

3. До питання психології креативності

Вступ. У сучасному світі, що характеризується швидкими змінами, зростаючою складністю та постійною потребою в інноваціях, креативність набуває особливого значення. Вона є рушійною силою прогресу в усіх сферах людської діяльності – від науки та технологій до мистецтва та соціальних інститутів. Численні концепції креативності, представлені в сучасній психологічній літературі, з їхнім розмаїттям теоретичних підходів та ретельно розробленими експериментальними обґрунтуваннями, є яскравим свідченням глибокого інтересу світової наукової спільноти до розуміння цієї фундаментальної людської здатності.

Проте, незважаючи на значну увагу, яку приділяють дослідники та практики проблемі креативності, досягнення консенсусу щодо єдиного та вичерпного визначення цього терміну залишається складним завданням. Однією з ключових причин цієї складності є надзвичайна багатогранність самого поняття «креативність». Воно охоплює широкий спектр психологічних явищ, включаючи індивідуальні здібності (такі як оригінальність мислення, уява, здатність до генерування нових ідей), емоційні стани (наприклад, натхнення, цікавість, толерантність до невизначеності), інтегральні характеристики особистості (серед яких відкритість досвіду, незалежність суджень, наполегливість), когнітивні процеси (асоціативне мислення, комбінування ідей, розв'язання проблем), види діяльності (творче письмо, винахідництво, художня творчість), особливості проблем та шляхів їх вирішення, а також, зрештою, кінцеві творчі продукти (нові теорії, винаходи, твори мистецтва). Таке широке охоплення різноманітних аспектів суттєво ускладнює універсальне розуміння креативності та її операціоналізацію для проведення емпіричних досліджень.

Упродовж багатьох років тривали активні наукові дискусії щодо різних теоретичних підходів та моделей креативності. Ці обговорення, хоча й не

призвели до єдиного загальноприйнятого визначення, стали важливою передумовою для подальшого розвитку досліджень у цій галузі. В останні роки, як важливий крок вперед у розумінні сутності креативності, було запропоновано узагальнене визначення, яке намагається об'єднати ключові її характеристики. Згідно з цим підходом, креативність розглядається як здатність до генерування оригінальних, але водночас потрібних результатів: до створення чогось такого, що якісно відрізняється від існуючого, виходить за межі традиційних уявлень та звичних способів мислення, але при цьому має практичну значущість і здатне принести реальну користь у певному контексті (Ochse, 1990; Sternberg, Lubart, 1999).

Це інтегративне визначення акцентує увагу не лише на абсолютній новизні та унікальності запропонованої ідеї чи створеного продукту, але й на її функціональності, доцільності та адекватності тим завданням і викликам, з якими стикається особистість чи суспільство. Такий збалансований підхід дозволяє більш глибоко проникнути в сутність креативності, відрізняючи її від простої фантазії чи ексцентричності, та відкриває нові перспективи для її всебічного дослідження, діагностики та цілеспрямованого розвитку в різноманітних сферах людського життя – від освіти та науки до бізнесу та мистецтва.

Виклад основного матеріалу. Креативність функціонує як єдина цілісна система. Розвиток креативності обумовлено як соціальними (макро-, мезо-, мікро-), специфічними об'єктивними чинниками (тип, вид, сфера творчості), особливостями індивідуальної структури/креативності, зокрема взаємодією свідомих (рефлексивних) та несвідомих (інтуїтивних) процесів.

А. Маслоу виділяє в креативності людей, що самоактуалізуються, два рівні – первинний та вторинний.

Первинний рівень – це мимовільна креативність, пов'язана із осяянням, натхненням, піковими переживаннями.

Вторинний рівень – довільний, пов'язаний з важкою працею, тривалим навчанням, прагненням до досконалості.

На зміну спонтанності приходить довільність; на зміну повному прийняттю приходить критика; на зміну інтуїції приходить ретельне обмірковування; на зміну сміливості приходить обережність; на зміну фантазії та уяві приходить випробування реальністю. Далі йдуть порівняння, судження, оцінки, холоднокровні роздуми, відбори, відмови.

Креативність, при якій задіяні обидва типи процесів у правильній послідовності, А. Маслоу називає «інтегрованою креативністю». Завдяки інтегрованій креативності з'являються великі витвори мистецтва, філософії, науки [6].

На основі аналізу інформації можна припустити, що психологічна структура креативності включає систему креативних параметрів. В індивідуальних варіантах структура креативності є своєрідним і унікальним поєднанням мотиваційних, афективних, інтелектуальних, естетичних, екзистенційних, комунікативних, компетентнісних креативних якостей та здібностей, які у комплексі «індексують» творчу стилістику поведінки, забезпечують продуктивність, новизну, унікальність способів та результатів діяльності, схильність та готовність до творчих конструктивним перетворень у різних сферах життєдіяльності.

Так, К. Роджерс (1994) під креативністю розглядає здатність виявляти нові способи вирішення проблем та нові способи вираження. Незважаючи на те, що накопичений великий і змістовний матеріал з вивчення креативності, який дав певні результати як в теоретичному, так і в практичному відношенні, єдиної та стрункої теорії креативності досі не існує, як і не існує однакового її визначення за всіма визнаними методиками, які її діагностують [7].

Тейлор (Taylor, 1988) пише, що у 60-х рр. XX ст. було сформовано 60 визначень креативності. Вони поділені на шість типів:

- 1) гештальтні, що описують креативний процес як руйнування існуючого гештальту для побудови кращого;
- 2) інноваційні, орієнтовані на оцінку креативності за новизною кінцевого продукту;

3) естетичні, чи експресивні, наголошують на самовираженні творця;

4) психоаналітичні, або динамічні, що описують креативність у термінах взаємовідносин (Воно, Я і Над-Я);

Саме в такому сенсі слід, очевидно, розуміти твердження, що не всі люди потенційно креативні. Точніше було б сказати, що не всі люди мають високий рівень креативності, тобто креативну здатність. Адже він сам говорить про людей висококреативних та низькокреативних.

5) проблемні, що визначають креативність через ряд процесів розв'язання задач, до цього типу відноситься і визначення Гілфордом креативності як дивергентного мислення;

6) визначення, що не потрапили до жодного з вищеперелічених типів, у тому числі і дуже розпливчасті [8].

Креативна діяльність не дотримується встановлених правил, а об'єднує в одне ціле розрізнені ідеї. Крім того, вона зазвичай вимагає напруженої діяльності та подолання перешкод на шляху до кінцевого продукту (Weisberg, 1993).

Розглядаючи творчість, як процес конструктивних перетворень інформації та творення інноваційних результатів, суб'єктивно та об'єктивно значимих, ми визначаємо креативність як суб'єктивну детермінанту творчості, систему (багатомірну, багаторівневу) психічного утворення.

Креативність проявляється в інноваційних перетвореннях у всіх (або окремих) сферах життя людини (пізнанні, мисленні, спілкуванні, професійній діяльності, самовдосконаленні тощо) на рівнях: особистість (потенціал) – процес – результат.

Враховуючи те, що процес творчості включає дві різноспрямовані тенденції – творення та руйнування (реконструкцію) стереотипів, творчу, креативну поведінку індивіда можна розглядати як «творче руйнування».

У найзагальнішому вигляді креативність сприймається як загальна здатність до творчості. Розгляд творчих здібностей в якості особливої, самостійної здібності, відповідальної за творчі здобутки людини, що базується

на ряді вихідних протиріч у самій природі обдарованості та творчості. Ці протиріччя знаходять свій відбиток у парадоксальній феноменології: людина з високими здібностями може не бути творчою, і навпаки, нерідко є випадки, коли менш навчена і навіть менш здібна людина є творчою.

Розглянемо класичний приклад: П. Гоген та Н. Піросмані явно поступаються у майстерності малюнку художнику-копіїсту. Водночас вони входять до плеяди найбільших художників, що дали людству своє бачення світу, тобто творців. Цей приклад дозволяє конкретизувати проблему: якщо вміння та спеціальні здібності не визначають творчий характер діяльності, то в чому розгадка творчої людини?

Поле значень поняття креативність ширше поняття творчий потенціал, так як феномен креативності має потенційну і актуальні форми. Актуальна форма – зреалізована (проявлена) креативність. Творча особистість – особистість, що реалізує свою креативність в інноваційних здобутках. Творчі здібності (інтелектуальні, естетичні, комунікативні тощо) – структурні компоненти креативності.

Продукти творчості різноманітні. Це і технічні винаходи, і нові стилі в мистецтві, і нові ідеї в науці тощо. К. Роджерс (1994) відмічає, що на створення творчого продукту впливають, з одного боку, унікальність людини, а з іншого – люди, що оточують, обставини життя, події [8].

За Д. Шеффером (2003) видатні люди – це не просто експерти, а й новатори. У зв'язку з цим він припускає, що скоріше креативність, а не високий IQ дозволила Моцарту, Ейнштейну або Піаже досягти таких визначних досягнень. Вважають, що прогностичність успішності на основі рівня креативності може бути високою для таких сфер діяльності, як драматичне мистецтво, література та музика, складаючи для п'ятирічного періоду $r = 0,50$ (Crompton, 1972). Прогностичними є показники креативності в галузі наукових досліджень, архітектури та інженерних розробок (Gough, 1976).

Але прогноз втрачає чинність щодо досягнень у ряді видів наукової діяльності: тут прогностичні показники IQ. Можливо, це пов'язано з тим, що в

галузі мистецтва є більше можливостей для прояву незвичайного та невизначеного, на той час як наукова робота жорсткіше регламентована правилами, характерними для точних наук (фізики, математики, хімії, біології).

Л. Термен організував «Каліфорнійське лонгітюдне дослідження». Він та Кокс відібрали з учнів 95 шкіл Каліфорнії 1528 хлопчиків та дівчаток віком від 8 до 12 років з IQ 135 балів, що становило 1% від усієї вибірки. Рівень інтелекту визначався тестом Стенфорд – Біне. Контрольна вибірка була сформована з учнів тих самих шкіл.

З'ясувалося, що інтелектуально обдаровані діти випереджають своїх однолітків на рівні розвитку в цілому на два шкільних класи (Terman, 1954; Сох, 1926). У ході дослідження проводилося три зрізи з вимірювання IQ: 1927–1928, 1932–1940 та 1951–1952 рр. Остання перевірка здійснена Д. Фельдманом (Feldman, 1962) через 60 років після початку дослідження: він перевіряв досягнення членів вибірки Термена з $135 < IQ < 180$ та з $IQ > 180$.

Досліджувані, відібрані Терменом, відрізнялися раннім розвитком. Усі інтелектуальні діти успішно закінчили школу, 2/3 здобули університетську освіту, а 200 осіб стали докторами наук.

Що стосується творчих досягнень, то результати не такі однозначні. Жоден ранній інтелектуал із вибірки Термена не виявив себе як виключно талановитий творець у галузі науки, літератури, мистецтва. Ніхто з них не зробив істотного внеску в розвиток світової культури.

Гецелс та Джексон (Getzels, Jackson, 1962) порівняли дві групи підлітків. В одній групі були хлопчики з високим інтелектом, але з низькою креативністю, в іншій – з нижчим інтелектом, але вищою, ніж у першій групі, креативністю. Виявилося, що обидві групи мали той самий рівень академічної успішності.

При не дуже високій креативності зв'язок з успішністю позитивний. Загалом для всієї вибірки рівень дивергентного мислення корелює з успішністю навчання. Однак у групах з високим і вищим за середній рівень дивергентного мислення ця закономірність не проявилася.

Крім того, залежно від виду креативності, її зв'язок із різними навчальними дисциплінами різний. Мотиваційно-особистісна креативність пов'язана з більш високою успішністю з гуманітарних предметів, вербальна креативність – з більш високою успішністю з математичних предметів і нижчою з природничо-наукових, невербальна креативність – з більш низькою успішністю з математики.

Успішність розраховувалася так: були складені всі оцінки піддослідних за півріччя з усіх предметів, крім праці та фізкультури, і далі поділені на кількість предметів (всього 12 предметів). Зв'язків креативності з успішністю не виявлено.

Це свідчить про те, що і конвергентне та дивергентне мислення мають однакову цінність для освіти.

В розряд школярів, що слабо встигають, потрапляють і школярі з високим показником розумового розвитку. Однією з основних причин такого стану справ є відсутність мотивації до навчання. Однак люди з інтелектом нижче середнього ніколи не входять до числа тих, хто добре встигає. Навченість є здатністю до набуття знань, а креативність (загальна творча здатність) – здатністю до перетворення знань, з ним пов'язана уява, фантазія, породження гіпотез тощо.

Хоча успіхи у навчанні у обдарованих дітей, як правило, вищі, ніж у їх менш здібних однокласників, серед обдарованих трапляються випадки нижчої успішності, ніж можна було б очікувати виходячи з їх здібностей, так званої недостатньої успішності – *underachievement*. Важливий не так низький рівень успіхів (часто він цілком задовільний), а невідповідність високому рівню здібностей, причини тому можуть бути пов'язані з когнітивними та некогнітивними особливостями особистості [10].

Виникає питання: які співвідношення між продуктом творчості та креативністю? Ф. Баррон (Barron, 1988) вважає, відсутність такого продукту ще не є показником відсутності в людини креативності. З іншого боку, Т. Тардіф та Р. Стернберг (Tardif, Sternberg, 1988) вважають, що багато творчих продуктів

були створені не в результаті креативного процесу, або процесу, який є креативним не з точки зору митця, а через бачення інших людей.

На одній із конференцій з креативності (1966) точилася суперечка: чи є Едісон креативом, якщо його відкриття – результат планомірних пошуків? Більшість вчених вважають, що продукт свідчить про наявність креативності (Csikszentmichalyi, 1988; Simonton, 1988; Torrans, 1974; Walberg, 1988). Однак при цьому потрібно розробити критерії для того, щоб визнати такий продукт креативним.

Як один з таких критеріїв можливо розглядати комбінацію елементів, які не комбінувалися раніше (нестандартність). Однак тут виникає небезпека усунення сенсу понять, на яку вказував Торренс: здатність до творчості ототожнюється з нестандартністю, нестандартність – з оригінальністю, а остання – з винятковими відповідями у цій групі піддослідних.

Нестандартність – поняття ширше, ніж оригінальність. До проявів креативності (якщо користуватися критерієм нестандартності), вважає Торренс, можна віднести будь-яку девіацію: від акцентуацій до прояву аутичного мислення (Torrans, 1962) [9].

Другий передбачуваний критерій – свідомість. Вважається, що чим більше результат відповідає вимогам, тим більше він креативний. Такий критерій дозволяє розмежувати продуктивні творчі та непродуктивні дії. Головною операцією під час творчого процесу є операція порівняння (селективний інсайт за Девідсоном).

Таким чином, продукти творчості можна розділити на стереотипні, креативні та девіантні. Креативні продукти мають справляти сильне враження і бути генералізованими (Percins, 1988; Taylor, 1988), економними (Barron, 1988; Percins, 1988; Simonton, 1988), викликати незворотні зміни в людському досвіді (Feldman, 1988; Gardner), або трансформації (Barron, 1988; Gruber, 1988; Taylor, 1988), бути цінними або використовуватися соціумом або представниками тієї сфери, в якій вони були створені (Amabile, 1982; Amabile, Hennessy, 1988).

У галузі наукових знань та у вирішенні проблем виділяються такі критерії креативного продукту:

- він має бути сензитивним до проблем у існуючих знаннях (Gruber, 1988; Torrance, 1988);
- переходити міждисциплінарні кордони, оскільки вони складні для категоризації (Taylor, 1988; Weisberg, 1988);
- бути несподіваним і відповідати поставленому завданню (Amabile, 1982; Amabile, Hennessy, 1988; Simonton, 1988);
- бути складним і спочатку не сформованим, синтезуючи прикордонні області знань (Gruber, 1988; Torrance, 1988) [9].

Слід зазначити, що не всякий продукт може розцінюватися як креативний, незважаючи на те, що він створений за допомогою креативного процесу. Уявімо, наприклад, що в якійсь глибинці сучасна людина, схильна до техніки, за своїм незнанням винайшла велосипед. Креативна діяльність очевидна, а її продукт не буде сприйнятий цивілізованим суспільством як незвичайний, нестандартний. Втім, «винахід велосипеда», «відкриття Америки» зустрічаються не так рідко.

Творчі можливості людини є синонімом її здібностей до навчання і рідко відбиваються в тестах інтелекту. Навпаки, творчість стимулюється не так критичним ставленням до нових ідей з погляду наявного знання, як сприйнятливістю до нового знання, що ламає стереотипи старого.

Нещодавно в психології творчості стало розвиватися поняття про новий конструкт – емоційну креативність. На відміну від класичних творчих здібностей, вона знаходиться на рівні емоційно забарвленого матеріалу, тобто у загальному уявленні, і формує нові думки та ідеї щодо емоційних явищ.

Поява поняття «емоційна креативність» у психології пов'язана з логікою розвитку двох незалежних підходів. У сфері психології емоцій поняття емоційної креативності зароджується як закономірний і логічно необхідний наслідок конструктивістського погляду на емоції. У соціально-

конструктивістській теорії емоцій J. Averill ключовим є поняття «емоційний синдром».

Емоції, згідно з J. Averill, не є біологічно запрограмованими реакціями, а конструюються соціумом, і очевидно, що є хтось, хто відповідає за їх створення.

Здатність впливати на структуру та зміст емоційних синдромів і називається емоційною креативністю [5].

Продовжуючи розглядати емоційну креативність у двох аспектах: у широкому значенні слова, як дивергентне відчуття, у цьому аспекті вона входить до складу всіх компонентів емоційної сфери, та у вузькому значенні слова як здатність; зазначається, що структура емоційної креативності у сенсі слова відбиває структуру емоційної сфери й пов'язана з дивергентним відчуттям, що є однією з характеристик власне емоцій, почуттів та емоційних рис особистості.

У вузькому значенні емоційна креативність є здатністю, яка пов'язана з діяльністю та є основою для артистичних здібностей. У структуру емоційної креативності, як можливості, включаються: емоційна продуктивність (швидкість емоцій), гнучкість емоційних переживань, оригінальність емоцій та їхня розробленість.

Інша сфера, в якій виникнення визначення емоційної креативності практично неминуче, – це когнітивна психологія. Дослідження розумових та креативних процесів з часу походження психології як науки займає у ній одне з головних місць.

Визначити, що таке емоційна креативність, можна лише разом із відповіддю на запитання, що таке особистість. Відповідно до теорії С. Л. Рубінштейна, передусім, особистість є суб'єктом свого життя, тобто її творцем [1,4].

Виходячи з цього принципу, особистість слід розглядати як активну цілісну систему, за визначенням здатну до творчості, як у відношенні до самої себе, так і у відношенні всього світу та інших людей. Таким чином, виходить,

що будь-яка особистість тією чи іншою мірою креативна. Властивість креативності це інтегральна складова, пов'язана з дивергентним мисленням, у центрі якої – положення про емоційний синдром.

Цей термін означав почуття, які були продуктами творчої динаміки. Метою творчості, метою мистецтва є народження емоцій. Почуття та емоції автора в ході креативної дії перетворюються на твори мистецтва, які теж провокують емоції публіки, слухачів, читачів. Емоційні синдроми (emotional syndromes), по суті, є організованими патернами реакцій, які зазвичай називають такими термінами як радість, горе, гнів, любов тощо [3]. Завдання мистецтва генерувати нові емоційні синдроми, щоб викликати сильніші емоції.

У вітчизняній психології інтерес до теми емоційної креативності проявляється через ідею виділення «емоційної» творчої здібності висунута за аналогією з традиційним для психології індивідуальних відмінностей диференціюванням здібностей за операціями та змістом. Дихотомії «інтелект – креативність», «предметний – емоційний зміст» задають двовимірний простір локалізації відповідних конструктів у номологічній мережі [3].

Зрозуміло, що будь-які теорії неспроможні без експериментального обґрунтування конструкту та використання вимірювальних процедур. У нашій країні, як і за кордоном розроблений підхід до тестової операціоналізації емоційної креативності, що дозволяє виділити специфічну спрямованість – порівнювати емоційну креативність з дивергентним мисленням. Тестові методики на емоційну креативність мають на увазі вербальне формування великої кількості рішень до емоційних завдань різного роду.

Згідно з аналогією із субтестом «Наслідки» тесту Е. Р. Torrance, J. Averill розробив діагностичну методику «Емоційні наслідки», в якій досліджуванам потрібно представити максимальну кількість різноманітних наслідків вигаданих ситуацій, що стосуються емоційних переживань [5].

Або ж потрібно вигадати максимум пояснень, чому емоційне хвилювання, здавалося б, що не вписується в ситуацію, може бути прийнятним

у ній («вранці ви виходите з дому і бачите, що ваша машина подряпана, але при цьому ви відчуваєте радість »).

У тесті досліджуваний стикається з правдоподібною життєвою ситуацією і йому також необхідно запропонувати варіанти альтернативної поведінки в ній («придумайте, як можна налаштувати себе на успішну співбесіду при прийомі на роботу»). Емоційна креативність скрізь зводиться до словесної ідейної продуктивності у завданнях із вигаданими, феноменальними та реалістичними ситуаціями, що стосуються емоційних переживань.

Актуальність дослідження феномена емоційної креативності у дітей зумовлена сучасними умовами їх розвитку. Так реалії інформаційного та цифрового середовища, стрибкоподібне збільшення обсягу різних гаджетів у користуванні у дітей раннього віку, їх надмірне захоплення соціальними мережами та інтернетом призводять до серйозних змін не лише у сфері інтелектуально-когнітивного, але емоційно-особистісного розвитку [2].

Превалювання в сучасному суспільстві цінностей раціоналізму, прагматизму та утилітаризму, «релігії речей», а також використання інформаційно-цифрових технологій у рекламній індустрії все більше підпорядковують сучасних людей, і в першу чергу дітей, законам споживчого суспільства, витісняючи моральні цінності, емоції, почуття, живе спілкування.

Протистояти цьому, з нашого погляду, можна й треба зокрема за допомогою розвитку емоційної сфери особистості сучасної людини, причому не лише у аспекті нарощування емоційного інтелекту, але насамперед емоційної креативності.

Оскільки перший – функціонально спрямований на адекватність вирішення завдань емоційного спілкування в стандартних комунікативних ситуаціях, а остання, маючи спрямованість на породження та реалізацію нескінченно різноманітних почуттів та емоцій, може, повинна і буде, на наш погляд, залишатися прерогативою та перевагою людини над машинами, як завгодно складними.

Адже розробка на базі людиноподібних роботів цифрових програм та алгоритмів з елементами штучного інтелекту, здатних розпізнавати та імітувати емоційні реакції людини, вже успішно здійснюється.

Дане розуміння відмінності емоційної креативності та емоційного інтелекту служить онтологічною та аксіологічною основою для побудови психолого-педагогічних досліджень на ідеях рефлексивно-гуманістичної психології та педагогіки співтворчості.

На його думку Дж. Ейврілла, емоційна креативність – це здатність видозмінювати структуру та зміст емоційних синдромів, які є організованими патернами реакції (гнів, любов, горе тощо), і виступають продуктом творчої активності [5].

Процес породження нових емоційних синдромів Дж. Ейвріл, умовно розділив на три етапи:

- на першому – розвиток емоційної креативності характеризується незвичайним вираженням та переживанням емоцій у рамках вже існуючих емоційних синдромів;
- другий – розвитку емоційної креативності властива видозміна стандартних емоцій;
- третій – найвищий прояв розвитку емоційної креативності зумовлений створенням нових форм емоцій [5].

Таким чином, емоційна креативність – це здатність, властива більшості людей, але «породжена певними зусиллями та передбачливістю».

Аналіз вітчизняної психолого-педагогічної літератури свідчить про те, що у науці нині є різні думки щодо поняття «емоційна креативність».

Групи вчених у своїх дослідженнях співвідносять емоційну креативність із емоційним інтелектом; розглядають емоційну креативність як частину емоційної обдарованості. Деякі вбачають в емоційній креативності процес прояву людської індивідуальності та як складову соціальної креативності, разом із науковою та мистецькою [1].

У моделі співвідношення інтелектуальних і творчих здібностей, виділяють емоційну креативність як формат переробки емоційної інформації, як здатність вирішення нестандартних завдань з емоційним змістом [3].

У зв'язку з відсутністю загальноприйнятого концептуального тлумачення емоційної креативності нам видається важливим підійти до визначення змісту її релевантного поняття на основі окреслення повнішої її феноменології, насамперед у генетичному аспекті. Крім того, необхідно пояснення джерел її виникнення та розвитку, а також її властивостей та індивідуальних особливостей прояву у дитячому віці.

Саме це, на наш погляд, дозволить підійти до вирішення проблеми створення та використання адекватних психолого-педагогічних та методичних засобів розвитку емоційної креативності, починаючи з раннього дошкільного дитинства. Опорною концепцією на вирішення цих завдань стала культурно-історична теорія розвитку психіки Л.С. Виготського [4].

Виходячи з цього концептуального посилу, витoki виникнення та розвитку емоційної креативності як вищої психічної функції можна побудувати за чотирма ступенями розвитку.

Перший ступінь відповідає інстинкту, чи вродженому, спадковому фонду способів поведінки, зокрема емоційному. Даний щабель займає система драйвів, наприклад: голод, спрага, та інші психофізіологічні потреби новонародженого, що виявляються головним чином у плачі та криках.

Перші емоції, які відчуває дитина відразу після народження, – це емоції негативної якості, пов'язані з тим чи іншим ступенем дискомфорту новонародженого, виконують захисну функцію. Позитивні емоційні реакції викликають враження, пов'язані насамперед із присутністю дорослого (насамперед матері) у полі зору дитини (комплекс пожвавлення), який починає формуватися вже у дитинстві.

Другий ступінь – це ступінь емоційного зараження та неусвідомленого наслідування соціальним емоційним реакціям дорослого. Опанування тим чи

іншим процесом поведінки у дитини будується на зразок того, як дорослий емоційно керує ним.

Третій ступінь – ступінь емоційних реакцій, опосередкованих мовою і характеризується процесом інтеріоризації знаково-символічних засобів ідентифікації дитиною емоційних сигналів особистості і тіла інших (оточуючих), що забезпечує формування механізмів емпатії і можливістю усвідомлення того, що відбувається зовні (у соціальній формі), а потім активізується всередині.

Дитина на цьому щаблі набуває здатність ідентифікувати, безпомилково називати та усвідомлювати свої емоції.

Четвертим щаблем розвитку емоційної креативності є оволодіння власною поведінкою через оволодіння своїми почуттями, переживаннями та емоціями. Не опанувавши механізми саморегуляції своїх емоційних станів, не зробивши їх такими що рефлексуються, людині неможливо подолати стереотипність своїх неусвідомлених і стихійно виникаючих емоційних реакцій у тих чи інших ситуаціях [3].

Тим самим людина, не дійшовши до цієї стадії розвитку емоційної сфери, позбавляє себе можливості не просто підпадати під владу будь-яких стихійно виникаючих емоцій, але усвідомлено керувати своїми переживаннями, а відповідно і своєю поведінкою, а також ефективно і доцільно будувати відносини з оточуючими людьми.

Ми вважаємо, що найвищою стадією розвитку емоційної креативності є: рефлексивне регулювання емоцій, натхнення, патерни поведінки, а також талановите проживання та емоційна гра, творче перетворення людських почуттів та переживань, характерних для художніх форм та сфер діяльності: у літературі, музиці гуморі, сатирі та ін.

Саме у цих вищих формах прояву емоційної креативності людина здатна не лише сама проживати нові емоції, а й пробуджувати їх в інших людей.

Незважаючи на те, що найвищого ступеня зрілості емоційна креативність досягає тільки на останньому четвертому ступені розвитку її формування

починається на ранньому щаблі і може вдосконалюватися протягом усього людського життя.

На ранніх етапах становлення це проявляється у спробах дитини займатися емоційним фантазуванням та уявою, примірюванням до себе різних почуттів та переживань за рахунок ідентифікації з різними літературними, анімаційними чи кінематографічними героями, а також освоєння та ігрової імітації різноманітних соціальних ролей тощо.

З викладених вище теоретичних підстав можна визначити поняття «емоційна креативність». Відповідно до нього емоційна креативність – це соціально зумовлена і розвинута вища психічна функція, яка в кожній людині може бути сформована різною мірою і може виявлятися у різних формах.

Таке розуміння емоційної креативності дозволяє припустити, що деякі люди здатні переважно до усвідомлення емоцій, інші – до прояву емпатії, для третіх характерний більш високий рівень емоційної креативності, що проявляється в регуляції емоцій, проживання та їх видозміни.

Виходячи з такого розуміння емоційної креативності можна виділити три рівні її розвитку:

- низький рівень характерний для людей, здатних до розуміння, усвідомлення, розпізнавання емоцій у себе та інших, здатність до емпатії;
- середній рівень, зумовлений здатністю керувати емоціями, тобто здатністю до афективного самоконтролю, до відтворення, проживання та видозміни своїх емоційних реакцій;
- високий рівень, властивий людям, здатним створювати нові, оригінальні емоції в себе та інших.

Для пояснення системного взаємозв'язку генетичних, функціональних та структурних аспектів того чи іншого психічного креативного процесу, ми можемо намітити три етапи у розвитку емоційної креативності:

- перший пов'язаний із формуванням психічних механізмів розпізнавання та розуміння незвичайних емоцій у себе та інших (ідентифікація емоцій);

- другий етап характеризується формуванням здатності відтворювати емоції інших та керувати своїми емоціями;
- останній – передбачає розвиток спроможності пробудження нових емоцій в себе та в інших.

Саме на третьому етапі емоційна креативність виявляє повною мірою свій творчий потенціал та продуктивність.

Отже, під час теоретичного аналізу різних психологічних праць, поняття «емоційна креативність», введене Дж. Ейвріллом, є здатністю переживати і виражати нові оригінальні емоції, здатністю перетворювати емоції, нами було суттєво і розширено, а також побудовано як предмет психолого-педагогічного дослідження [5].

Емоційна креативність як такий предмет розуміється нами, як вища психічна функція людини, спрямована на ідентифікацію, усвідомлення, актуалізацію, управління, перетворення і породження нових оригінальних емоцій в себе та інших.

Висновки. На сьогоднішній день психологічна наука досягла значного прогресу в дослідженні креативності, про що свідчить велика кількість розроблених теоретичних підходів та емпіричних методик. Однак, складність інтерпретації різноманітних емпіричних результатів, що часто зумовлюється відмінностями у змінних, шкалах та методах оцінки, залишається актуальною проблемою. Це ускладнює узагальнення отриманих даних та формування цілісного розуміння феномену креативності.

Перспективним шляхом подолання цих труднощів ми вважаємо комплексний розгляд креативності, який передбачає інтеграцію даних, отриманих за допомогою різноманітних діагностичних інструментів, та їхній багатовимірний аналіз із застосуванням сучасних статистичних методів. Важливим елементом такого комплексного підходу є також урахування індивідуально-особистісних факторів, зокрема продуктивного вибору як здатності особистості до прийняття нестандартних та ефективних рішень, а

також рівня самосвідомості, що відображає усвідомлення власного творчого потенціалу та прагнення до його реалізації.

Теоретичним підґрунтям для можливості такого інтегративного аналізу виступає концепція єдності інтелекту та афекту, яка є ключовим положенням у рамках ширшої теорії єдиного інтелектуально-особистісного потенціалу людини. Ця концепція наголошує на нерозривному зв'язку між когнітивними та емоційними процесами у формуванні творчих здібностей особистості. Розуміння цієї взаємодії відкриває нові можливості для глибшого проникнення в психологічні механізми креативного мислення та поведінки, а також для розробки більш ефективних стратегій її розвитку.

Крім того, для більш глибокого розуміння феномену креативності необхідно враховувати її багаторівневу організацію. Розрізнення між «великою-К» (креативністю геніальних особистостей, що призводить до епохальних досягнень) та «малою-К» (креативністю у повсякденному житті) є важливим для диференційованого підходу до її дослідження та розвитку. Додатково виділені рівні «міні-К» (оригінальність на особистісному рівні) та «професійна-К» (творчість у рамках професійної діяльності без досягнення виняткового визнання) дозволяють більш детально аналізувати прояви креативності в різних контекстах.

Практична цінність представленого комплексного підходу полягає у можливості розробки більш об'єктивних та валідних методів діагностики креативності, що враховують її багатовимірність та контекстуальність. Отримані результати можуть бути використані для оптимізації освітніх програм, спрямованих на розвиток творчого мислення у дітей та дорослих, для вдосконалення процесів управління та інновацій у бізнесі, а також для підтримки творчої самореалізації особистості в різних сферах життя. Поглиблене розуміння взаємозв'язку між інтелектуальними, емоційними та особистісними факторами креативності відкриває нові перспективи для цілеспрямованого формування творчого потенціалу як на індивідуальному, так і на організаційному рівнях.

Список використаних джерел:

1. Антонова О. Є. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки. *Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: [монографія]*. Житомир: Вид-во ім. І. Франка, 2012. С.14-41.
2. Герасимова І. В. Вплив креативності на рівень досягнень особистості. *Розвиток креативності як ресурсу інноваційного потенціалу особистості: психолого-педагогічні аспекти. Збірник матеріалів всеукраїнської науково-методичної конференції з міжнародною участю. Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» Південноукраїнський центр професійного розвитку керівників та фахівців соціономічної сфери. 2025. С.78-80.*
3. Герасимова Н. Є. Творчість як показник креативності особистості. *Розвиток креативності як ресурсу інноваційного потенціалу особистості: психолого-педагогічні аспекти. Збірник матеріалів всеукраїнської науково-методичної конференції з міжнародною участю. Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» Південноукраїнський центр професійного розвитку керівників та фахівців соціономічної сфери. 2025. С.81-83.*
4. Лучанська В. Проблема креативності в сучасній психології. *Соціальна психологія. 2007. № 3. С. 154-161.*
5. Averill J. R. Emotions as mediators and as products of creative activity. *Creativity across domains: Face of muse. N.Y., 2005.*
6. Maslow A. H. Creativity in self-actualising people // H. H. Anderson (ed.). *Creativity and its cultivation. NY. Harper. 1959.*
7. Rogers C. R. Towards a theory of creativity // P. E. Vernon (ed.). *Creativity, L. 1972.*
8. Taylor C. W. Cultivating multiple creative talents in students // *Journal for the Education of the Gifted. 1985. V. 8. P. 187-198.*
9. Torrance E. *The Search for Satori and Creativity. Buffalo; New York: Creative Education Foundation, 1979. P. 259-271.*

10. Schaeffer P. Treatise on Musical Objects: An Essay across Disciplines / trans. by Ch. North and J. Dack. Oakland, California: University of California Press, 2017. 561 p.