

<https://doi.org/10.34142/23129387.2022.67.13>

УДК 159.9

ORCID 0000-0002-5693-5740

ORCID 0000-0002-0313-0316

## ТЕСТ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ

**Олександр В. Поєзднік<sup>1ABCD</sup>, Поліна О. Савостіна<sup>2ABE</sup>,**

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

*E-mail: o.poiezdnyk23@gmail.com*

*1- магістранта кафедри психології, Харківський  
національний педагогічний університет імені*

*Г.С. Сковороди, Україна*

*E-mail: kovtunttd@gmail.com*

Актуальність дослідження. 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 відчують ситуаційної напруги в соціальній взаємодії. Проблема психодіагностики соціальної креативності є мало розробленою, тому створення інструментарію для об'єктивної оцінки рівня соціального інтелекту є нагальним питанням сучасної психології.

Методи і вибірка досліджуваних. Вибірку респондентів склали 232 особи, що володіють українською мовою або є її носієм, рівномірно представлені за віком (17-76 років) та статтю. У дослідженні використано тест «Визначення соціальної креативності особистості» (Батаршев А.В.) та адаптовано україномовний варіант тесту «Виявлення соціальної креативності» (автор: Chuanhua Gu).

Результати. У статті представлені результати стандартизації тесту соціальної креативності.

Висновки. Перевірка одномоментної надійності тесту показала, що Ситуація 2 позіришує результати тесту. Ситуації 2 та 3 виявились інформативними для характеристики соціальної креативності. Висока соціальної креативності визначається за цими ситуаціями відповідно високої самооцінки соціальної креативності за результатами опитувальника А. Барташева.

Дивергентна валідність визначалася через виявлення кореляцій із методикою А. Батаршева. Статистично значущих зв'язків виявлено не було.

**Ключові слова:** соціальна креативність, тест, психодіагностика, валідність, надійність.

### **Test of social creativity**

**Oleksandr V. Poiezdchnik**<sup>1ABCD</sup>, **Polina O. Savostina**<sup>2ABE</sup>,

1 - graduate student of Department of Psychology and Social Work, West Ukrainian National University, Ternopil, Ukraine

E-mail: o.poiezdchnik23@gmail.com

2 - magister of Psychology Department, H.S.

Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University, Kharkiv, Ukraine

E-mail: polinsawo@gmail.com

Relevance of research. Social creativity is manifested in a non - standard solution to the personality of social problems, allows you to create something new in the sphere of interpersonal interaction and is inherently inherent in socially adapted persons who do not feel situational tension in social interaction. The problem of social creativity of social creativity is little developed, so creating tools for an objective assessment of social intelligence is an urgent issue of modern psychology.

Methods and research sample. The sampling of respondents was 232 persons who speak Ukrainian or their bearer, evenly represented by age (17-76 years) and an article. The study uses the test "Determination of social creativity of personality" (AV batshev)

*and adapted the Ukrainian -language version of the test "Detection of social creativity" (author: Chuanhua Gu).*

***Results.** The article presents the results of standardization of the test of social creativity.*

***Conclusions.** Checking the individual reliability of the test has shown that the situation 2 worsens the test results. Situations 2 and 3 were informative to characterize social creativity. High social creativity is determined by these situations, respectively, high self - assessment of social creativity according to the results of the questionnaire A. Bartashev. Divergent validity was determined by detecting correlations with the method of A. Batarchev. There were no statistically significant connections.*

***Keywords:** social creativity, test, psychodiagnostics, validity, reliability.*

**Вступ.** У загальному вигляді поняття соціальної креативності звучить приблизно так: соціальна (від англ. social – соціальний, суспільний, товариський) креативність (від англ. create – створювати, англ. creative – творчий, творчий) – творчі здібності індивіда, що характеризуються готовністю до створення використання абсолютно новаторських, що відхиляються від традиційних або прийнятих схем мислення і входять до структури обдарованості як незалежний фактор, а також здатність вирішувати проблеми, що виникають усередині статичних систем (Niu&Kaufman, 2013: 77). Тобто під соціальною креативністю ми розглядаємо здатність майбутнього психолога знаходити та застосовувати творчі рішення в ситуаціях професійного спілкування.

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 відчують ситуаційної напруги в соціальній взаємодії. Соціальна креативність особистості характеризується багатоскладовою взаємозалежністю та підставами різних рівнів.

Соціальна креативність – багатовимірна, складна структура, що має такі аспекти:

1. комунікативно-особистісний потенціал;
2. характеристики самосвідомості;
3. соціальні перцепції,
4. мислення,
5. уяву і уявлення,
6. здатність до моделювання соціальних явищ,
7. розуміння людей та їхніх рушійних мотивів (Саврасов & Єрмоленко, 2016).

Утім проблема психодіагностики соціальної креативності є мало розробленою, тому створення інструментарію для об'єктивної оцінки рівня соціального інтелекту є нагальним питанням сучасної психології.

**Мета дослідження** – стандартизувати україномовний варіант тесту соціальної креативності.

**Методи і вибірка досліджуваних.** Вибірку респондентів склали 232 особи, що володіють українською мовою або є її носієм, рівномірно представлені за віком (17-76 років) та статтю.

1. Тест «Визначення соціальної креативності особистості»

Автор-розробник: Батаршев А.В.

2. Тест «Виявлення соціальної креативності»

Автор: ChuanhuaGu

Соціальну креативність оцінюється за цією методикою за допомогою відкритих-зворотних питань соціальної тематики, проблемних соціальних ситуацій, з якими респонденти можуть стикатися у житті. Відповідно були визначені типові соціальні проблеми, з якими вони стикалися.

Кожна ситуація представлена як розповідь, і респондентів просять надати якомога більше розв'язків, що можуть допомогти персонажу вирішити проблему. Учасники можуть відповісти на запитання у будь-якому порядку, незалежно від послідовності шести ситуацій та їхніх відповідей (D'Zurilla & Sanna:170).

3. Тест-опитувальник комунікативної креативності.

Оригінальний тест-опитувальник комунікативної креативності. Автори: О.П. Саннікова, Р.В. Білоусова.

Методики були об'єднані за допомогою застосунку GoogleФорми, там же проводилось опитування та збір результатів. Використовувався якісний аналіз і статистична обробка результатів дослідження за допомогою програми STATISTICA.

### ***Стандартизація тесту соціальної креативності***

Тест є відносноновим, він був перекладений нами згідно оригіналу. Валідність даного тесту є досить спірною, тому ми при обробці результатів опитування також перевірили його надійність. Результати тесту наведено на рисунку 1.

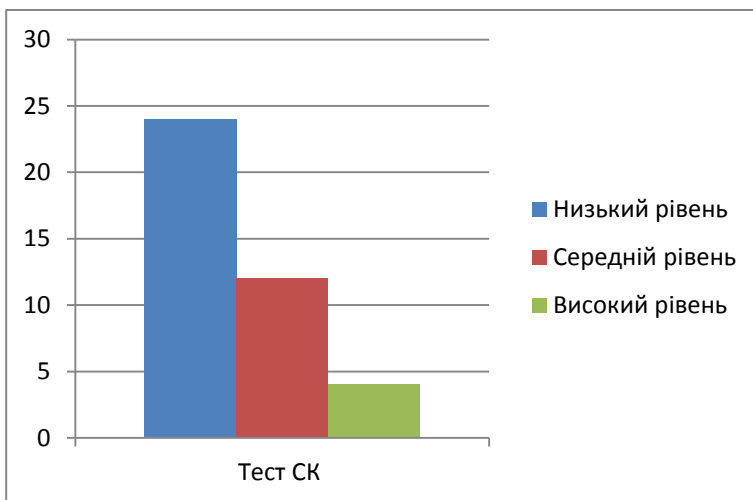


Рис. 1. Результати тесту виявлення соціальної креативності за Chuanhua Gu

Перевірка одномоментної надійності тесту показала, що Ситуація 2 погіршує результати тесту, так як  $\alpha=0,916$ , а для 2 Ситуації при видаленні  $\alpha=0,918$  у таблиці 1.

Таблиця 1

**Описові статистики завдань тесту**

Ситуація	Середнє	Дисперс.	Ст.відхилення	Заг.-поз.	Альфа
1	10,25000	30,88750	5,557652	0,793335	0,847228
2	9,65000	24,52750	4,952525	0,623209	0,918102
3	10,30000	32,01000	5,657738	0,785699	0,851492
4	10,40000	32,84000	5,730619	0,683058	0,864609
5	10,35000	29,82750	5,461456	0,854554	0,836686
6	10,30000	34,11000	5,840377	0,765348	0,861368

Розглянемо таблицю 2. Ситуація 2 корелює з сумарним показником з найменшим коефіцієнтом. Ці дані також свідчать на користь видалення цього завдання із кінцевого варіанта тесту.

Таблиця 2

**Кореляції завдань тесту із сумарним показником**

Ситуація	Кор.
1	0,86
2	0,81
3	0,85
4	0,87
5	0,90
6	0,82

Розглянемо рисунок 2. Ситуація 2 не входить до кластерного угруповання інших, що також свідчить про видалення її з кінцевого варіанту.

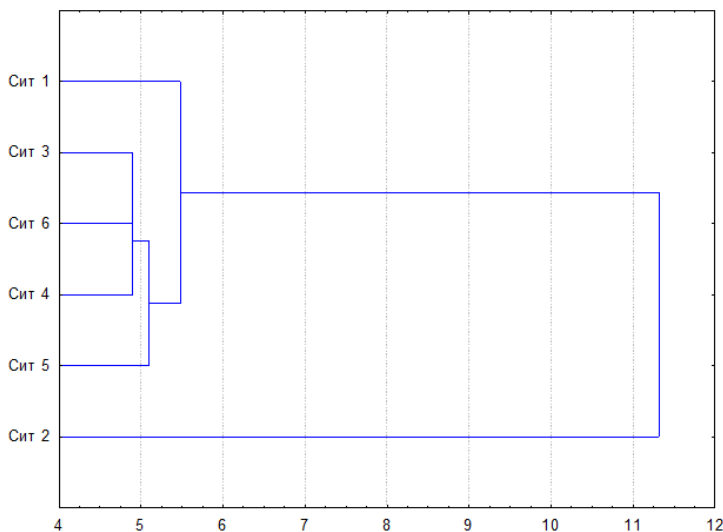


Рис. 2. Таксономія завдань тесту соціальної креативності

Тобто граничне значення норми 8-21 балів, значит 6-7 – низький рівень соціальної креативності. Дивергентна валідність визначалася через виявлення кореляцій із методикою Батаршева. Статистично значущих зв'язків виявлено не було, згідно даним у таблиці 3 та рис. 3.

Таблиця 3

Описові статистики сумарного показника

	Середнє	Мінім.	Макс.	Стд.відхил.
Загальний рівень соціальної креативності	12,25	6,0	32,0	6,65

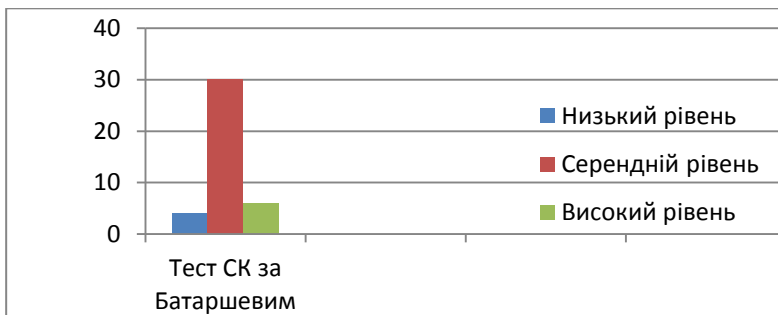


Рис. 3. Кількість результатів низького, середнього та високого рівня за тестом А. Батаршева.

Таблиця 4

Кореляції завдань тесту з показниками соціальної креативності за опитувальником А. Батаршева

Ситуація	Соціальна креативність за опитувальником Барташова
1	0,11
2	0,01
3	0,13
4	0,11
5	-0,00
6	-0,09

Такі дані свідчать про самооцінку соціальної креативності, яка не обов'язково співвідноситься з реальними можливостями вирішення ситуацій.

Ми поділили результати соціальної креативності за тестом в залежності від самооцінки за Батаршевим на низький, середній та високий рівні та отримали такі дані (табл. 5.)



Таблиця 5

Середнє значення соціальної креативності за тестом в залежності від рівня соціальної креативності за опитувальником А. Барташевим

Ситуація	Рівень соціальної креативності за А. Барташевим						Н	р
	Низький		Середній		Високий			
	М	σ	М	σ	М	σ		
1	1,50	0,58	1,87	1,17	3,00	1,55	5,46	0,06
2	1,50	0,58	2,47	2,49	4,00	0,00	11,56	0,03
3	1,00	0,00	1,87	0,90	3,00	1,79	6,47	0,03
4	1,50	0,58	1,67	0,71	3,00	2,37	1,44	0,48
5	1,50	0,58	1,80	1,19	2,67	1,86	1,56	0,42
6	1,50	0,58	1,93	0,87	2,33	1,37	1,21	0,54

Ситуації 2 та 3 виявились інформативними для характеристики соціальної креативності. Висока соціальна креативність визначається за цими ситуаціями відповідно високої самооцінки соціальної креативності.

Розглянемо результати тесту виявлення КК наведені у гістограмі (рис. 4).

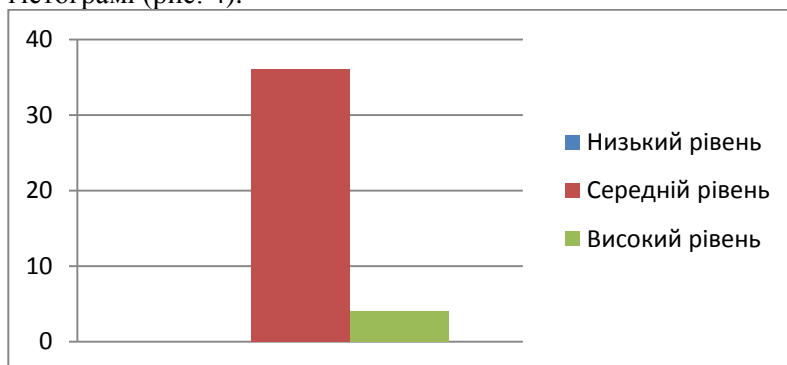


Рис. 4 Результати тесту виявлення комунікативної креативності.

Далі розглянемо кореляції взаємозв'язку соціальної креативності та комунікативної креативності. У тесті комунікативної креативності маємо наступні параметри:

- Легкість. Комунікативна легкість, мається на увазі, здатність до встановлення контакту, підтримки розмови, навички доброзичливого спілкування, вміння домовлятися, конструктивно і цивілізовано відстоювати свою думку; рефлекс, при якому є здатність оцінювати свої позиції відповідно до позицій та інтересів партнерів (Белоусова, 2004).

- Самопрезентація – це вміння правильно подати себе у суспільстві, демонструючи свої переваги та затилюючи недоліки. Насамперед – це те, як людина виглядає. Тому перший канал самопрезентації – це візуальний (зоровий) канал. Потім, як і що він каже, у тому числі і про себе. Другий канал – аудіальний (слуховий). І, нарешті, «канал флюїдності», де співрозмовник підпадає під чарівність вашої особистості (кінестетичний канал – почуття, відчуття, що виникають у спілкуванні з людиною). Головна мета самопрезентації – завоювання лояльності до своєї персони з боку значущої для вас групи людей. Самопрезентація – інструмент, використовуючи який кожна людина зможе досягти значних успіхів (Психологічна енциклопедія: 65).

- Незалежність, тобто самостійність прийняття рішень, не спираючись на будь-які фактори (Белоусова, 2004).

- Конфліктність особистості визначається дією таких психологічних чинників, як особливості темпераменту, рівень агресивності, компетентність у спілкуванні, емоційний стан. А також рядом соціальних факторів — умовами життя та діяльності, середовища та соціального оточення, загального рівня культури (Белоусова, 2004).

- Емоційна стійкість. Під емоційною стійкістю особистості розуміють інтегративну властивість, що містить у собі систему «емоційних, вольових, інтелектуальних, мотиваційних компонентів психічної діяльності та здатність пригнічувати емоційні реакції. Головним критерієм емоційної стійкості для багатьох вчених стає ефективність діяльності в

емоційній ситуації. С. П. Дерев'янка включає у визначення емоційної стійкості здатність людини успішно вирішувати складні та відповідальні завдання у напруженій емоційній обстановці (Дерев'янка, 2009). У цьому висловлюванні за емоційну стійкість сутнісно приймається здатність придушувати емоційні реакції, тобто «сила волі», виявляється у терплячості, наполегливості, самоконтролю, витримці (самоволодінні), які ведуть стабільності ефективності діяльності.

- Маніпулятивність – властивість особистості, що характеризується схильністю до неявного управління людиною чи групою людей проти їхньої волі з метою змінити їхню поведінку і в результаті цього отримати для себе якусь вигоду. (Белоусова, 2004).

- Експресивність — (букв. «виразність», лат. *expressio* «вираз») — «властивість певної сукупності мовних одиниць, що забезпечує їх здатність передавати суб'єктивне ставлення того, хто говорить до змісту або адресата мови, а також сукупність якостей мови або тексту, організованих на основі таких мовних одиниць» (Белоусова, 2004).

- Комунікативна компетентність – це здатність формувати складні комунікативні навички та вміння у нових соціальних ситуаціях, знання культурних норм, звичаїв, традицій, орієнтація в комунікативних засобах властивих національному, станому менталітету даного суспільства (Белоусова, 2004).

У таблиці 6. маємо корелятивні результати тестів. Визначено низку позитивних кореляцій між значеннями успішності виконання ситуацій тесту та показниками легкості, емоційної стійкості, маніпулятивності, експресивності комунікативної креативності, а також комунікативною компетентністю.

Таблиця 6

**Кореляції взаємозв'язку соціальної креативності та  
комунікативної креативності**

Показники комунікативної креативності	1	2	3	4	5	6
Легкість	0,62**	0,50**	0,46**	0,49**	0,42**	0,33**
Самопрезентація	-0,00	0,17	-0,04	-0,05	0,03	-0,10
Незалежність	0,20*	-0,03	-0,00	0,30*	0,08	-0,00
Конфліктність	-0,25*	-0,19	-0,11	0,18	0,14	0,06
Емоційна стійкість	0,19	0,04	0,27**	0,36**	0,23*	0,31*
Маніпулятивність	0,55**	0,22*	0,41**	0,57**	0,52**	0,28
Експресивність	0,33**	0,44**	0,26*	0,24*	0,41**	0,05
Комунікативна компетентність	0,06	-0,03	0,15	0,23*	0,22*	0,32**

Розглянемо середнє значення КК у студентів з різним рівнем самооцінки (табл. 7). Низький та середній рівні означають некорелянтність всіх параметрів. Високий рівень мають результати за параметрами: конфліктність та маніпулятивність. Тобто ті особи, які вважають себе найбільш компетентними у якійсь ситуації є конфліктними маніпуляторами.

Таблиця 7

**Середнє значення комунікативної креативності у  
студентів з різним рівнем самооцінки**

Показники комунікативної креативності	Рівень соціальної креативності за А.Барташевим						Н	р
	Низький		Середній		Високий			
	М	σ	М	σ	М	σ		
Легкість	30,50	0,58	32,73	2,18	34,33	2,25	18,19	0,07
Самопрезентація	31,50	0,58	31,33	3,19	33,00	3,58	18,02	0,08
Незалежність	30,00	4,62	24,53	4,39	28,00	3,22	20,66	0,03
Конфліктність	33,00	0,00	32,93	2,27	35,33	1,03	31,89	0,00 01
Емоційнастійкіс ть	31,50	0,58	31,47	3,46	34,33	3,61	27,94	0,00 3
Маніпулятив- ність	27,00	1,15	28,67	2,56	32,33	3,72	25,16	0,00 8
Експресивність	30,50	0,58	31,07	3,03	34,00	0,89	22,77	0,01
Комунікативна компетентність	30,00	1,15	32,93	2,91	32,67	3,72	14,92	0,18

### **Висновки .**

Перевіркаодномоментної надійності тесту показала, що Ситуація 2 погіршує результати тесту. Ситуації 2 та 3 виявились інформативними для характеристики соціальної креативності. Висока соціальної креативності визначається за цими ситуаціями відповідно високої самооцінки соціальної креативності за результатами опитувальника А. Барташева.

Дивергентна валідність визначалася через виявлення кореляцій із методикою А. Батаршева. Статистично значущих зв'язків виявлено не було.

### ***Література:***

Дерев'янюк С.П. Емоційний інтелект як чинник соціально-психологічної адаптації особистості до студентського середовища : автореф. дис. канд.психол. наук: 19.00.05. Київ, 2009. 20

Батаршев А. В. Диагностика профессионально важных качеств / А. В. Батаршев, И. Ю. Алексеева, Е. В. Майоров. – СПб. : Питер, 2007.

Белоусова Р. В. Індивідуально-типові особливості комунікативної креативності: автореферат дис...канд. психол. наук: 19.00.01 / Р.В. Белоусова: Південноукраїнський держ. педагогічний ун-т ім.К.Д.Ушинського. - Одеса, 2004

Задоя І.А., Ландар Е.С., Савостіна П.О. Соціальна креативність у системі здібностей студентів соціономічного профілю. Трансформаційні процеси соціально-гуманітарної сфери сучасної України в умовах війни: виклики, проблеми та перспективи: зб. Матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, Тернопіль, 2-3 червня 2022 р. / під заг.ред.: О. Є. Гомотюк. Тернопіль: Університетська думка, 2022.

Психологічна енциклопедія / автор-упоряд. О. Степанов. – Київ: «Академвидав», 2006. – 424 с.

Савостіна П.О, Фоменко К.І. Роль соціальної креативності у професії психолога. *Харківський осінній марафон психотехнологій (каталог психотехнологій; тези доповідей)* : збірник наукових праць за матеріалами VI Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 27-29 жовтня 2022 р., ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Харків : ХНПУ, 2022.

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.

Санникова О.П. Оценка показателей коммуникативной креативности с помощью оригинальной методики / О.П.Санникова, Р.В.Белоусова //Наука і освіта. – 2001. – № 6. – С. 52–54.

Сисоева С.О. Підготовка вчителя до формування творчої особистості учня: [монографія] / С.О. Сисоева. – Київ : Поліграфкнига, 1996. – 406 с.

Amabile, T.M., & Gryskiewicz, N. (1989). The creative environment scales: The work environment inventory. *Creativity Research Journal*, 2, 231–254

D’Zurilla & L.J. Sanna (Eds.), *Social problem solving: Theory, research, training* (pp. 153–170). Washington, DC: American Psychological Association.

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

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

Niu, W., & Kaufman, J.C. (2013). Creativity of Chinese and American: A synthetic analysis. *Journal of Creative Behavior*, 47, 77–87.

## ДОДАТКИ

### Тест соціальної креативності (автор – С. Gu)

Привіт! У повсякденному житті студенти часто стикаються зі складними ситуаціями, які вимагають вирішення. Деякі ситуації, з якими стикаються студенти, перераховані нижче; скажіть, будь ласка, що мають робити студенти за таких умов. Перш ніж відповідати на запитання, уважно прочитайте інструкції. Просто дайте відповідь на кожну позицію відповідно до свого першого відчуття та не пропустіть жодного запитання. Ви можете почати з будь-якого питання, яке хочете, але ви повинні закінчити всі.

*Ситуація 1. М. розгублений, тому що останнім часом він не вміє добре організувати час. З одного боку, він хоче брати участь у різних видах діяльності, які йому цікаві; з іншого боку, він розуміє, що не має достатньо часу для навчання. Що йому робити? (Будь ласка, дайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваших рішень більше 4, просто запишіть їх по черзі.)*

*Ситуація 2 (видалена із кінцевої версії тесту). Л. останнім часом важко контролювати свої емоції; вона відчувається нещасною, одержимою невимовними настроями, які виходять з-під контролю. Що їй робити? (Будь ласка, дайте якомога більше рішень, щоб допомогти їй; якщо ваших розв'язків більше 4, просто запишіть їх по черзі.)*

Ситуація 3. С. хвилюється, що не може зрозуміти лекційний матеріал. Хоча іноді він може зрозуміти щось, але не може виконати індивідуальні завдання, які дає викладач. Що йому

робити? (Будь ласка, надайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваших рішень більше ніж 4, просто запишіть їх по черзі.)

*Ситуація 4. Р. вважає, що у нього мало хороших друзів, і він хоче завести нових. Що йому робити? (Будь ласка, надайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваше рішення більше 4, просто запишіть їх по черзі.)*

*Ситуація 5. О. закохався в однокласницю. Проте її батьки заперечують ці відносини. Що йому робити? (Будь ласка, надайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваших рішень більше 4, просто запишіть їх по черзі.)*

*Ситуація 6. К. живе з кількома співмешканцями в одному гуртожитку, але у них різні звички. К. засмучена через погані звички деяких сусідів по кімнаті (наприклад, товариші люблять розмовляти до пізньої ночі, тим самим заважаючи К. спати). Що їй робити? (Будь ласка, надайте якомога більше рішень, щоб допомогти йому; якщо ваших рішень більше 4, просто запишіть їх по черзі.)*

*Оригінальний рукопис отриманий 19 вересня 2022 року*

*Стаття прийнята до друку 21 вересня 2022 року*