

<https://doi.org/10.34142/23129387.2021.65.17>

УДК 159.9

ORCID 0000-0002-5693-5740

ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ У ПСИХОЛОГІЇ: КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ І МЕТОДИ ПСИХОДІАГНОСТИКИ

Олександр В. Поєздік

*аспірант кафедри психології і соціальної роботи,
Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль
Україна*

E-mail: o.poiezdник23@gmail.com

Актуальність дослідження: У підлітковому та юнацькому віці сфера міжособистісного спілкування набуває першочергового значення, що висуває необхідність у розробці новітніх методів психодіагностики соціальної креативності особистості.

Мета дослідження: концептуалізувати феномен соціальної креативності та визначити основні шляхи її психодіагностики.

Методи дослідження: тести соціальної креативності, опитувальник соціальної креативності А. Батаршева.

Результати і висновки. Соціальна креативність є багатовимірною здатністю особистості до ефективної соціальної взаємодії та соціальної діяльності, що характеризується низкою стандартних для загальної креативності властивостей (швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість) та представлена мотиваційним (мотивація афіліації і творчості, готовність до співпраці з іншими), когнітивним (соціальний інтелект та вербальна креативність, соціальна компетентність, групова креативність), поведінково-комунікативним (володіння комунікативними стратегіями, надситуативність у прийнятті рішень у взаємодії, соціальна трансгресивність, організаторські та комунікативні здатності, здатність до кооперації та конкуренції) та ціннісно-смісловим (командні цінності, альтруїзм як цінність, пріоритет потреб колективу над власними егоїстичними потребами) компонентами.

Апробовні у дослідженні тести соціальної креативності розроблені для школярів (перший тест) та студентів (другий тест) є набором ситуацій, на які респондент має надати розгорнуту відповідь. Представлені тести мають високу дискримінативну спроможність та дозволяють оцінити швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість соціальної креативності.

***Ключові слова:** соціальна креативність, оригінальність, гнучкість, швидкість, розробленість, психодіагностика.*

Theoretical model of the economist's professional competence

Oleksandr V. Poiezdnik,

graduate student of Department of Psychology and Social Work,

West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

E-mail: o.poezdnik23@gmail.com

Relevance of the study: In adolescence and adolescence, the field of interpersonal communication is of paramount importance, which raises the need to develop new methods of psychodiagnostics of social creativity of the individual.

The Aim of the study: to conceptualize the phenomenon of social creativity and identify the main ways of its psychodiagnostics.

Research methods: tests of social creativity, questionnaire of social creativity A. Batarisheva.

Results and conclusions. Social creativity is a multidimensional ability of an individual to effective social interaction and social activity, characterized by a number of standard properties for general creativity (speed, flexibility, originality and development) and represented by motivational (motivation of affiliation and creativity, willingness to cooperate with others), cognitive intelligence and verbal creativity (social competence, group creativity), behavioral-communicative (mastery of communicative strategies, super-situationality in decision-making in interaction, social transgressiveness, organizational and communicative abilities, ability to cooperate and compete) and value-basedness as a value, the priority of the needs of the team over their own selfish needs) components. The tests of social creativity tested in the study developed for schoolchildren (first test) and students (second test) are a set of situations to which the respondent must provide a detailed answer. The presented tests have a high discriminative capacity and allow to assess the speed, flexibility, originality and development of social creativity.

Keywords: *social creativity, originality, flexibility, speed, development, psychodiagnostics.*

Вступ.

Актуальність наукового обґрунтування проблеми соціальної креативності зумовлена стрімкими трансформаціями сучасного суспільства та стосунків між людьми. Недостатній рівень розвитку адаптаційного потенціалу та комунікативних якостей, конфліктність, невміння повноцінно інтегруватися у суспільстві, встановлювати стосунки з іншими тощо, викликають низку особистісних психологічних проблем і всі можуть бути причиною недостатнього рівня розвитку соціальної креативності. Соціальна креативність допомагає людям долати усталену незадовільну соціальну ідентичність і сприяє соціальній стабільності (van Bezouw, van der Toorn & Becker, 2021). Особливо гостро ці проблеми виявляються у підлітковому та юнацькому віці, коли сфера міжособистісного спілкування набуває першочергового значення. У таких умовах зростають вимоги до розробки новітніх методів психодіагностики соціальної креативності особистості.

Мета дослідження – концептуалізувати феномен соціальної креативності та визначити основні шляхи її психодіагностики.

Вибірку досліджуваних склали 234 школяра, а саме учні 9-10 класів, рівномірно представлені за віком та статтю (психометрична вибірка для першого тесту), а також 254 студенти ОКР «бакалавр», що навчаються за різними спеціальностями (психометрична вибірка для другого тесту).

Результати. Феномен соціальної креативності сьогодні привертає увагу все більшого числа науковців (Baer, 2008). Соціальна креативність – це такі творчі здібності, що виникають у соціальних взаємодіях або соціальній діяльності. Зокрема, це стосується індивідуальних характеристик, які людина використовує для вирішення соціальних проблем оригінальними, унікальними та адекватними ситуації способами (Gu, 2011). Соціальна креативність – це континуум двох параметрів: міжособистісна соціальна креативність,

представлена людьми у процесі роботи з особистими стоунками (наприклад, індивідуальне керівництво в повсякденному житті), та соціальна креативність, що впливає на важливі аспекти соціального життя (наприклад, соціальна креативність видатних релігійних або політичних лідерів); соціальна креативність є найпоширенішим типом креативності, поєднанням пізнання, дії та відповідних рис особистості, сформульованих на основі основних адаптивних навичок (Mouchiroud and Lubart, 2002).

Це важлива здатність до висунення та вирішення всіх видів соціальних проблем, що вміщує та організовує суспільне життя, забезпечує ефективні соціальні рішення та підтримує хороше психічне здоров'я. Соціальна креативність не зводиться до соціальних навичок, здібностей, що спрямовані на вирішення соціальних проблем, або навичок соціального лідерства, оскільки перші дві визначають загальну соціальну адаптацію людини, доцільність та корисність методів вирішення проблем, тоді як соціальне лідерство підкреслює індивідуальну здатність керувати та організувати міжособистісні відносини. Натомість соціальна креативність є більш високим рівнем та більш комплексною характеристикою, що включає здатність до підтримки всіх типів міжособистісних стосунків та вирішення соціальних проблем (Mouchiroud and Lubart, 2002).

Соціальна креативність проявляється в нестандартному вирішенні особистістю соціальних завдань, дозволяє створювати щось нове у сфері міжособистісної взаємодії і властива здебільшого соціально адаптованим особам, які не відчувають ситуаційної напруги в соціальній взаємодії (Макаренко, 2008).

Соціальна креативність є багатовимірною, складною структурою, представленою комунікативно-особистісним потенціалом, певними характеристиками самосвідомості, соціальними перцепціями, мисленням, уявою і уявленнями, здатністю до моделювання соціальних явищ, розумінням людей та їхніх рушійних мотивів (Куницяна, 2003).

Х. Таджфель і Дж. Тернер (Tajfel & Turner, 1979) визначили соціальну креативність як одну із стратегій, що використовується особистістю для звернення або збереження

позитивної відмінності для груп чи соціальних категорій, з якими вона ідентифікує себе. Замість того, щоб шукати шляхи покращення статусу в групі за допомогою соціальної конкуренції — наприклад, відкритої ворожості — з відповідною зовнішньою групою, соціальна креативність ґрунтується на переосмисленні або переозначенні міжгрупового порівняння у сприятливий спосіб.

Окремим питанням постає визначення структури соціальної креативності. У роботах Є. Яковлевої (1996) описана трикомпонентна структура соціальної креативності, що містить: 1) пізнавальну систему, представлену розвиненим соціальним інтелектом, соціальною компетентністю, здатностями соціального мислення, зокрема до проблематизації, трансформації та імплікації соціальних ситуацій; синергічністю та інтуїцією; дивергентними характеристиками соціального мислення: швидкістю, гнучкістю, оригінальністю, розвинутою уявою, створенням образів неіснуючих моделей соціального світу, його оригінальних комбінацій і форм; 2) поведінкову систему, представлену надситуативною активністю, виходом за межі соціальної ситуації, активним соціальним пізнанням, пошуком нового досвіду взаємодії з соціальною реальністю; трансгресивними діями, що розширюють і перетворюють соціальний простір особистості, неригідністю в поведінці і незалежністю від соціальних норм і стереотипів; 3) афективною системою, представленою соціальним інтересом, почуттям цікавого, що спонукає до соціальної активності, творчим ставленням до простору соціальних явищ, дивергентним відчуттям і гнучким емоційним ставленням до соціального світу.

На думку А.Є. Ільїних (2011), структура соціальної креативності містить:

- мотиваційний компонент, представлений творчою позицією особистості, її прагненням до самовдосконалення, особистісного зростання;
- когнітивний компонент, представлений вербальною оригінальністю та її нестандартним застосуванням у

спілкуванні, особливостями словникового запасу, пошуком нових мовних зворотів у повсякденній комунікації;

– комунікативний компонент, представлений різними видами сензитивності – вербальною, невербальною і поведінковою, що дозволяють адекватно інтерпретувати поведінку інших людей, а також використовувати різні поведінкові стилі у взаємодії з іншими людьми;

– емоційний компонент, представлений продуктивною взаємодією з людьми, прагненням зрозуміти і відчувати емоційний стан партнера; емпатією як структурним компонентом, що супроводжує міжособистісну взаємодію, сприяє підтримці оптимального емоційного фону в умовах соціальної творчості;

– екзистенційний компонент, представлений автентичністю особистості, наявністю у неї життєвих цілей, свідомістю життя і відчуття тимчасових перспектив.

Структура соціальної креативності виступає багатофакторним гетерономим утворенням особистісної природи, а в її структурі більш вагомо проявляються чинники низького рівню особистісної тривожності, вираженої сили «Я», гнучкості поглядів, схильність до незалежності; низького рівню агресивності, розвиненої емпатії, легкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, низька конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, схильність до маніпулювання, експресивність, комунікативна компетентність (Саврасов & Єрмоленко, 2016).

Викладені вище погляди на структуру соціальної креативності дозволили нам концептуалізувати даний феномен через розкриття змісту його компонентів (рис. 1).



Рис. 1. Теоретична модель соціальної креативності особистості.

Психодіагностика соціальної креативності має враховувати усі властивості креативності – оцінку швидкості дивергентного соціального мислення, оригінальності, розробленості та гнучкості у продукуванні творчих ідей у процесі соціальної взаємодії та вирішенні соціальних проблем. Прикладами психодіагностичних методик для оцінки соціальної креативності є викладені нижче.

К. Мушіро та А. Бернуссі (Mouchiroud & Bernoussi, 2008) було запропоновано тест для оцінки соціальної креативності, що передбачає оцінку можливих відповідей на розв'язання певної соціальної ситуації, а саме:

1. Ситуація «Взаємодія з учителем»: Як сказати (вчителю) викладачеві, що ви хочете змінити тему вашої дослідницької роботи?

2. Ситуація «Батьки»: Як бути люб'язним з батьками?

3. Ситуація «Однокласники»: Як сказати однокласнику, з яким ви включені до спільного проєкту, що він працює над ним незадовільно?

4. Ситуація «Суспільство загалом»: Що треба робити, щоб зменшити забруднення навколишнього середовища?

Авторами тесту було відібрано саме ці чотири ситуації із запропонованих раніше 16 для оцінки соціальної креативності школярів.

Після обробки даних тестування були оцінені міри центральної тенденції та мінливості для:

1) загальної кількості варіантів вирішення ситуацій, запропоновані школярами за певну одиницю часу (40 хвилин – по 10 хвилин на кожну ситуацію), що розглядається як параметр швидкості креативності;

2) кількості одиничних (унікальних та таких, що мають частоту менше 10%) відповідей, що дозволяє оцінити показник оригінальності соціальної креативності у балах – відповідь властива для понад 60% респондентів – 0 балів, більше 30% - 1 бал, менше 30% - 2 бали;

3) кількості тематичних переключень, що дозволяє оцінити показник гнучкості;

4) кількості слів у пропозиціях до кожної ситуації, що дозволяє оцінити міру розробленості соціальної креативності.

У таблиці 1 показано описові статистики для кожної ситуації тесту, які свідчать про те, що кожна з представлених ситуацій має однакову репрезентативність в оцінці соціальної креативності школярів.

Таблиця 1

**Описові статистики для параметрів соціальної креативності
за кожною ситуацією**

Показники	М±σ			
	Швидкість, М±σ	Оригінальність, %	Гнучкість, М±σ	Розробленість, М±σ
Ситуація 1	2,56±1,67	1,34±1,45	1,23±0,58	113±26,55
Ситуація 2	3,45±2,34	1,25±1,12	1,34±0,78	156±58,25
Ситуація 3	2,34±1,78	1,56±1,21	1,55±1,11	96±33,14
Ситуація 4	5,45±2,33	1,76±1,17	2,01±1,23	165±56,78

Виходячи з даних таблиці 2, нормативними показниками для швидкості визначено 9-16 балів, для оригінальності – 2-7 балів, гнучкості – 3-9 балів, розробленості – 85-190 балів.

Таблиця 2

**Описова статистика для показників соціальної креативності
школярів за тестом К. Мушіро та А. Бернуссі**

Параметри соціальної креативності	М±σ	Мінімум	Максимум
Швидкість	12,58±3,56	4	26
Оригінальність	5,47±2,59	0	10
Гнучкість	6,85±3,59	0	12
Розробленість	142±59,63	54	256

Психометричні особливості другої методики (Gu n f sy/? 2014) перевірялись на вибірці студентів. Для них було запропоновано 6 ситуацій, що містять певні соціальні проблеми, на вирішення яких також було надано по 10 хвилин. Наведемо список ситуацій:

Ситуація 1. Н. збентежений тим, що не може організувати свій час. З одного боку, він хоче брати участь у різних видах діяльності, які йому цікаві, з іншого боку – він усвідомлює, що не має на це достатньо часу. Що йому робити?

Ситуація 2. Н. має труднощі у контролі емоцій. Він відчуває себе нещасливим, йому складно контролювати свій настрій та емоції. Що йому робити?

Ситуація 3. Л. хвилюється, що не може зрозуміти лекції. Хоча він щось іноді розуміє, він не спроможний працювати над питаннями, поставленими викладачем. Що йому робити?

Ситуація 4. К. думає, що в нього небагато добрих друзів та хоче мати більше. Що йому робити?

Ситуація 5. М. закохався в одногрупницю. Утім, батьки одногрупниці стоять на заваді їх стосункам. Що він має робити?

Ситуація 6. Р. живе з кількома співмешканцями в одному гуртожитку, але звички у них різні, і Р. засмучений через шкідливі звички деяких співмешканців (наприклад, деякі співмешканці люблять телефонувати друзям до пізньої ночі, тим самим порушуючи сон Р.). Що йому робити?

В інструкції також зазначається: Будь ласка, надайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваших розв'язків більше 4, просто запишіть їх послідовно.

У таблиці 3 показано описові статистики для кожної ситуації, що підтверджує їх природність для тесту.

Таблиця 3

Описові статистики для параметрів соціальної креативності студентів

Параметри соціальної креативності	M ± σ			
	Швидкість, M±σ	Оригінальність, %	Гнучкість, M±σ	Розробленість, M±σ
Ситуація 1	7,53±1,63	3,84±2,42	4,28±2,58	213±86,53
Ситуація 2	5,42±2,14	3,28±2,17	4,84±2,78	252±88,35
Ситуація 3	7,33±1,71	3,76±2,22	3,58±2,11	206±73,74
Ситуація 4	6,43±2,53	3,73±2,47	4,51±2,26	263±96,75
Ситуація 5	7,26±1,65	3,54±2,43	4,25±2,58	214±76,54
Ситуація 6	7,42±2,44	3,25±2,16	3,36±2,76	251±98,23

Виходячи з даних таблиці 4, нормативними показниками для швидкості визначено 35-47 балів, для оригінальності – 10-20 балів, гнучкості – 10-30 балів, розробленості – 1000-1900 балів.

Таблиця 4

Описова статистика для показників соціальної креативності студентів

Параметри соціальної креативності	Середнє	Мінімум	Максимум
Швидкість	41±5,67	24	67
Оригінальність	15,90±5,34	2	42
Гнучкість	21±10,33	5	24
Розробленість	1432±456	567	2569

Дискримінативна валідність перевірялась через виявлення кореляційних зв'язків соціальної креативності по двом тестам із результатами діагностики соціальної креативності за методикою А. Батаршева (2005).

По першому тесту для школярів виявлено позитивний зв'язок оригінальності (0,34, $p < 0,0001$) та швидкості (0,74, $p < 0,0001$) із сумарним показником соціальної креативності за опитувальником А. Батаршева.

По другому тесту для студентів виявлено кореляції швидкості (0,32, $p < 0,0001$), гнучкості (0,45, $p < 0,0001$) та оригінальності (0,39, $p < 0,0001$) із результатами опитувальника.

Отримані дані підтверджують природність апробованих на вибірках школярів та студентів тестів.

Висновки. Соціальна креативність є багатовимірною здатністю особистості до ефективної соціальної взаємодії та соціальної діяльності, що характеризується низкою стандартних для загальної креативності властивостей (швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість) та представлена мотиваційним (мотивація афіліації і творчості, готовність до співпраці з іншими), когнітивним (соціальний інтелект та вербальна креативність, соціальна компетентність, групова креативність), поведінково-комунікативним (володіння комунікативними стратегіями, надситуативність у прийнятті рішень у взаємодії, соціальна трансгресивність, організаторські та комунікативні здатності, здатність до кооперації та конкуренції) та ціннісно-

смісловим (командні цінності, альтруїзм як цінність, пріоритет потреб колективу над власними егоїстичними потребами) компонентами.

Апробовні у дослідженні тести соціальної креативності розроблені для школярів (перший тест) та студентів (другий тест) є набором ситуацій, на які респондент має надати розгорнуту відповідь. Представлені тести мають високу дискримінативну спроможність та дозволяють оцінити швидкість, гнучкість, оригінальність та розробленість соціальної креативності.

Література:

Батаршев А.В. (2005). Базовые психологические свойства и самоопределение личности: Практическое руководство по психологической диагностике. СПб.: Речь.

Ильиных А.Е. (2011). Социальная креативность личности: психологическая структура. *Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика*, 11. 3. 76–87.

Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. (2003). Межличностное общение: [учеб. для вузов] Санкт-Петербург: Питер.

Макаренко Н.М. (2008). Психологічні чинники розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів: автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.07. К.

Саврасов М.В., Єрмоленко К.В. (2016). Психологічний аналіз теоретико-методологічних передумов дослідження соціальної креативності майбутніх психологів. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки. Миколаїв: МНПУ*, 1 (16). 188–192.

Яковлева Е.Л. (1996). Развитие творческого потенциала личности как цель образования. *Мир психологи*, 2. 104–105.

Baer, J. (1993). *Creativity and divergent thinking*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Gu, C. (2011). *Social creativity psychology*. Peking: China Social Science Press.

Mouchiroud, C., & Lubart, T. I. (2002). Social creativity: A cross-sectional study of 6- to 11-year-old children. *International Journal of Behavioral Development*, 26, 60-69.

Mouchiroud, C., & Bernoussi A. (2008). An empirical study of the construct validity of social creativity. *Learning and Individual Differences*, 18. 372–380.

van Bezouw M.J., van der Toorn J., Becker J.C. (2021). Social creativity: Reviving a social identity approach to social stability. *Eur J Soc Psychol*. 51. 409–422. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2732>

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole.

Gu C., Hu B.J., Ngwira F., Jing Z., Zhou Z. (2014). The Effect of General Creative Personality and Freedom of Task Choice on Adolescents' Social Creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 1-18.

Оригінальний рукопис отриманий 20 вересня 2021 року

Стаття прийнята до друку 1 жовтня 2021 року