчості залишається відкритим і потребує дослідження.

Беручи до уваги сучасні емпіричні дослідження з даної теми, ми визначаємо соціальну креативність як складну особистість особистості, що дозволяє їй розуміти і аналізувати причини і динаміку різних соціальних ситуацій і приймати ефективні творчі і нестандартні рішення в ситуаціях міжособистісної взаємодії. Метою даного дослідження є дослідження особистісних відносин соціальної креативності. Відповідно до принципу послідовності кожне психологічне явище бажано розглядати в поєднанні з іншими психологічними характеристиками. Таким чином, результати аналізу існуючих понять підкріплюються психологічною структурою соціальної творчості. На нашу думку, вона включає в себе:

- мотиваційні параметри: творча позиція, прагнення до самовдосконалення, прагнення до особистісного розвитку, самосвідомість, інтерактивна творча особистість;

- Когнітивні параметри: лінгвістична автентичність як нестандартне використання мови, вербальні засоби, що виникають для пошуку нових мовних структур у повсякденних комунікативних ситуаціях;

- Параметри комунікації: мовна чутливість як здатність адекватно використовувати мовні засоби в комунікативних ситуаціях і сприймати інформацію без семантичних спотворень; невербальна чутливість як здатність використовувати в спілкуванні різні види невербального спілкування; поведінкова чутливість, яка виражається в умінні правильно інтерпретувати дії оточуючих, а також використанні різних стилів поведінки у взаємодії з оточуючими в залежності від соціальних умов;

- Афективні параметри: продуктивна взаємодія, яка неможлива без уміння розуміти і відчувати емоційний стан партнера; Емпатія є важливою частиною структури, оскільки вона спрямовує процес комунікації та допомагає підтримувати емоційний фон у контексті соціальної творчості.

- Екзистенційні параметри: унікальність особистості, наявність мети в житті, сенсу, відчуття часу.

Особи з високим соціальним інтелектом здатні прогнозувати поведінку інших на основі аналізу та оцінки реальних ситуацій спілкування, ситуацій, емоцій і намірів, а також здатні динамічно аналізувати міжособистісні ситуації і розуміти логіку їх розвитку. Крім того, високий соціальний інтелект має на увазі чутливість до характеру і нюансів людських взаємин, що сприяє швидкому і точному розумінню того, що люди говорять один одному в контексті тих чи інших ситуацій (словесні вирази). Таким чином, всі перераховані вище характеристики людей з високим соціальним інтелектом можна простежити до параметрів комунікаційного блоку пропонованої структури соціальної творчості. Послідовні установки показують, що наявність соціального досвіду, відображеного на рівні соціального інтелекту, становить основу нових форм поведінки і прояву оригінальних суджень, а також дозволяє приймати велику кількість адекватних, ефективних і нестандартних рішень в тих чи інших соціальних ситуаціях. Соціальне осяяння проявляється в здатності гнучко і достовірно оцінювати різні аспекти соціальних взаємодій. На нашу думку, така можливість пов'язана ще й з тим, що вона блокує інтелектуальні параметри соціальної творчості. Крім того, за тестом С. Мідника, який вказує на особливості креативності в інтелектуальній діяльності, існує кореляція між соціальним баченням і вербальною творчістю. Звідси можна зробити висновок, що в структурі соціальної творчості взаємозалежні інтелектуальні і комунікативні параметри.

Висновки до першого розділу

Аналіз наукової літератури показав, що питання соціальної креативності хоч і має велике значення, але до теперішнього часу вивчений недостатньо.

Аналіз літератури, пов'язаної з вивченням соціальної креативності та її психологічних чинників, показав, що базових досліджень, присвячених вивченню досліджуваного нами предмета, дуже мало.

У вивченні сімейної психології поняття «соціальна креативність» зазвичай відсутнє, але воно замінюється такими термінами, як «комунікативна творчість» (А. А. Голованова), «креативність» в області комунікації (С. Я. Канн), «соціальний інтелект» (В. Н. Куніцина), «комунікативні навички» (О. Ф. Остроумова). Соціальна творчість - це цілісна, багатогранна особистість, яка охоплює риси і особливості різних рівнів організованої системи особистості. Різноманітні елементи цієї системи (таланти, якості, здібності, навички, рушійні сили тощо) розвиваються у кожного індивіда індивідуально і являють собою своєрідну соціальну творчість.

Соціальна креативність - це інтегративна і багат шарова характеристика особистості, що дозволяє здійснювати творчу і суб'єктивну трансформацію соціально-економічної сфери, що виявляється в поєднанні нових інструментів вирішення індивідуальних проблем, нових продуктів соціальної дійсності, поєднанні творчих і особистісних характеристик, поєднанні особистісних характеристик і процедур, що постають відповідно до особливостей сфери соціального буття особистості. Вона поєднує в собі елементи поведінкової, когнітивної та мотивуючої систем особистості, які індивіди використовують для створення нових форм існування. Це здатність нестандартно і творчо підходити до вирішення складних соціальних проблем, ставлячи і вирішуючи творчі завдання в області соціальної реальності.

РОЗДІЛ 2: ПРОГРАМА ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ

2.1. Зміст та етапи емпіричного дослідження

Залежно від мети і послідовності виконання поставлених завдань формуються етапи емпіричного дослідження: підготовка, діагностика, аналіз і інтерпретація.

На першому підготовчому етапі було встановлено кілька процедур психодіагностичного обстеження.

Ознайомившись з деякими методами, ми прийшли до висновку, що, по-перше, дослідницька робота може бути виконана за допомогою наступних методичних засобів, які є дуже достовірними і правомірними, а по-друге, за допомогою цих інструментів можна отримати інформацію про властивості, що цікавлять.

Для вивчення досліджуваних показників підбираються психодіагностичні методи.

Тест-опитувальник комунікативної креативності (О.П. Саннікова, Р.В.Білоусова), «Тест-опитувальник товарищкості» (О.П. Саннікова), «16-факторний особистісний опитувальник» (Р.Кеттелл), тест «Креативність» (Н.Вишнякова), Методика «Соціальний інтелект» Гілфорда.

У дослідженні взяли участь 65 студентів, які навчаються в Одеському національному економічному університеті. Дане дослідження проводиться в контексті професійної освіти та навчання.

Третім кроком є аналіз та інтерпретація даних емпіричного дослідження. Дані обробляються за допомогою пакета IBM SPSS Statistics 13.0.

2.2. Короткий огляд способів діагностики рис як гіпотетичних чинників соціальної креативності

«Тестовий опитувальник комунікативної креативності» дозволяє діагностувати формально-динамічні та якісні показники комунікативної креативності (О. П. Саннікова, Р. В. Белоусова).

1. Загальні відомості про методику оригінального опитувальника тесту на комунікативну креативність. Автори: О.П. Саннікова, Р.В. Белоусова.

2. Діагностичний обсяг. Він діагностує 8 ключових показників комунікативної креативності та вторинні показники інтеграції. Основними факторами є легкість комунікації (L), схильність до презентації (SP), незалежність (N), конфліктність (K), емоційна стійкість спілкування (EUo), схильність до маніпуляцій (маніпуляція - M), експресія (E), ефективність комунікації (CC), вторинні загальні показники (нормальні) - ОРСС.

3. Мета тесту: для наукового дослідження, психологічної діагностики.

4. Коротка характеристика методики: стандартні рекомендації по темі, 96 коментарів (по 12 до кожного керівництва); Форма відповіді будується за принципом вибору одного із запропонованих варіантів («звичайно», «напевно так», «напевно ні», «безумовно, ні»). Результат виражається в очках. Максимальна оцінка за кожним ключовим показником – 48 балів.

5. Стандартизація проводилася на зразках з Universiti Kebangsaan Ekonomi Odessa (83 особи). Результати методологічних випробувань на надійність та техніко-економічне обґрунтування були високими ($p < 0,01$ або менше).

6. Вимоги споживачів. Діагноз може бути поставлений психологом-дослідником, практикуючим психологом і фахівцем з відповідною підготовкою.

7. Популяція: Ця методика призначена для дорослих піддослідних.

8. Особливості тривалості іспиту Чітких обмежень за часом навчання

немає, курсів, пов'язаних з цією навичкою, немає, і це займає в середньому 30-40 хвилин.

9. Домінуючий приклад дослідження. З практичних міркувань позиція «партії» є обґрунтованою. Для наукових цілей можливий статус «спеціалізація».

10. Наявність паралельних тестів: Тест соціальних здібностей О. П. Саннікова, Р. Кеттелл (16-ПФ, Кеттелл) Опитувальник особистості «Шістнадцять факторів».

«Тест-опитувальник товариськості» (О. П. Саннікова) дозволяє виявити ряд комунікативних ознак, що характеризують інтенсивність внутрішніх комунікативних тенденцій людини, які проявляються в енергетиці і різних формах поведінки.

1. Загальні відомості про методику Тест-опитувальник товариськості (Саннікова, 1982, 1982б, 1984, 1987, 1992, 2003).

2. Діагностичні цілі: діагностика 6 шкал спорідненості: потреба в спілкуванні (ПО), ініціативність (І), широту спілкування (Ш) легкість спілкування (Л), усталеність у спілкуванні (У), виразність (В).

3. Мета (обсяг) тесту: Тест для психологічної діагностики та наукових досліджень

4. Коротка характеристика методики (повнота): стандартні рекомендації, 60 питань (по 10 питань за кожною шкалою); Бланки з різними відповідями (за принципом підбору).

5. Стандартизація: стандартизація шкали проводилася на вибірці студентів з декількох університетів (понад 2000 осіб). Методологічні результати по валідності і достовірності були високими (мс <0,01) (Саннікова, 1982, 1997).

6. Вимоги до користувача: Діагноз може бути поставлений психологом-дослідником, практикуючим психологом, суміжним фахівцем з відповідною підготовкою.

7. Для дорослих віком від 18 до 40 років. Він використовується строго індивідуально.

8. Час: від 30 до 40 хвилин.

9. Основний статус дослідження: статус «клієнт» і «експертиза».

10. Наявність паралельних тестів: професійні версії цього методу (Саннікова, 1982, 1997), метод Г. Айзенка, 16-ПФ особистісний опитувальник Р. Кеттелла.

«16-факторний особистісний опитувальник» (Р. Кеттелл)

Тест Р. Кеттелла є одним з найбільш широко використовуваних методів опитування для оцінки психологічних особливостей осіб як за кордоном, так і на батьківщині. Вона була розроблена під керівництвом Р. Кеттелла і спрямована на створення широкого розмаїття міжособистісних відносин. Особливість цього опитувальника полягає в тому, що він орієнтований на виявлення 16 відносно незалежних особистісних факторів (шкали, основні характеристики). Ці їхні риси були виявлені за допомогою факторного аналізу найбільшої кількості поверхневих рис особистості, спочатку виявлених Кеттеллом. Кожен фактор утворює окрему поверхневу особливість, згруповану навколо центральної ознаки. Існує 4 форми анкет: А і В (187 питань) і С і D (105 питань), причому А і С є найбільш часто використовуваними. Цей опитувальник найчастіше використовується в медичній психології, спорті та наукових дослідженнях для діагностики важливих професійних характеристик.

Останнє переглянуте керівництво по тестуванню, вперше опубліковане Р. Кеттеллом в 1950 році, вийшло в 1970 р (Р. Кеттелл і співавт.). Він призначений для вимірювання 16 особистісних факторів і застосовує підхід, заснований на рисах, у дослідженні. Були розроблені дві рівнозначні основні анкети (А і В, стандартної форми), кожна з яких складалася з 187 питань (для тесту для дорослих з рівнем освіти 8-9 років і вище). Обидва формати анкет

містять 3 буферних питання і 20-26 питань, пов'язаних з кожним вимірюваним фактором.

Анкета, використана в цьому дослідженні, складалася з 187 питань. Отриманий «сирий» продукт перетворюється в стіну за нормативним графіком. Незважаючи на свої недоліки, які неодноразово піддавалися критиці з боку критиків, опитувальники є широко використовуваним інструментом для отримання важливої діагностичної інформації про особистість.

«Соціальний інтелект» (Дж. Гілфорд)

Соціальний інтелект – це здатність розуміти наміри, почуття та емоційні стани людини за допомогою вербальних та невербальних виразів. Соціальний інтелект також є вираженням передбачення в міжособистісних відносинах. Під соціальним інтелектом мається на увазі здатність висловлювати швидкі, майже автоматичні думки про людей з метою прогнозування їх найбільш ймовірних реакцій. Це особливий «соціальний дар», продуктом якого є соціальна гармонія, що забезпечує гладкі взаємини з людьми.

Автором цього методу є Дж. Гілфорд вважав, що соціальний інтелект – це система інтелектуальних здібностей, яка не залежить від загальних факторів інтелекту і в основному пов'язана зі сприйняттям поведінкових знань.

Згідно з концепцією Д. Гілфорда, соціальний інтелект включає в себе шість елементів, пов'язаних з поведінковими знаннями: усвідомлення поведінкових елементів – здатність відокремлювати вербальні і невербальні поведінкові прояви від контексту; поведінкове навчання в класі – здатність розпізнавати загальні риси в потоці виразів, інформації або ситуацій про поведінку; сприйняття відносин, поведінки – здатність розуміти відносини; усвідомлення системи поведінки – ситуації розвитку цілісної взаємодії між людьми, вміння розуміти значимість своїх дій в цих ситуаціях; Знання поведінкових змін – здатність розуміти зміни значення однієї і тієї ж

поведінки (вербальної та невербальної) в контексті різних ситуацій; Знання наслідків дії - це здатність передбачити результат дії на основі наявної інформації.

Тест «Креативність» (Н.Вишнякова)

Творчість походить від англійського слова «to create», що означає створювати, творити. Ідея творчості в розвитку дуже цікава і в той же час дуже складна. Розробкою цієї концепції займалися російські і зарубіжні вчені.

Серед вітчизняних вчених проблемою творчих здібностей у дітей і дорослих займається Н. Ф. Вишнякова.

Н. Ф. Вишнякова вважає, що творчість є передумовою творчого саморозвитку особистості, важливим резервом самосвідомості. Творчість проявляється слабкістю, сприйнятливістю до проблем, відкритістю до нових ідей, схильністю руйнувати або змінювати існуючі стереотипи з метою створення чогось нового, схильністю шукати нетривіальні, несподівані і незвичайні рішення життєвих проблем. Розкривається також творча особистість, що визначається як нерозривна категорія творчого і особистісного, до якої входить інтелектуальна і творча ініціатива, що є найвищою характеристикою професійної творчості. інтелектуальні здібності, широта і глибина знань; чутливість до протиріч, схильність до творчих сумнівів, здатність відчувати внутрішню творчу боротьбу; Жага до знань, нових смаків, вміння бачити в проблемі незвичайне, професіоналізм, жага до знань

Н. Ф. Вишнякова вважає, що творчість не так різноманітна, як соціально обумовлені стереотипи, виражені в правилах і законах, а чуйність, чутливість до проблем, відкритість до нових ідей, схильність до руйнування або зміни стереотипів, схильність до створення нових, до пошуку нетривіальних, несподіваних і незвичайних рішень життєвих проблем.

На його думку, творчість є необхідною умовою творчого саморозвитку особистості і базовим резервом самосвідомості. Він вважає, що творчість є

необхідним резервом для самоактуалізації, як творча категорія особистісних цінностей, яка є частиною людської духовності і передумовою творчого самовираження особистості

Для вивчення рівня креативності у дорослих використовується тест Н. Ф. Вишнякова «Креативність», який використовується для визначення рівня творчих задатків і створення творчого профілю психології.

Тест «Креативність» включає в себе 8 показників:

1. Творче мислення як інтелектуальний процес створення чогось нового.

2. Допитливість - це внутрішня зацікавленість в отриманні нової інформації з метою задоволення пізнавальних потреб.

Оригінальність - це здатність придумувати нові, нестандартні, відмінні ідеї, які відрізняються від того, що відомо або очевидно.

Уява - це здатність людини переробляти набуті з попереднього досвіду психічні компоненти для створення нових образів

5. Інтуїція - це здатність пізнавати істину безпосередньо, не підкріплюючись доказами, наприклад, заснованими на припущеннях або «внутрішніх голосах».

6. Емоції, якість емпатії відображають якість і динамічність почуттів і емоцій.

7. Почуття гумору - вміння легко з чимось впоратися, сказати щось смішне або в деяких випадках вчинити смішно.

8. Творче ставлення до професії - здатність до вдосконалення і відкритість особистості до нового в діяльності.

Висновки до другого розділу

1. Здійснене обґрунтування вибірки та охарактеризовані етапи проведення дослідження. Наше дослідження проводилося на вибірці студентів Одеського національного економічного університету, де брало участь 65 осіб. Дослідження проводилося за сприятливих умов.

Поставлені завдання визначають хід емпіричної частини дослідження, де виділяються наступні етапи дослідження: підготовка, діагностика, аналіз та інтерпретація.

2. Обґрунтований вибір та здійснена розробка комплексу методів дослідження, надана їх детальна характеристика.

Наступним кроком у цьому дослідженні є аналіз емпіричних результатів з метою діагностики психологічних чинників соціальної креативності індивіда.

РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ

3.1. Аналіз взаємозв'язків показників, що вивчаються

У цьому розділі ми розглянемо особливості взаємозв'язку між показниками комунікативної креативності, соціального інтелекту, комунікабельності та особистісними факторами за Р. Кеттеллом.

3.1.1 Кореляційні характеристики показників комунікативної креативності та показників соціального інтелекту

Таблиця 3.1.1.

**Кореляція показників комунікативної креативності
та соціальний інтелект**

Показники комунікативної креативності	Показники соціального інтелекту				
	Суб1	Суб2	Суб3	Суб4	КО
Л	-246*	288*	-264*	-261*	-250*
СП	-291*	281*	-259*		-242*
Н		-280*	255*		
К				-263*	-251
Эу(о)				-284*	-231*
М		246*	-291*		
Э	-261*	287*		-244*	-244*
КК				-275*	-302*
ЗПКК	-272*			-281*	-271*

Пам'ятка. 1) Порядок** - розширення рівня Р означає $\leq 0,01$. * - $\leq 0,05$.; 2) Символи комунікативної творчості: Л (легкість спілкування), СП (експресивна тенденція), Н (самостійність), К (конфлікт), ЕС (емоційна стійкість у спілкуванні), М (маніпулятивна схильність), Е (експресивна), СС

(комунікативна здатність), ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності); Оцінки соціального інтелекту: Суб1 (історії з завершенням), Суб2 (групи експресії), Суб3 (вербальна експресія), Суб 4 (історія з доповненням), КО (композитна оцінка).

Проаналізуємо дані в таблиці. В табл. 3.1.1 видно, що показник Суб1 (історії з завершенням) має негативну асоціацію з показником комунікативної креативності на рівні 5%: (легкість спілкування), Сп (схильність до вираження), Е (експресивність) і ЗПКК(загальний показник комунікативної креативності). Тут ми можемо побачити, що здатність передбачати наслідки людської поведінки існує у людей, які здатні обмежувати свої імпульси і дії в рамках норм і правил, які існують в суспільстві.

Показники Суб2 (групи експресії) з показниками комунікативної креативності зустрічаються на рівні 5%: позитивна асоціація з Л (легкість спілкування), Р (схильність до експресивності), М (схильність до маніпуляцій), Е (схильність до вираження) і показник Н (незалежність) - негативне відношення. Очевидно, що інтуїтивна здатність отримувати невербальні сигнали при спілкуванні з людьми, вміння «бути присутнім» і певна послідовність допомагають вибудовувати соціальні зв'язки.

Спостерігалася негативна кореляція на рівні 5% з показниками Суб3(здатність розуміти вербальні реакції), Л (легкість спілкування), Сп (експресивні тенденції) та М (маніпулятивні тенденції). Він також позитивно корелював з показником Н (незалежність) на стороні 5%. Він говорить, що висока чутливість до характеру і тону людських взаємин можлива тільки при відкритому спілкуванні, повазі до медіатора і його позиції, обов'язкової наявності своєї позиції.

Показник Суб4 (здатність розуміти логіку розвитку інтерактивних ситуацій) показує негативний зв'язок на рівні 5% з показниками комунікативної креативності: Л (легкість спілкування), К (конфлікт), ЕС

(с) (емоційна стабільність спілкування), Е (експресивна), СС (комунікативна компетентність), ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності). Ці установки показують, що вираженість соціального інтелекту супроводжується наступними характеристиками: Ці установки свідчать про те, що вираженість соціального інтелекту - це слабкість, складність у формуванні нових відносин, Обмеженість процесу спілкування, неможливість влитися в існуючі групи, ввічливість, жорсткість, прагнення догодити всім, навіть за рахунок власних інтересів, невміння відстоювати свою точку зору.

Разом з тим, комплексна оцінка соціального інтелекту (КО) показала значний негативний зв'язок з показниками комунікативної креативності: 5 оцінок: (легкість спілкування), СР (експресивна схильність), К (конфлікт), ЕС(с) (емоційна стійкість спілкування), Е (експресивна), СС (комунікативна компетентність), ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності).

Ці установки свідчать про те, що відносини, відкритість, мудрість, співчуття і щирість є важливими частинами тенденції до психологічної близькості в спілкуванні, підвищеної рефлексивності і переваг в спілкуванні. Вибірковість, безстрашність, перевага невеликого джерела засобів комунікації, різновид вербальної комунікації, на нього не накладається тиск, але застосовується принцип відкритого спілкування. Це відображає позицію наступних рекомендацій:

3.1.2 Взаємозв'язок між показниками комунікативної креативності та показниками товарищескості

Завдяки ретельному аналізу літератури ми прийшли до розуміння взаємозв'язку між комунікативною творчістю та гостинністю. У таблиці 3.1.2 показаний взаємозв'язок між показниками комунікативної креативності і показниками товарищескості.

Таблиця 3.1.2

Кореляція між показниками комунікативної креативності та

показниками товариськості

Показники комунікативної креативності	Показники товариськості					
	ПС	Ін	Ш	Л	У	В
Л	265*			345**		
Сп					276*	325**
Н		256*	324**	332**	- 267*	
К					242*	318**
Ес	- 258*	- 264*				
М					251*	281*
Е			269*		- 292*	261*
КК	295*	281*	345**	318**		329**
ЗПКК			251*			

Примітка. 1) позначення ** – значущість зв'язку на рівні $p \leq 0.01$; * – $p \leq 0.05$.; 2) показники товариськості: потреба у спілкуванні (ПС), ініціативність (І), широту спілкування (Ш) легкість спілкування (Л), усталеність у спілкуванні (С), виразність (В)

Проаналізуємо дані в таблиці. На рисунку 3.1.2 показано, що показник ПС (потреба в спілкуванні) має позитивний зв'язок з Індексом комунікаційної креативності на рівні 5% Л (легкість спілкування) і КК (комунікативна компетентність), а також негативний зв'язок між Індексом комунікаційної креативності та рівнем ЕС 5% (Емоційна стабільність спілкування). Тут ми можемо бачити, що потреба в спілкуванні реалізується через такі якості: вміння спілкуватися з новими людьми, вміння вести бесіду, близькість і емоційна компетентність.

Індикатор ініціативності (Ін) демонструє позитивну кореляцію з показником комунікаційної креативності на рівнях Н (незалежність) та КК (комунікативна компетентність) 5%, тоді як показник ЕС (емоційна

стабільність у спілкуванні) демонструє негативну кореляцію.

Загальність широта спілкування (Ш) виражається у вигляді позитивного співвідношення Н (незалежність), КК (комунікативна компетентність) та Е (експресивний) для показника комунікативної креативності, з позитивною кореляцією 5% для загального показника комунікаційної креативності (ЗПКК).

Індекс легкості комунікації (Л) показує позитивну кореляцію з індексом креативності в комунікації на рівні 1%: Л (легкість комунікації), Н (незалежність), КК (комунікативна компетентність).

Показник усталеність у спілкуванні (У) демонструє позитивну асоціацію з індексом комунікативної креативності на рівні 5%, а негативну – з Сп (схильність до самопрезентації), К (конфлікт), М (маніпулятивна тенденція), Н (незалежність) та Е (експресіонізм) на рівні 5%.

Показник виразність (В) показує позитивний зв'язок між показниками комунікативної креативності Сп (експресивні тенденції), К (конфлікт), КК (комунікативна компетентність) і 5% рівні М (маніпулятивні тенденції) і Е (експресивний) рівнями і рівнем 1%. Для показників комунікативної креативності позитивна кореляція знаходиться на рівні 5%, а позитивна кореляція Н (незалежність) і КК (комунікативна компетентність) - на рівні 1%.

3.1.3 Кореляція між показниками комунікативної креативності та особистісними факторами за Р. Кеттеллом

У табл. 1 проаналізовано взаємозв'язок між показниками комунікативної креативності та особистісними факторами. З рисунку 3.1.3 видно, що показник А (афектотимія) має позитивну кореляцію з показником Л (легкість спілкування) на рівні 1%.

Таблиця 3.1.3

Кореляція між показниками комунікативної креативності та 16 особистісними факторами Р. Кетела

Фактори	Показників комунікативної креативності
---------	--

особистості за Р. Кеттеллом	Л	Сп	К	ЕС(с)	М	КК	ЗПКК
A	355**						
C	301*	271*			365**		-373**
E	360**	368**					-272*
F	-253*						
G		401**					-413**
H	-402**	398**			365**	249*	
I				322**			383**
L	-405**		404**		407**		
M	393**	385**	349**	354**	368**		358**
Q1		364**					
Q2							334**
Q3		394**			398**		-378**
Q4	-254*		249*				
QI			377**		261*		
QII							377**
QIII	-403**	261*					-384**
QIV	299*	392**			384**		-367**

Примітка. умовні позначення 16-ти факторів особистості Р. Кеттелла :

A (+) афектотимія - A (-) сізотимія, C (+) Сила "І" - C (-) Слабкість "Я", E (+) Домінування - E (-) Смиренність, Тривожність F (+) - F (-) Страх, G (+) Сила - G (-) Слабкість "Крайнощі - Я", H (+) Мужність - H (-) Сором, L (+) Ніжність - I (-) Насильство, L (+) Сумнів - L (-) Чистий, M (+) Мрія - M (-) Юзабіліті, H (+) Інсайт - N (-) Наївність, O (+) Схильність до почуття провини - O (-) Впевненість у собі, Q1 (+) Радикалізм - Q1 (-) Консерватизм, Q2(+) Самоефективність - Q2(+) Групова залежність, Q3(+) Високий самоконтроль - Q3 (-) Низький самоконтроль, Q4(+) Тривожність - Q4 (-) QI (+) Екстраверсія - QI (-) Інтроверсія, QII (+) Тривога - QII (-) Емоційна

стабільність, QIII (+) Кортикальна моторика - чутливість QIII (-), незалежність QIV (+) - QIV (-) Покірний.

Показник С («Сила «Я» - Слабкість «Я») показує позитивну кореляцію з показниками комунікативної креативності на рівні 5%: L (легкість спілкування), Сп (схильність до існування), позитивну кореляцію 1%: М (схильність до маніпулювання) і негативну кореляцію 1% з показниками ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності).

Показник Е (домінування-підлеглий) показав позитивну кореляцію з індексом комунікативної креативності на рівні 1%, тоді як індикатор L (легкість комунікації), СР (тенденція відвідуваності) та індикатор ЗПКК(загальний показник комунікативної креативності) показав негативну кореляцію на рівні 1%.

Показник F (питання безпеки) показав негативну кореляцію зі значенням комунікативної креативності L (легкості спілкування) на рівні 5%.

Показник G («Занадто багато - Слабкість - Сміливість») вказує на асоціацію з показником комунікативної креативності на рівні 1%: позитивне ставлення до КП (експресивна тенденція) і негативне ставлення до показника ССС (загальний показник комунікативної креативності).

Показник Н (сміливість-сором'язливість) показує негативний зв'язок на індексі креативності в спілкуванні L (легкість спілкування) 1%, негативний зв'язок на рівні М (маніпулятивна тенденція), позитивний зв'язок СП (схильність до самовираження) 1% і позитивний зв'язок 5% з показником СС (комунікативна ефективність).

Показник І (м'якість - Твердість) показує позитивну кореляцію з показниками комунікативної креативності на рівні 1%: ЕС (емоційна стійкість в спілкуванні) і ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності).

Показник L (підозрілий - наївний) являє собою показник L (легкість в

спілкуванні) і негативне співвідношення 1%, а показники К (конфлікт) і М (маніпулятивна схильність) і позитивний коефіцієнт 1%.

Показник М (мрійливість – практичність) показує позитивну кореляцію з показником комунікативної креативності на рівні 1%: L (легкість в спілкуванні), Р (схильність до самовираження), К (конфліктність), ЕС (емоційна стабільність в спілкуванні), М (схильність до маніпулювання) і ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності).

Н (проникливість – наївність) і О (провина – зарозумілість) зраджували і не мали до цього жодного стосунку.

Показник Q1 (радикалізм-консерватизм) показує позитивну кореляцію з показником комунікативної креативності SP (схильність до самовираження) на рівні 1%.

Показник Q2 (самоефективність - залежність від групи) показав позитивну кореляцію з показником СРСС (Загальний показник комунікативної креативності) на рівні 1%.

Показник Q3 (високий самоконтроль - Низький самоконтроль) показує кореляцію з показниками комунікативної креативності на рівні 1%: Sp (схильність до вираження) і М (схильність до маніпулювання) і позитивну, а також негативний зв'язок з показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності).

Показник Q4 (напруга - розряд) показує негативне співвідношення 5% для показника L (легкий зв'язок) і позитивне співвідношення 5% для індикатора К (конфлікт).

Показник Q1 (Екстраверсія - Інтроверсія) показує позитивне співвідношення 1% для показника К (конфлікт) і позитивне співвідношення 5% для показника М (схильність до маніпулювання).

Показник «Тривожність - емоційна стабільність» (QII) демонструє позитивну кореляцію із загальним показником комунікативної креативності (СРСС) на рівні 1%.

Показник QIII (cortical agility - чутливість) показує негативну асоціацію з показником комунікативної креативності на рівні 1%: позитивний настрій 5%, поряд з Л (легкість спілкування), ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності) і Сп (тенденція відвідуваності).

Показник QIV (Незалежність - Ввічливість) показує негативний зв'язок 5% з рівнем Л (Легкість спілкування), Сп (схильність до самовираження) на рівні 1%, М (схильність до маніпулятивності) на рівні 1% і показником ЗПКК (загальний показник комунікативної креативності) на рівні 1%.

3.2 Психологічний аналіз креативності

Подальші дослідження психологічних особливостей індивідуальної креативності проводилися з використанням методу якісного аналізу, який полягав у вивченні особистісних рис представників обраної групи і розпізнаванні психологічних особливостей.

При відборі представників групи з високою або низькою комунікативною креативністю попередні «сирі» значення переводяться в проценти. Таким чином, розподіл значень наближається до нормального розподілу. Це дозволяє розрізняти групи осіб з високими (4-й квартиль розподілу - від 75-го процентиля до 100-го процентиля) і низькими (перший квартиль розподілу - від 0-го процентиля до 25-го процентиля) особами із загальними показниками комунікативної креативності.

3.2.1. Прояви особистісних рис Р. Кеттелла в осіб з різною загальною комунікативною креативністю

Кореляційний аналіз показав, що існує певний взаємозв'язок між комунікативною креативністю, соціальним інтелектом, особистісним фактором Р. Кеттелла і показниками дружелюбності. На цьому ґрунтується якісний аналіз, який дозволяє групувати випробовуваних за ступенем

вираженості тих чи інших рис і вивчати їх психологічний профіль. Нами створено профіль особистісних факторів у людей з високою та низькою загальною комунікативною креативністю Р. Кеттелла (ЗПКК +, ЗПКК-).

На малюнку 3.2.1 показані коефіцієнти особистості Р. Кеттелла по горизонтальній осі координат і відсотки по осі координат. Середня лінія послідовності проходить через точку 5,5-го процентиля. Значення показника - це середнє арифметичне значення, обчислене окремо від двох обраних груп. Вираженість того чи іншого показника визначається його положенням щодо центральної лінії ряду.

Профільний аналіз дозволяє зафіксувати психологічні особливості представників цієї групи.

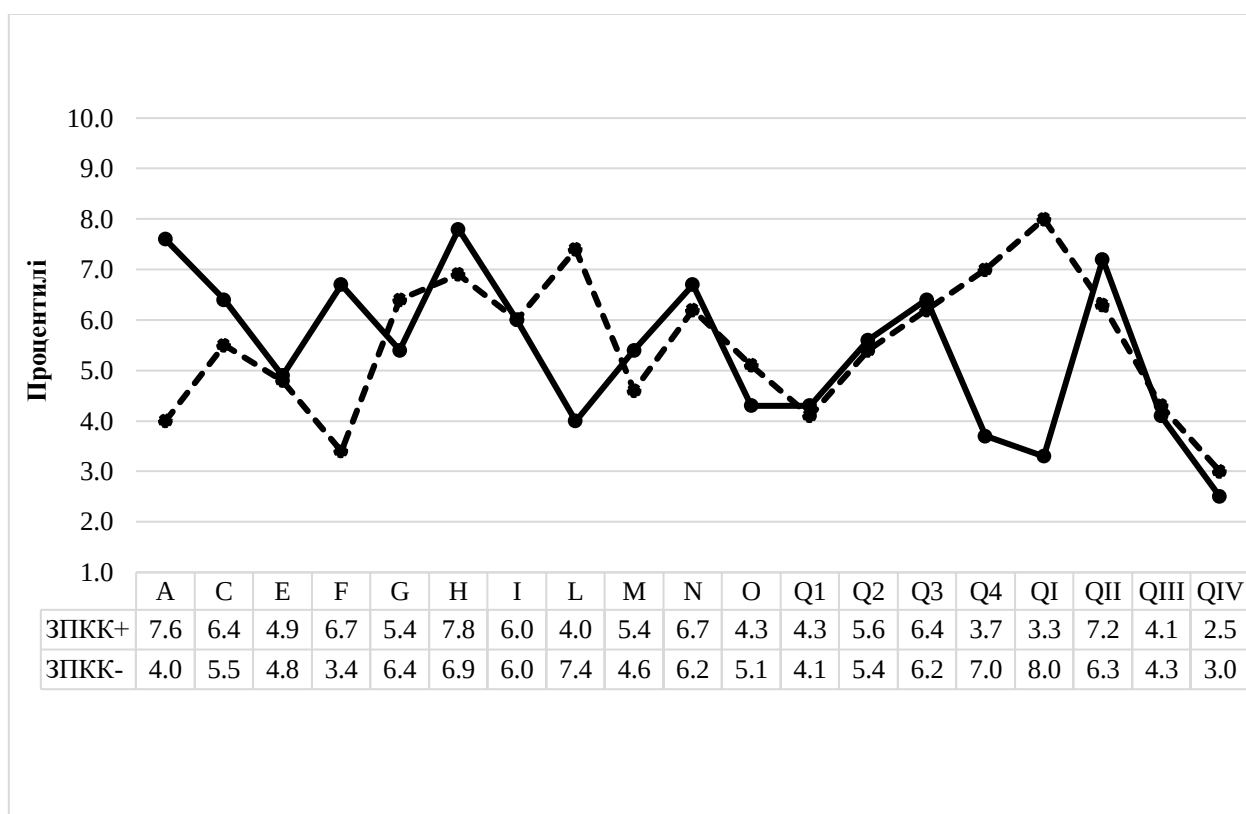


Рис. 3.2.1 Р. Особистісні фактори Р. Кеттелла осіб з широким діапазоном комунікативної креативності.

Як показує рисунок, осіб з високим рівнем комунікативної креативності (ЗПКК+) можна визначити як комунікабельних, відкритих,

готових до співпраці, уважних до інших, активних у вирішенні конфліктів у групі та готових прийняти погляди інших. Існує простий спосіб налагодити пряму, міжособистісну (A+) комунікацію.

Для комунікативної творчої особистості також характерна динаміка комунікації (F +), що включає радість, імпульсивність, апатію, ірраціональність у виборі комунікативного партнера, експресивність, розширення, емоційну перевагу у взаєминах між людьми, емоційне лідерство в групі.

Ми також можемо спостерігати такі риси, як уважність, егоїзм і обережність по відношенню до людей. Ревнивий характер, бажання перекласти провину за помилки на інших, дратівливість. Іноді в соціальній поведінці відзначається автономія, автономія і незалежність (L +). Свобода суджень, думок і дій, наявність інтелектуального інтересу, розвинене аналітичне мислення, чутливість до змін, нові ідеї, недовіра до влади, відмова від ясності, концентрація на аналітичній діяльності, теорії (QI+).

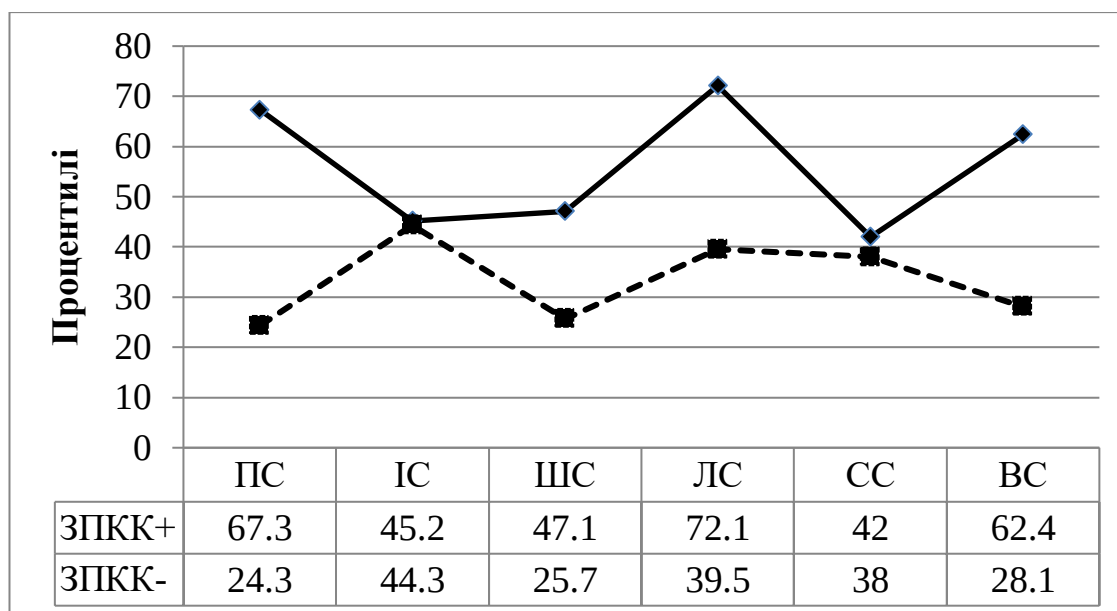
Для представників ЗПКК, тобто комунікабельних консервативних людей, характерні, крім усього іншого, скритність, замкнутість, відокремленість, недовірливість, асоціальність, замкнутість, критика, схильність до об'єктивності, жорсткість і надмірна акуратність в судженнях про людей. Для них схильність до занепокоєння, занепокоєння з приводу майбутнього, песимізм щодо сприйняття реальності, небажання створювати емоції (Ф⁻). стійкість, відповідності. Невміння відстоювати і висловлювати свою думку, схильність до покірності (Л⁻). Консерватизм виражає такі характеристики, як стійкість традицій, морально-етична спрямованість, вузькість інтелектуальних інтересів, орієнтація на певну практичну діяльність. Вони чинять опір змінам і не вірять у нові ідеї та принципи (QI-).

3.2.2. Психологічні особливості товаришкості осіб з різною комунікативною креативністю

Наступним кроком є проведення якісного аналізу на основі

кореляційного аналізу, який показує, що існує певний взаємозв'язок між комунікативною творчістю та гостинністю. На малюнку 3.2.2 показані формально-динамічні показники асоціацій для осі абсцис і процентильні значення для осі координат. Середня лінія послідовності проходить на точці 50-го процентиля. Значення показника – це середнє значення показника, обчислене окремо від двох вибраних груп. Вираженість того чи іншого показника визначається його положенням щодо центральної лінії ряду.

Профільний аналіз дозволяє зафіксувати психологічні особливості представників цієї групи.



3.2.2 Профілі товарищескості осіб з різною комунікативною креативністю

Особи з високим рівнем комунікативної креативності (ЗПКК+) можна визначити як товариських особистостей, які потребують значного спілкування. Для них характерний інтерес до оточуючих, інтерес до нових знайомств і необхідність ділитися з іншими внутрішніми переживаннями (ПС +).

Це також дозволяє легко спілкуватися з творчими людьми (Л+), які є хорошими комунікаторами. Вони легко знайомляться з новими людьми і вступають в розмови, які ось-ось почнуться. Вони вільно висловлюють

свою думку і не втрачають себе, коли стають центром уваги.

У них виразна міміка і жести. Вони відрізняються великою кількістю зовнішніх емоційних проявів, словесних виразів. Вони чітко і однозначно реагують на новизну (BC +).

Представники групи ЗПКК - , тобто консервативні в спілкуванні люди, зазнають труднощів з побудовою нових соціальних відносин, не проявляють ініціативи в спілкуванні, вважають за краще працювати поодиночці, відбивають бажання нових знайомих, вважають за краще бути на самоті (ПС-), мають мало знайомих, не люблять галасливих компаній, рідко знайомляться один з одним (ШС-). Для них також характерні зовнішні прояви емоцій, приглушені емоції, бідність дрібних жестів (BC-).

3.2.3. Специфіка прояву соціального інтелекту у людей з різним рівнем комунікативної креативності

На малюнку 3.2.3 показані профілі соціального інтелекту групи людей з високою і низькою комунікативною креативністю.

Дослідження показали, що люди з високим комунікативним креативом (ЗПКК+) часто помиляються (аж до протиправних дій), можуть вплутуватися в конфлікти, потрапляти в небезпечні ситуації, оскільки неправильно уявляють наслідки своїх або чужих дій. Вони знають загальноприйняті норми і правила поведінки. Вони зазнають труднощів з аналізом ситуацій міжособистісної взаємодії, через що не пристосовуються до різних типів відносин між людьми (сім'я, робота, друзі та інші). У них можуть виникати труднощі з розумінням і прогнозуванням поведінки людей, що ускладнює відносини і знижує ймовірність соціальної адаптації

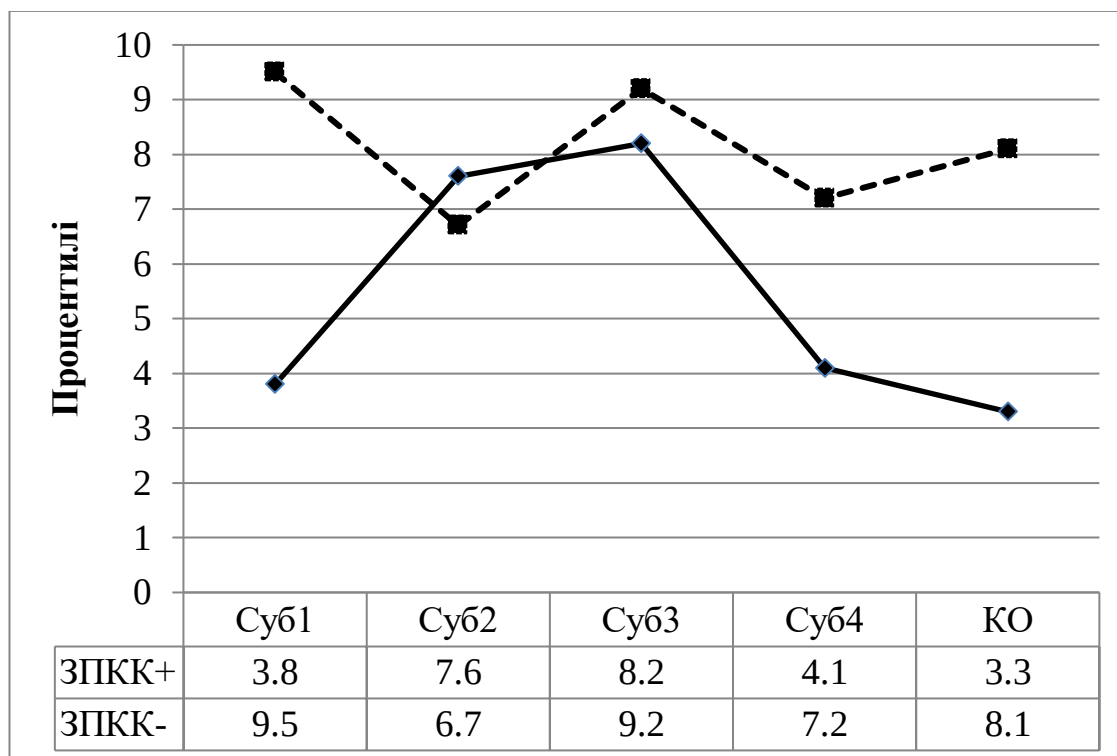


Рис.3.2.3 Профілі показників соціального інтелекту людей з різноманітними комунікативними здібностями

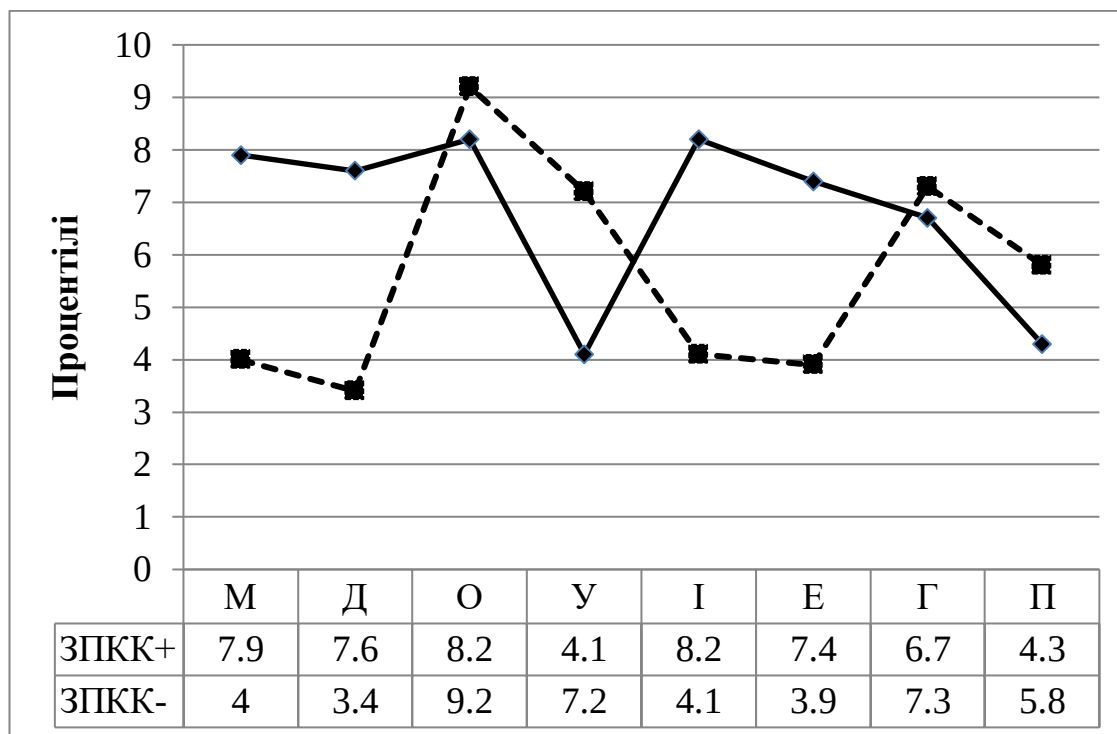
Низький рівень комунікативної креативності свідчить про те, що ці люди здатні передбачати подальшу поведінку людей, щоб передбачити події на основі розуміння учасниками почуттів, думок та намірів, на основі аналізу реальних ситуацій спілкування (сім'я, робота, друзі). Якщо вони дбають про найнесподіваніших і нестандартних лідерів, їхні прогнози можуть бути помилковими. Такі люди вміють розробити чітку для себе стратегію, дії для досягнення поставлених цілей. Вони здатні аналізувати складні ситуації взаємодії між людьми, розуміти логіку їх розвитку, відчувати зміну сенсу ситуації, коли в спілкування вступають інші учасники. Її логічне завершення дозволяє заповнити невідомі або відсутні ланки в цих ланцюжках взаємодій, спрогнозувати, як людина буде вести себе в майбутньому, знаходити причини тих чи інших форм поведінки.

Вони здатні отримувати максимальну кількість інформації про поведінку людей, розуміти мову невербального спілкування, швидко і точно оцінювати людей, успішно прогнозувати їх реакцію в тих чи інших

ситуаціях, проявляти далекоглядність у відносинах з оточуючими, що сприяє успішній соціальній адаптації.

3.2.4. Характеристика прояву креативності

Нижче ви знайдете профілі креативності людей з високою або низькою комунікативною креативністю (рівні ЗПКК +, ЗПКК -). На малюнку 3.2.4 горизонтальна вісь представляє показник креативності, а вісь координат - процентильне значення.



3.2.4. Профілі показників креативності для людей з різним рівнем комунікативної креативності

Пам'ятка. Традиційні аббревіатури шкали: М - творче мислення, Д - допитливість, О - оригінальність, У - уява, І - інтуїція, Е - емоція, емпатія, Г - почуття гумору, П - творче ставлення до професії

Люди з високим рівнем комунікативної креативності (ЗПКК +) частіше цікавляться новою інформацією (Д+), ті, хто здатний створювати чудові рішення проблемних ситуацій (М +), ті, у кого розвинена інтуїція (І +), і ті, хто емоційно залучений у процес і результати діяльності (Е +).

Людей з низьким рівнем комунікативної креативності (ЗПКК-)

можна охарактеризувати як працьовитих (Д-), консервативних і схильних до традицій (М-), щирих і точних (І-), а також зрілих і емоційних у своїй діяльності (Е-).

Таким чином, на основі емпіричних досліджень можна виявити фактори прояву соціальної креативності, а саме фактори соціального інтелекту, гостинності та особистості Р. Кеттелла.

Висновки до третього розділу

За результатами емпіричного дослідження було проаналізовано взаємозв'язок між досліджуваними показниками. р. Будуть зібрані такі установки, як показники комунікативної креативності та соціального інтелекту Кеттелла, показники комунікативної креативності та формально-динамічні показники гостинності, а також показники комунікативної креативності та особистісних факторів.

Подальші дослідження психологічних особливостей індивідуальної креативності проводилися з використанням методу якісного аналізу, який полягав у вивченні особистісних рис представників обраної групи і розпізнаванні психологічних особливостей.

При відборі представників групи з високою або низькою комунікативною креативністю попередні «сирі» значення переводяться в процентилі. Таким чином, розподіл значень наближається до нормального розподілу. Це дозволяє розрізняти групи осіб з високими (4-й квартиль розподілу - від 75-го процентиля до 100-го процентиля) і низькими (перший квартиль розподілу - від 0-го процентиля до 25-го процентиля) особами із загальними показниками комунікативної креативності.

За загальними правилами створення психологічного профілю створюються і описуються такі профілі: комунікабельність, особистісні фактори по Р. Кеттеллу, креативність, соціальний інтелект.

Психологічні риси людей з різним рівнем креативності є вродженими.

Таким чином, на основі емпіричних досліджень можна виявити фактори прояву соціальної креативності, а саме фактори соціального інтелекту, гостинності та особистості Р. Кеттелла.

ВИСНОВКИ

1. Аналіз наукової літератури свідчить, що проблема соціальної креативності має велике значення, але вона недостатньо вивчена.

Аналіз літератури, пов'язаної з вивченням соціальної креативності та її психологічних чинників, показав, що базових досліджень, присвячених вивченню теми даного дослідження, дуже мало. У дослідженнях вітчизняних психологів поняття «соціальна креативність» в принципі не зустрічається, а замінюється такими термінами як «комунікативна креативність» (А.А. Голованова), «креативність» в сфері спілкування (С.Ю. Канн), «соціальний інтелект» (В.Н. Куніцина), «комунікативна компетентність» (О.Ф. Остроумова).

Завдяки аналізу літератури стало можливим виділити соціальну креативність як інтегровану і багатогранну ознаку, що включає в себе характеристики і особливості складної планованої системи особистості на різних рівнях, як характеристику мислення, що складається в процесі знайомства з людьми в навколишньому середовищі і міжособистісної взаємодії з ними, а також характеристику, що складається з здатності генерувати нові і оригінальні ідеї.

Існує тісний взаємозв'язок між соціальною креативністю і характеристиками і навичками індивідів, які формують їх творчі та комунікативні здібності.

2. В результаті вивчення та аналізу психодіагностичної літератури було створено блок достовірних та валідних психодіагностичних методів, придатних для нашого дослідницького завдання: опитувальник з тесту комунікативної креативності (О.П. Саннікова, Р.В. Білоусова), «Опитувальник на тест комунікабельності» (О.П. Саннікова), «Опитувальник на 16-факторну особистість » (Р. Кеттелл), «Тест креативності» (Н. Вишнякова), методика «Соціальний інтелект» Дж.Гилфорда.

3. Кореляційний аналіз, проведений на основі первинних результатів

всієї вибірки, показав, що існує статистично значущий діапазон взаємозв'язків між більшістю показників комунікативної креативності та соціального інтелекту, показниками комунікативної креативності та показниками формодинаміки дружелюбності, показниками комунікативної креативності та особистісними факторами Р. Кетелла.

4. Подальше вивчення психологічних особливостей індивідуальної креативності проводилося з використанням методу якісного аналізу, який полягав у вивченні особистісних рис представників обраної групи і опису їх психологічних особливостей.

При відборі представників групи з високою або низькою комунікативною креативністю попередні «сирі» значення переводяться в процентилі. Таким чином, розподіл значень наближається до нормального розподілу. Це дозволяє розрізняти групи осіб з високими (4-й квартиль розподілу - від 75-го процентиля до 100-го процентиля) і низькими (перший квартиль розподілу - від 0-го процентиля до 25-го процентиля) особами із загальними показниками комунікативної креативності.

5. Якісний аналіз показує, що індивідів з високим рівнем комунікативної креативності можна охарактеризувати як комунікабельних, відкритих, готових до співпраці, які піклуються про інших, активних у вирішенні конфліктів у групі та готових прийняти погляди один одного. Легко здійснити пряме і міжособистісне спілкування. Для них характерна динаміка спілкування, що включає радість, імпульсивність, нісенітницю, нераціональність у виборі комунікативного партнера, експресивність, розширення, емоційну перевагу у взаєминах між людьми, емоційне лідерство в групі. Для них характерна свобода суджень, думок і дій, наявність інтелектуального інтересу, розвинене аналітичне мислення, чутливість до змін і сприйнятливість до нових ідей.

Для представників групи з низьким рівнем комунікативної креативності характерні, крім усього іншого, скритність, замкнутість, замкнутість, антисоціальність, замкнутість, критикатизм, схильність до

об'єктивності, ригідність і надмірна схильність до судження людей. Труднощі у формуванні міжособистісних відносин, безпосередніх відносин, зацікавленість, розсудливість у виборі комунікатора, схильність до занепокоєння, страх перед майбутнім, песимізм з приводу сприйняття дійсності, небажання проявляти емоції, невміння відстоювати і висловлювати свою думку, вдумливість. Консерватизм виражає такі характеристики, як стійкість традицій, морально-етична спрямованість, вузькість інтелектуальних інтересів, орієнтація на певну практичну діяльність.

Таким чином, на основі емпіричних досліджень можна виявити чинники прояву соціальної креативності, а саме: показники соціального інтелекту, товариськості та фактори особистості Р. Кеттелла.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова О.Є. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки. Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: монографія / за ред. О.А. Дубасенюк. Житомир: Вид-во ім. І.Франка, 2012. С.14–41.
2. Бандура, А. (2020). Теорія соціального наочіння. Пер. з англ.https://royallib.com/book/bandura_albert/teoriya_sotsialnogo_naucheniya.html.
3. Бех, І.Д. (2013). Виховання особистості: У 2 кн. Кн. 1: Особистісно-орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. Київ: Либідь
4. Булах, І.С. (2004). Психологічні основи особистісного зростання підлітків: дис.докт.психол. наук: 19.00.07./ НПУ ім. М.П. Драгоманова. Київ: НПУ ім. М.П. Драгоманова
5. Варій М.Й. Психологія особистості: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 592 с.
6. Гельбак А. М. Становлення підлітка в динамічно змінному суспільстві: науково-методичний посібник. Кіровоград: КЗ «КОІППО імені Василя Сухомлинського», 2014. 68 с.
7. Грек О.М. Розвиток візуальної креативності підлітків засобами комп'ютерного тренінгу: дис...канд.. психол. наук. 19.00.07. Одеса, 2009. 249 с.
8. Гуляс І.А. Самоздійснення як форма суб'єктності особистості. Секція Педагогічна психологія [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2009/Psihologia/53740.doc
9. Дімітрова-Бурласко С.Д. Генеза поняття «креативна компетентність» у контексті психолого-педагогічних досліджень. Педагогіка та психологія. 2017. Вип. 58. - С. 3-14.
10. Дуткевич Т. В. Загальна психологія. Теоретичний курс: Навчальний

посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 388 с.

11. Дерев'янка С. П. Когнітивна психологія : Навчально-методичні рекомендації. Чернігів : НУЧК імені Т. Г. Шевченка, 2021. 80 с.

1040 с.

12. Євдокимова Н. О., Тимців М.М. Вплив тривожності старшокласників на оцінку ними якості їх життя. Актуальні проблеми психології. 2015. Т.7, Вип. 38. С. 189–199.

13. Іванченко А.О. Психологія креативності особистості: теоретикометодологічний та прикладний аспекти: автореферат дис...дра психол наук. 19.00.01. Київ, 2017. 42 с

14. Інтерактивні технології: теорія та методика: учбовий посібник / Пометун О. І., Побірченко Н. С., Коберник Г. І., Торчинська Т. А., Комар О.А. Умань - Київ. 2008. 95 с.

15. Карпенко Є. Вікова та педагогічна психологія : Актуальні студії сучасних українських учених : навчальний посібник. Дрогобич : Посвіт, 2014. 152 с

16. Колеснік К.А. Основні орієнтири виховання підростаючого покоління в Україні. Наукові пошуки ХХІ століття: молодіжний вимір: III Міжнародної дистанційної науково-практичної конференції (2 жовтня 2015 р.). Київ, 2015. С. 117–182.

17. Крамаренко В. Характеристика мистецько-діяльнісного критерія сформованості креативності дитини до-шкільного віку засобами сучасного мистецько-ігрового матеріалу. Науковий журнал Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка. Серія: Педагогічні науки. 2021. Вип. 78. С.38–42

18. Кузікова С.Б. Психологічні основи становлення суб'єкта саморозвитку в юнацькому віці : [монографія]. Суми : МакДен, 2012.410 с

19. Кузікова С.Б. Структурно-змістовий аналіз феномена особистісного саморозвитку. Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка,

Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / За ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. Вип.. 10. Кам'янець–Подільський: Аксіома, 2010. С. 365–377

20. Лавренчук Т. Особливості розвитку креативності дітей підліткового віку. Креативність особистості як фактор інноваційного розвитку суспільства : збірник наукових праць / за ред. доц. В.В. Павленко. Житомир, 2018. С. 97-101.

21. Лемак М.В., Петрище В.Ю. Психологу для роботи. Діагностичні методики: збірник. Вид. 2-ге, виправл. Ужгород: Видавництво Олександра Гаркуші, 2012. 616 с.

22. Липова Л., Морозова Л., Ренський С. Концепція обдарованості та її види. Рідна школа. 2003.№ 4. С. 31–38.

23. Лучанська В.В. Особливості розвитку креативності молоді ХХІ століття. Збірник «Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами». 2007. Вип. № 3(5). С. 450-455.

24. Максименко С. Д. Загальна психологія : навч. Посібник. Київ : МАУП, 2000. 256 с

25. Максименко С. Д. Генезис существования личности. К. : ООО «КММ», 2006. 240 с.

26. Максименко С. Д. Генетико-психологічні витоки розвитку і саморозвитку особистості. Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць. 2008. Вип. 7. С. 7–17

27. Моляко В. Творчий потенціал людини як психологічна проблема. Психологія, 2007. № 4. С. 6-10

28. Моргун В. Ф. Концепція багатовимірного розвитку особистості та її застосування. Філософська і соціологічна думка. 1992. №2. С. 27–40.

29. Наконечна М. М. Особливості усвідомлення інтерсуб'єктних проявів особистості. Психологія свідомості: теорія і практика наукових досліджень – 2017: Тези І міжнародної науково-практичної конференції (21

березня 2017 року, м. Переяслав-Хмельницький). ПереяславХмельницький, 2017. С. 290–292.

30. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: Монографія. Київ: Слово, 2017. 391 с. 21.

31. Носенко Е.Л., Шаповал М. Толерантність до невизначеності як системоутворювальний особистісний чинник творчої обдарованості / Е.Л.Носенко, М.Шаповал. Психологія суспільства. 2000. № 1. С. 97- 106.

32. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологічні засади спілкування : монографія. Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2008. 416 с.

33. Освіта в незалежній Україні: розвиток та конкурентоспроможність: інформаційно-аналітичний збірник. Міністерство освіти і науки України, Інститут освітньої аналітики. Київ, 2021. 451 с.

34. Павелків Р. В. Вікова психологія: підручник. Вид. 2-е, стер. Київ: Кондор, 2015. 469 с.

35. Павленко В.В. Педагогічні умови для розвитку креативності учнів у сучасному педагогічному процесі. Проблеми освіти: збірник наукових праць. Вінниця : ТОВ «Нілон-ЛТД», 2018. №88. С. 10.

36. Павленко В.В. Креативність: сутнісна характеристика поняття. Креативна педагогіка: наук.-метод. журнал. Житомир, 2016. Вип. 11. С.120–131.

37. Павленко В.В. Особливості розвитку креативності дітей підліткового віку. Професійна освіта в умовах інтеграційних процесів: теорія і практика : збірник наукових праць / за заг. редакцією проф. Вітвицької С.С., доц. Колесник Н.Є. Житомир : ФОП Левковець, 2017. У 2-х ч. Ч. I. С. 89–94.

38. Павленко В. Формування креативної особистості: виклики часу й нові контексти розвитку. Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Том IV: Зміни та синергія в розвитку науки та освіти [колективна монографія] / [Наукова редакція: Я. Гжесяк, І. Зимомря, В. Ільницький]. Конін – Ужгород – Херсон – Київ: Посвіт, 2020. С.167-177.

39. Педагогічний словник / за ред. М. Ярмаченка. Київ : Педагогічна думка, 2001. 516 с.
40. Передерій О. Розвиток креативного мислення старшокласників як пріоритетний напрямок діяльності сучасної української школи. *Science and Education*, 2018, Issue 11-12. Р. 16-24.
41. Перкинс Д.Н. Творча обдарованість як психологічне поняття / Д.Н. Перкинс // *Суспільні науки за рубежом. Сер. Науковедение*. – 1988. – № 4. – С. 88–92.
42. Плаксі Т.М. Формування цілісної людини – пріоритет суспільства і системи освіти. «Ідеї академіка Вернадського та науково-практичні проблеми стійкого розвитку регіонів». Матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції. Кременчук: КрНУ, 2011. С. 24-26.
43. Пугачов Д.Л. Психологічні особливості формування образу «Я» комп'ютерно-залежними молодшими підлітками: дис..канд. психолог. наук. 10.00.05 – соціальна психологія. Київ, 2020. 262 с.
44. Пушкар В.А. Психологія адиктивної поведінки: Методичні рекомендації до курсу «Психологія адиктивної поведінки» для студентів IV курсу спеціальності «Психологія». Чернігів: Чернігівський національний педагогічний університет імені Т.Г.Шевченка, 2010. 84 с.
45. Садова С. Креативність і лідерство як визначальні здібності підлітків. Психологічні виміри культури, економіки, управління. 2016. №8. С. 52.
46. Саннікова, О.П.(2013) Макроструктура особистості: психологічний опис. *Наука і освіта*. № 7. С. 7-12.
47. Саннікова, О.П. (2003).Феноменологія особистості: Вибрані психологічні праці. Одеса: СМІЛ
48. Сідак Л. М. До визначення понять «розвиток», «саморозвиток», «саморозвиток особистості». *Теорія і практика управління соціальними системами/ Щоквартальний науково-практичний журнал*. Харків: НТУ «ХП». 2006, № 2

49. Скрипченко О. В., Долинська Л. В., Огороднійчук З. В. Вікова та педагогічна психологія: навчальний посібник. 2-ге вид. Київ: Каравела. 2007. 400 с.
50. Скібіцька Л.І. Конфліктологія: навчальний посібник для студентів навчальних закладів. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 12 с.
51. Словник психолога-практика (2015). / укл. С.Ю.Головін, 2-ге вид., переробл. і доповн. https://elenamaticchina.ucoz.net/literatura/slovar_prakticheskogo_psikhologa.pdf
52. Столяренко О. Б. Психологія особистості. Навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
53. Титаренко Т.М. Життєвий світ особистості: у межах і за межами буденності. Київ: Либідь, 2003. 374 с
54. Фромм, Е. (2014). Людина для себе: дослідження психологічних проблем етики. Пер. з англ.: <http://psylib.org.ua/books/fromm04/>
55. Фромм, Е. Мати чи бути? О. Михайлов & А. Буряк (Пер). Київ: Український письменник. 2010
56. Хом'як А. П. Педагогічні технології формування комунікативної компетентності старшокласників у процесі вивчення предметів гуманітарного циклу : автореф. дис.. .канд. пед. наук. Київ, 2010. 20 с.
57. Хом'як А. П. Педагогічні технології формування комунікативної компетентності старшокласників у процесі вивчення предметів гуманітарного циклу : автореф. дис.. .канд. пед. наук. Київ, 2010. 20 с.
58. Цивенко Я.І. Використання інтерактивних технологій навчання на уроках математики, методичні рекомендації. Маріуполь. 55 с.
59. Черножук Ю.Г. Психологія творчості. Навчальний посібник для студентів педагогічних ВНЗ. – Одеса: Державний заклад ПНПУ ім. К.Д.Ушинського. – 2010. – 182 с.
60. Шапар В. (2007). Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор.

61. Шандрук С. К. Психологія професійних творчих здібностей. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. 358 с.
62. Шиловська О. М. Психологічні особливості породження наративу як засобу саморозвитку особистості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.01 / К. : Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України, 2003. 22 с
63. Юрків Я. І. Умови вирішення конфліктів у підлітковому середовищі соціальним педагогом.: Соціальна педагогіка: теорія та практика. Луганськ : 2013. С. 35
64. Ярушина Т. А. Вікові та статеві особливості креативності у підлітковому віці. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля (серія «Педагогіка та психологія»). 2011. С. 161.
65. Яланська С.П. Психологія творчості: навч. посіб. 2-е вид., допов. Полтава: Сімон, 2018. 182 с
66. Amabile T. M. Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity. Boulder: Westview, 1996. 336 p.
67. Ardel M. Self-Development through Selflessness: the Paradoxical Process of Growing Wiser. In Transcending self-interest: Psychological explorations of the quiet ego. American Psychological Association, 2008. P. 221–233
68. Mednick S.A. The associative basis of the creative process. Psychological Review. 1962. №3. P. 220-232.
69. Sternberg R. Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity / R. Sternberg, T. Lubart. N. Y.: Free Press, 1995. 326 с.
70. Sternberg R. The nature of creativity // Creativity Research Journal. 2006. №1. P. 87–98.
71. Suchman J.R. Creative thinking and conceptual Growth. New York: John Wiley and Sons. 2013. 336 p.
72. Szmidt K.J. Pedagogika twórczości. Gdańsk, 2007. S. 98–114.

73. Lubart T. Children's creative potential: an empirical study of measurement issues / T. Lubart, C. Pacteau, A.Y. Jacque, X. Caroff // Learning and Individual Differences. – 2010. – № 20. – P. 388–392.

74. Szmidt K.J. ABC kreatywności / K.J. Szmidt. – Difin, Warszawa, 2010. – S. 8–10

75. Torrance E.P. Guiding Creative Talent . New York: Prentice-Hall. 2012. 278 p.

76. Torrance E.P. The natyre of creativity as manifest in its testing. The blazing drive: the creative perconality. Buffalo, NY: Bearly Limited, 1987. 123 p.