

**ДЕПАРТАМЕНТ ОСВІТИ І НАУКИ ОДЕСЬКОЇ
ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ
КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ОДЕСЬКА АКАДЕМІЯ
НЕПЕРЕРВНОЇ ОСВІТИ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ»
Кафедра педагогіки та освітнього менеджменту**

**Кваліфікаційна робота
РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТАРШИХ ПІДЛІТКІВ
ЗАСОБАМИ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
DEVELOPMENT OF SOCIAL CREATIVITY OF OLDER TEENAGERS
USING TRAINING TECHNOLOGIES**

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»

Виконала: здобувачка вищої освіти
другого (магістерського) рівня
спеціальності 011 Освітні, педагогічні
науки
освітньо-професійної програми
Педагогіка середньої освіти
Курко Анастасія Сергіївна

Науковий керівник: доктор
педагогічних наук, професор
Ягоднікова Вікторія Вікторівна

Рецензент:

Рекомендовано до захисту:
протокол засідання кафедри педагогіки
та освітнього менеджменту
№ від
Завідувач кафедри

Захищено на засіданні ЕК
протокол № від
Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)
Голова ЕК

Анотація

Актуальність дослідження проблеми розвитку соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій обумовлюється сучасними викликами, що постали перед українським суспільством і освітою зокрема. У кваліфікаційній роботі здійснений теоретичний аналіз ключових понять «креативність» та «соціальна креативність», розкрито сутність досліджуваного феномену, виявлено особливості розвитку соціальної креативності старших підлітків, обґрунтовано потенціал тренінгових технологій у розвитку соціальної креативності старших підлітків. За допомогою обраного діагностичного інструментарію здійснене емпіричне дослідження стану розвитку соціальної креативності старших підлітків.

На основі одержаних результатів дослідження надані методичні рекомендації щодо розвитку соціальної креативності старших підлітків, що складаються з опису найбільш ефективних методів та технологій та розробленого тренінгу для досягнення мети розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Ключові слова: креативність, соціальна креативність, старші підлітки, учні, тренінг, тренінгові технології.

SUMMARY

The relevance of the study of the problem of the development of social creativity of older teenagers by means of training technologies is determined by the modern challenges faced by Ukrainian society and education in particular. In the qualification work, a theoretical analysis of the key concepts «creativity» and «social creativity» was carried out, the essence of the studied phenomenon was revealed, the features of the development of social creativity of older teenagers were revealed, and the potential of training technologies in the development of social creativity of older teenagers was substantiated. With the help of the selected

diagnostic tools, an empirical study of the state of development of social creativity of older teenagers was carried out.

Methodological recommendations for the development of social creativity of older teenagers are provided on the basis of the research results, consisting of a description of the most effective methods and technologies for achieving the goal of social creativity development and the developed training.

Key words: creativity, social creativity, older teenagers, students, training, training technologies.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТАРШИХ ПІДЛІТКІВ ЗАСОБАМИ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	8
1.1. Аналіз поняття «соціальна креативність» у психолого-педагогічній літературі.....	8
1.2. Особливості розвитку соціальної креативності старших підлітків.....	17
1.3. Особливості застосування тренінгових технологій у процесі розвитку соціальної креативності старших підлітків	21
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТАРШИХ ПІДЛІТКІВ	29
2.1. Діагностичний інструментарій емпіричного дослідження соціальної креативності старших підлітків	29
2.2. Організація і хід проведення емпіричного дослідження.....	37
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	42
3.1. Аналіз результатів емпіричного дослідження.....	42
3.2. Методичні рекомендації щодо застосування тренінгових технологій з розвитку соціальної креативності старших підлітків.....	47
Висновки до розділу 3.....	57
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Повномасштабна війна росії в Україні спричинила стрімку трансформацію сучасного суспільства та стосунків між людьми. Вимушена міграція українців закордон і в межах країни, тимчасове переміщення, а також повернення людей до місць проживання актуалізували проблему адаптації особистості до нових умов, будування нових стосунків, налагодження взаємодії у новому соціальному середовищі. Ці проблеми не обійшли і тих, хто залишився у своїх домівках. Надзвичайно гостро вони виявляються у старших підлітків, оскільки для них міжособистісне спілкування набуває важливого значення. Зважаючи на те, що адаптивний потенціал особистості, комунікативні якості, здатність до неконфліктного розв'язання проблем та інтеграції у суспільство, встановлювати контакти і будувати стосунки з людьми та продуктивно взаємодіяти тісно пов'язані з розвитком соціальної креативності, актуалізується проблема розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Освіта, як одна з сфер соціального життя, відіграє важливішу роль у формуванні, розвитку та становленні сучасної особистості. Тому, застосування активних методів навчання і виховання, зокрема тренінгових технологій як ефективних методик у розвитку соціальної креативності старших підлітків є актуальною проблемою сучасного закладу освіти.

Загальні основи креативності висвітлено в наукових дослідженнях зарубіжних (А. Адлер, П. Джаксон, Дж. Гілфорд, Р. Стенберг, Д. Тейлор, Е. Торренс, К. Юнг) та вітчизняних учених (А. Алексюк, І. Гриненко, Р. Гуревич, О. Дунаєва, І. Зязюн, Н. Кічук, О. Куцевол, С. Литвиненко, А. Матюшкін, В. Моляко, О. Пономарьов, С. Сисоєва, Л. Тимків, Г. Халюшова та ін.).

Різні аспекти соціальної креативності як здібності до творчості у соціальному контексті, в сучасній психології і педагогіки розглядається в

працях Н. Антюхової, Р. Белоусової, К. Єрмоленко, М. Саврасова, О. Саннікової, Н. Скакун та ін.

Незважаючи на чисельні дослідження і вагомий вклад у розв'язання означеної проблеми, до тепер не достатньо дослідженою залишається проблема соціальної креативності старших підлітків та визначення педагогічних засобів її розвитку. Це обумовило вибір теми кваліфікаційної роботи «Розвиток соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій».

Об'єкт дослідження – соціальна креативність старших підлітків.

Предмет дослідження – розвиток соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій.

Мета дослідження – на основі аналізу проблеми соціальної креативності старших підлітків розробити методичні рекомендації щодо розвитку соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій.

У відповідності з метою роботи, визначено наступні **завдання**:

1. Проаналізувати проблему соціальної креативності у психолого-педагогічній літературі.
2. Виявити особливості розвитку соціальної креативності старших підлітків
3. Обґрунтувати потенціал тренінгових технологій у розвитку соціальної креативності старших підлітків.
4. Провести емпіричне дослідження стану розвитку соціальної креативності старших підлітків.
5. Надати методичні рекомендації щодо застосування тренінгових технологій з розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Методи дослідження: теоретичний аналіз наукової літератури, присвяченій досліджуваній проблемі, анкетування, опитувальник креативності Д. Джонсона, методика для оцінки соціальної креативності

К. Мушіро та А. Бернуссі, діагностика вербальної креативності (Методика RAT С. Мідника).

База дослідження. У дослідженні взяли участь 54 учня 9-11 класів Троїцького ліцею Ясківської сільської ради Одеського району Одеської області.

Теоретична значущість кваліфікаційної роботи полягає в узагальненні теоретичних засад розвитку соціальної креативності старших підлітків, обґрунтуванні потенціалу тренінгових технологій у розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Практична значущість роботи полягає у розробці методичних рекомендацій щодо розвитку соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій, які можуть бути використані педагогами, зокрема вчителями, класними керівниками, соціальними педагогами, педагогами організаторами, вихователями загальноосвітніх закладів середньої освіти.

Апробація результатів дослідження.

Курко А. С. Чинники розвитку креативності учнів. VI Всеукраїнська науково-педагогічна конференція. Педагогічна наука і освіта у сучасному вимірі: проблеми та перспективи розвитку: Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції (20 травня 2022р.) / за заг. ред. В. В. Ягоднікової. – Одеса: видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2022. С.240-242.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури з 61 використаного джерела, 1 таблиці, 4 рисунків, 3 додатка. Загальний обсяг роботи складає 74 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ ЗАСОБАМИ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Аналіз поняття «соціальна креативність» у психолого-педагогічній літературі

Розуміння суті феномену соціальної креативності є питанням, якому належить безліч суперечних філософських, психологічних і педагогічних теорій, ідей і концепцій. Не претендуючи на повноту викладу цього питання, розглянемо деякі теоретичні аспекти, які є найбільш важливими для розуміння цього феномену в контексті нашого дослідження. Зупинимось спочатку на понятті «креативність».

Етимологічні розвідки поняття «креативність» засвідчили, що слово «креатив» походить з англійської «creative» – творчий, той, що створюється.

У Великому тлумачному словнику української мови ця дефініція визначається як творча, спрямована на створення, новаторська діяльність. Креативний – «здатний до вироблення нових, оригінальних ідей та їх втілення, спрямований на творчість» [7, с. 514]. Тобто креативність пов'язана з творчістю.

У площині філософії феномен «креативність» також тісно пов'язується з творчістю, більш того визначається як творче першоджерело, здатність до творчого мислення, певна діяльність, яка на основі об'єктивних законів реальної дійсності перетворює природний і соціальний світ відповідно до цілей і потреб людини [44, с. 317].

У соціології дослідники розглядають креативність як соціокультурний феномен, наголошуючи на тому, що суспільний прогрес відбувається на основі креативності, саме вона сприяє розвитку його різних аспектів, зокрема

філософських, наукових, соціальних, культурологічних, психологічних, а також педагогічних.

К. Ніколенко у дослідженні ролі креативності як чинника соціальних змін, наголошує, що у сучасному соціально-філософському дискурсі креативність розглядається як «соціально-значущий феномен і вид активності соціальних суб'єктів, як чинник перетворення соціальної дійсності і складник людського капіталу, як детермінанта формування ціннісних орієнтацій особистості та засіб її самовираження і самоствердження в соціальному діалозі, що загалом закладає підвалини для інтегративної взаємодії в усіх сферах функціонування суспільства» [25, с. 166]. Тобто дослідниця тлумачить креативність з двох позицій: як феномен і результат, який підтримується або відхиляється в суспільстві. Провідну роль цього феномену вчена вбачає у сприйнятті особистістю себе та гармонізації соціокультурних зв'язків у соціумі. Втім суть креативності виявляється у продукуванні креативних універсально-культурних цінностей [25, с. 180]. Таким чином, у соціологічних дослідженнях креативність є соціокультурним феноменом, що утворює основу соціального прогресу.

У психології креативність тлумачиться як «рівень творчої обдарованості, прояву здібностей до творчості, що виявляються у мисленні, спілкуванні, окремих видах діяльності та є відносно стійкою характеристикою особистості» [33, с. 181].

Варто зазначити, що термін «креативність» увійшов в обіг психології та педагогіки завдяки працям Дж. Гілфорда, що сприяло появи нового напрямку у психології – психологія креативності [50, с. 17]. Фундатор наукових розвідок проблеми креативності співвідносив це поняття з дивергентним мисленням та визначав його як універсальну пізнавальну творчу здібність [48].

Креативність як творчі інтелектуальні здібності розглядав Ф. Баррон. Дослідник акцентував увагу на здатності привносити дещо нове у досвід [49]. М. Валлах конкретизував цю здатність як таку, що генерує оригінальні ідеї

для розв'язання та постановки нових проблем [61]. Проте С. Тейлор розширив розуміння креативності до сукупності різних здібностей, виділив п'ятдесят два критерії обдарованості і наголошував на тому, що кожна з них може бути представлена певною мірою [60].

На основі здійсненого аналізу феномену креативності у контексті психолого-педагогічних досліджень С. Дімітрова-Бурлаєнко виокремила три групи з визначення цієї дефініції [13].

До першої групи дослідницею віднесено визначення, які акцентуються на когнітивної природі креативності (Т. Сімон, Ч. Спірмен, Дж. Гілфорд, Ф. Гальтон, Е. Торренс та ін.).

Так, Дж. Гілфорд співвідносить креативність з дивергентним мисленням і трактує її як здатність відмовлятися від стереотипних способів мислення [50]. Дивергентний (від лат. *Divergentis* – той, що розходить у різні сторони) альтернативне мислення, спрямоване на розв'язання задач, що мають багато правильних відповідей і нестандартних оригінальних рішень [9].

Учений виділив спочатку чотири параметри креативності: здатність до виявлення і постановки проблем; здатність до генерування великої кількості ідей; гнучкість, тобто породжувати різноманітні ідеї; оригінальність як спроможність продукувати віддалені асоціації, незвичні відповіді, відповідати на подразники нестандартно. А згодом додав ще два: здатність удосконалити об'єкт, додаючи деталі та уміння вирішувати проблеми, тобто здатність до аналізу і синтезу [59].

Цінними для розуміння природи креативності є дослідження Е. Торренса. Дослідник розглядав креативність як здатність усвідомлювати пробіли і суперечності, формулювати гіпотези за відсутністю певних елементів ситуації та як процес, що пов'язаний з вирішенням проблем, а саме: появи чутливості до проблем, дефіциту знань, їх невідповідності, дисгармонії та ін.; фіксації цих проблем; пошуку рішень даних проблем,

висунення гіпотез; перевірка, корекція, повторна перевірка висунутої гіпотези; формулювання результату [55].

Другу групу складають визначення, які акцентують увагу на особистісному аспекті креативності і розглядають цей феномен через здібності, особистісний потенціал та само актуалізацію особистості (У. Дафф, Е. Тулуз, А. Маслоу, К. Роджерс та ін.), Так, А. Маслоу вважає, що креативність є свободою, спонтанністю, само прийняттям та іншими рисами, які забезпечують особистості повно реалізувати свій потенціал і пов'язує її з особистісними рисами: прийняття себе, свобода духу. Учений розглядає креативність як одну з важливих характеристик само актуалізації, якість, яка може проявляється у різних життєвих завданнях. Втім, як вроджена якість може втрачатися під впливом середовища [21]. Однак на креативну поведінку особистості впливають мотивація, цінності, особистісні риси.

Український учений В. Моляко здійснюючи студіювання творчої праці, трактує креативність як здібність, що відображає не просто можливість людей створювати оригінальні цінності, приймати нестандартні рішення, а її глибинну. Розкриваючи сутність креативності дослідник ознаками креативності називає: оригінальність, евристичність, фантазію, активність, сконцентрованість, чіткість, чуттєвість [22, с. 25]. За результатами досліджень В. Моляко приходять до висновку, що такі якості як прагнення до оригінальності, до нового, заперечення звичного, а також високий рівень знань, умінь аналізувати явища, порівнювати їх, стійкий інтерес до певної роботи, швидке та легке засвоєння теоретичних і практичних знань у цій галузі, систематичність і самостійність у роботі характеризують креативну особистість [23, с. 26–31].

Подібної наукової позиції дотримується і В. Антонішина, яка не конкретизуючи особистісні якості креативності, акцентує увагу на тому, що вони ґрунтуються на потенційних можливостях індивіда [1].

До третьої групи віднесено визначення, в яких дослідники (Ф. Баррон, Т. Любарт, Д. МакКіннон, Р. Стернберг та ін.) базуючись на соціальній природі креативності, визначають детермінанти середовища, що впливають як на формування і розвиток креативності, так і на її виявлення [48]. Наприклад, Р. Стернберг вважає, що креативність є здатністю створювати оригінальний, незвичайний продукт, котрий відповідає потребам навколишньої дійсності [57]. А Т. Любарт вбачає цей феномен результатом конвергенції когнітивних, конативних і середовищних факторів [53].

За висновками досліджень креативності у зарубіжній психології Ф. Баррон узагальнив уявлення про цей феномен, зокрема:

- креативність є здатністю до адаптивного реагування на потребу нових підходів і продуктів;
- від особистості творця та його внутрішньої мотивації залежить створення нового творчого продукту;
- специфічними властивостями креативного процесу, креативного продукту та креативності особистості є їх оригінальність, спроможність, валідність, адекватність завданню, а також придатність естетичною, екологічною, оптимальною за формою, правильною і оригінальною на певний момент;
- креативні продукти можуть бути різні за природою, а саме: нове рішення проблеми в математиці чи соціальних проблем, відкриття хімічного процесу, створення музики, картини чи поеми, нової філософської або релігійної системи, інновація в юриспруденції тощо [49, с. 451].

Принциповим для нашого дослідження є висновки В. Павленко, яка на основі аналізу теоретичних досліджень розвитку креативності особистості довела, що креативність є не тільки психологічним, але й педагогічним явищем, вона розглядається характеристикою особистості і визначається не лише здатністю до творчості, але і комплексом інших властивостей особистості. Саме в площині педагогіки досліджуються механізми, які

сприяють розвитку креативності, а також залежить активність особистості й результативність [30].

У довідковій педагогічній літературі креативність тлумачиться як творчі можливості чи здібності людини, які виявляються у мисленні, почуттях, спілкуванні, окремих видах діяльності, а також характеризують особистість загалом чи її окремі сторони, продукти діяльності та процес їх створення. Разом з тим, в педагогіці акцентується увага на тому, що креативність визначається як критичним ставленням до нового з точки зору існуючого досвіду, так і сприйнятливістю до нових ідей [31].

В Енциклопедії освіти креативність визначається як творчий дух, творчий потенціал індивіда, його творчі здібності, що виявляються не тільки в оригінальних продуктах діяльності, а й у мисленні, почуттях і спілкуванні з іншими людьми [15, с. 492-493]. З точки зору педагогіки креативність вважається відносно самостійним чинником обдарованості. Проте, креативність дитини залежить не тільки від її особистісних якостей, а й від умов виховання в сім'ї та навчання.

Отже, креативність у педагогіці співвідноситься з творчістю і розглядається як важливіший чинник обдарованості [2]. Варто зазначити, що творчість і креативність в наукових джерелах розглядаються як тотожні поняття, але такі, які мають певні відмінності у значенні. Такі відмінності, як відмічає В. Павленко, виявляються у тому, що натхнення автора і його здібності складають основу творчого процесу, а прагматизм і корисність продукту є основою креативності. Під креативністю дослідниця розуміє загальну здатність людини до інновацій та творчості у різних сферах її діяльності та акцентує увагу на тому, що «креативність – це не лише здатність створювати щось нове, але це здатність створювати щось нове з певною метою» [30].

За висновками С. Сисоевої, креативність має інтегративний характер, що виявляється у об'єктивних перспективах творчого розвитку та забезпечує функціонування актуальної зони творчої діяльності людини. Креативність, на

думку дослідниці, виявляється у різній мірі в різних видах діяльності. Обумовлюється це відмінністю засобів реалізації, джерелом походження, рівнем усвідомлення та її стійкістю. Як фактор інноваційно-творчої діяльності креативність забезпечує творче її виконання. Отже, дослідниця розглядає креативність як фундамент творчої особистості, «детермінантою якої виступає творча активність індивіда» [40, с. 245].

Креативність, за К. Ніколаєнко, є основою для самоактуалізації та творчої діяльності особистості в різних видах життєдіяльності. Вона виступає ядром, що зумовлює творчу активність людини взагалі, підштовхує до нових досягнень і пошуків. Креативний процес як фактор самовираження і самоствердження людини, зауважує дослідниця, виступає компонентом будь-якої творчої діяльності, це здатність реалізувати свій творчий потенціал, можливість використовувати необхідні засоби [25, с. 58].

Узагальнюючи існуючи різноманітні наукові позиції природи креативності, ми приєднуємося до наукової позиції В. Ягоднікової, котра вважає, що креативність – це особистісна інтегративна риса особистості, яка визначає здатність до генерування нових та нестандартних ідей, проявляється у готовності змінюватися, відмовлятися від стереотипів, вона допомагає швидко знаходити оригінальні рішення складних проблем, відкритості до нового, інноваційного, проявляється у тому, що людина вкладає творчий підхід в усі види особистісної активності [46, с. 172].

У нашому дослідженні креативність розглядається як динамічний феномен, властивість особистості, яка може розвиватися, виявлятися у творчому процесі. Як здатність продукувати різні, оригінальні продукти та знаходити рішення у нестандартних ситуаціях креативність розвивається і реалізується в певних умовах середовища.

Аналіз феномену креативності дає підстави стверджувати, що креативність проявляється в різних сферах життєдіяльності людини, що дало можливість дослідникам визначити: інтелектуальну креативність (О. Антонова, Я. Василькевич, Дж. Гілфорд, І. Періг, С. Тейлор, Е. Торренс

та ін.), особистісну креативність (Ф. Баррон, Р. Белоусова, А. Маслоу, В. Павленко, О. Саннікова та ін.), професійну креативність (О. Артемчук, Н. Гоцуляк, Н. Дідик, О. Дунаєва, О. Лободата ін.), соціальну креативність (Т. Дуткевич, К. Єрмоленко, О. Поєзднік, М. Саврасов та ін.).

Соціальна креативність, як вважають дослідники, є одним з типів креативності, що характеризується поєднанням, на основі основних адаптивних навичок, пізнання, відповідних дій та особистісних якостей особистості [53].

В контексті нашого дослідження найбільш цінними є висвітлені різні аспекти креативності у психолого-педагогічних доробках, зокрема проблеми соціальної природи креативності (Дж. Гелбрайт, П. Дракер, К. Ніколенко); особливостей комунікативної творчості (В. Моляко) і комунікативної креативності (Р. Белоусова, О. Саннікова); сутності поняття соціальної креативності (К. Александров, Т. Дуткевич, М. Саврасов).

Аналіз наукових джерел засвідчив, що соціальна креативність визначається як творчі здібності, які виникають у процесі соціальної взаємодії або соціальній діяльності. Це певні індивідуальні, особистісні характеристики, котрі сприяють вирішенню соціальних проблем оригінальними та унікальними способами відповідно до ситуації [55]. Науковці акцентують увагу на тому, що це здатність до висунення та вирішення різних соціальних проблем суспільного життя, вона забезпечує ефективні соціальні рішення. Соціальна креативність виявляється у сфері міжособистісної взаємодії, в нестандартному вирішенні соціальних завдань, проте вона властива тим особистостям, які є соціально адаптовані і відчують себе в соціальній взаємодії вільно, без ситуаційної напруги [23].

У дослідженні Х. Таджфель і Дж. Тернер соціальна креативність визначена як одна із стратегій, що використовується особистістю для звернення або збереження позитивної відмінності для груп чи соціальних категорій, з якими вона ідентифікує себе. На думку дослідників соціальна

креативність ґрунтується на переосмисленні або переозначенні міжгрупового порівняння у сприятливий спосіб [58].

Досліджуючи соціальну креативність у представників соціоекономічних спеціальностей Р. Семенова розглядає її як необхідний елемент професіограми таких фахівців, оскільки їх праця пов'язана з впливом на соціальні об'єкти тобто конкретних людей, групи, суспільну свідомість, з метою їх аналізу та ефективної зміни. Якості, що характеризують соціальну креативність можна діагностувати, як вважає дослідниця, на вищій стадії соціального та професійного зростання, оскільки на цьому рівні особистість на базі властивостей до соціальної адаптації, соціальної та професійної компетентності здатна перейти від репродуктивних до продуктивних та творчих форм взаємодії з соціальним середовищем [39].

Студіювання соціальної креативності В. Саврасова та К. Єрмоленко стали підставою виявлення сутності цього феномену, що на думку дослідників, розкривається в її структурі. Вона охоплює чинники низького рівню особистісної тривожності, агресивності, конфліктності, схильності до маніпулювання, експресивності та виражену силу «Я», гнучкості поглядів, схильності до незалежності; а також розвинену емпатію, легкість і емоційну стійкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, комунікативну компетентність [34]. Тобто в контексті нашого дослідження важливим є те, що соціальна креативність виявляється у комунікативних якостях, вмінні будувати продуктивні стосунки, інтегруватися у суспільстві, а також у рівні конфліктності.

Підтвердженням останнього є дослідження процесів профілактики та подолання міжособистісних конфліктів. Т. Дуткевич доведено, що важливим критерієм оцінювання сформованості у майбутніх педагогів творчого підходу до аналізу міжособистісних конфліктів забезпечує глибину розуміння сутності конфлікту, оригінальність і продуктивність пропозицій з його подолання. Показниками цього підходу до аналізу конфліктів визначено точність і глибину, оригінальність і продуктивність оцінок і пропозицій,

варіативність інтерпретацій чинників конфлікту, запропонованих прогнозів розгортання конфлікту, пропозицій щодо залагодження конфлікту з використанням стратегії співпраці, виграшу обох сторін [14].

У нашому дослідженні ми спираємось на трактування соціальної креативності, що запропоновано українськими дослідниками (К. Александров та М. Саврасов, Р. Белоусова та О. Санникова), які у тлумаченні цього поняття спираються на здатність особистості ефективно вирішувати нестандартні ситуації у сфері спілкування і стосунків. Тобто це здатність оперативно знаходити й ефективно застосовувати нестандартні, оригінальні творчі рішення ситуацій міжособистісної взаємодії [34, 35].

1.2 . Особливості розвитку соціальної креативності старших підлітків

Важливим періодом у розвитку креативності є підлітковий період, коли активно починає розвиватися творче креативне мислення, реалізується обдарованість особистості, її основні контури розвитку. Підлітковий період характеризується розвитком здатності до творчості у певній сфері діяльності тобто виникненням «спеціалізованої» креативності як доповнення і альтернатива «первинної», загальної креативності [42, с. 211].

Суголосну наукову позицію має і В. Павленко, яка стверджує, що підлітковий вік є унікальним через те, що в цей період активно формуються креативне мислення, креативна уява та креативна грамотність, котрі, на думку дослідниці, визначають складові креативності підлітків [29].

Успішний розвиток креативності учнів засвідчує досвід багатьох вітчизняних педагогів (О. Антонова, О. Дубасенюк, М. Карвовський, Я. Пономарьов та ін.).

Аналіз сучасних психолого-педагогічних джерел свідчить, що підлітковий вік є перехідним періодом між дитинством і юнацтвом, який визначає зміст і певну специфіку цього етапу онтогенезу. У віковій

періодизації не має єдиного підходу до визначення віку підлітків. Проте традиційна класифікація визначає підлітковим періодом розвитку індивіда від 10-11 до 14–16 років, втім старший підлітковий вік вважається 15-16 років, що відповідає 9-11 класам сучасної школи. Наукові розвідки (М. Алексєєва, В. Татенко, Н. Чепелева, З. Карпенко, О. Киричук та ін.) доводять, що особистість у підлітковому віці набуває кардинальних змін, які відбуваються у фізіологічній, психічній та розумовій сферах. Учені стверджують, що цей вік є одним із найважливіших етапів у житті людини, на якому існує різноманітні можливості, великий арсенал і інструментарій для подальшого становлення особистості [36]. У цьому контексті розвиток соціальної креативності старших підлітків має свої особливості, які значною мірою характеризуються віковими змінами.

Дослідники цього вікового періоду (О. Скрипченко, Л. Долинська, З. Огороднійчук та ін.) вважають, що цей вік залежить від реалій довкілля. На тлі динамічних фізіологічних змін, кризи у відносинах, почутті самотності, прагненні до дорослості, появи нових мрій та ідеалів відбувається втрата дитячого світосприймання, з'являється почуття тривожності та психологічного дискомфорту [8].

Отже, розв'язання внутрішніх протиріч, що виникають у підлітків пов'язані з взаємодією із соціальним середовищем, що виявляється рушійною силою їх розвитку.

Головним показником психічного розвитку підлітка, як зазначає І. Бех, є рівень його свідомості і самосвідомості. Свідомість, відмічає науковець, забезпечує можливість подумки побудувати, спланувати і уявити майбутні дії і їх результати, тобто свідомість забезпечує здатність розуміти свої дії, відповідати за них. Проте самосвідомість знаходить відображення в оцінках своїх дій, у ставленні до них. Чим розвиненіша самосвідомість, наголошує дослідник, тим глибше розуміє підліток соціальне значення своїх дій і поведінки в цілому [3, с. 92].

На специфічних новоутвореннях самосвідомості підлітків зосереджує увагу М. Заброцький, який підкреслює, що в цей період відбувається переосмислення системи цінностей, а поява відчуття дорослості відображає нову життєву позицію у ставленні до себе, людей і світу в цілому та визначає його нові прагнення, бажання, переживання, спрямованість і зміст активності підлітка [17, с. 84]. Дослідник зауважує, що ефективним поштовхом до дій, взаємодії підлітка з іншими людьми стають моральні почуття, які інтенсивно формуються в цей період.

М. Забродський зауважує, що важливою особливістю цього віку є формування активного, самостійного, творчого мислення; розвиток абстрактного мислення, здатність до розумових експериментів, до мисленого розв'язання задач на основі припущень тощо [17, с. 81]. Більш свідомим у старших підлітків є ставлення до своїх учинків. Вони вже схильні до самоаналізу, їх цікавить не лише зовнішня сторона життя дорослих, але й їх внутрішній світ, духовні якості [17, с. 85]. Що, на нашу думку, сприяє розвитку соціальної креативності.

Узагальнюючи різноманітні теоретико-методологічні підходи до дослідження підліткового віку С. Белякова та К. Шовкова визнають, що в цьому періоді формується її свідоме ставлення до себе, як до члена суспільства, цьому сприяє нова соціальна позиція для дитини. Інтеграція підлітка в сферу діяльності суспільства обумовлює виникненню потреби в самовираженні; прагненні прояву своєї індивідуальності, самооцінки. Чим старший підліток, на думку дослідниць, тим прагнення до вираження своєї індивідуальності проявляється в них сильніше [5].

Аналіз наукових джерел свідчить, що у старшому підлітковому віці формуються стійкі риси характеру, форми поведінки, засоби емоційного реагування; це час стрімкого накопичення знань, умінь, досвіду, досягнень, появи нової соціальної позиції.

На думку В. Павленко, соціальне середовище відіграє як позитивну так і негативну роль у розвитку особистості підлітка. Зважаючи на те, що в

цьому віці підлітки прагнуть до активної взаємодії з оточенням, захистити їх від негативного впливу середовища може творча діяльність. Дослідниця визначає, що умови розвитку креативного потенціалу старших підлітків мають певну особливість, яка пов'язана з взаєминами з дорослими та однолітками, котрі утворюють дві системи. Ці системи виконуючи однакову роль, можуть приходити в суперечність одна з одною за змістом і за нормами, які їх регулюють. Оскільки відносини з однолітками зазвичай будуються на партнерській основі, то спілкування з товаришами, вважає В. Павленко, «може принести підліткові більше користі в задоволенні його інтересів і потреб, і тоді він може відійти і від школи, і від родини» [30].

Прагнення зайняти певне місце в соціумі, самореалізація, активна робота щодо саморозвитку супроводжується різноманітною палітрою переживань, що сприяють встановленню міжособистісних відносин чи втечею від них.

Зазначимо, що розвиток соціальної креативності може здійснюватися різними шляхами. Проте потребує врахування вікових особливостей старших підлітків, застосування в освітньому процесі сучасних підходів, тренінгових технологій, форм і методів навчання і виховання. Зважаючи на вище викладене, творчий підхід до навчання, організація творчої діяльності, застосування групових, інтерактивних і креативних методів навчання, дискусії, проблемного діалогу з охопленням пізнавальних запитів учнів, стануть найбільш ефективними у розвитку соціальної креативності старших підлітків. Втім, групова робота не є самоціллю, організація і її здійснення потребує постійний творчо-інноваційний характер, що створює умови для виявлення і розвитку креативності, ініціативи, самостійності старших підлітків.

Засвоюючи досвід творчої діяльності, набуваючи навички творчої взаємодії, старші підлітки навчаються долати стереотипи, модулювати нові підходи до переосмислення раніше засвоєного або нового досвіду.

Найважливішим, на нашу думку, у розвитку соціальної креативності є соціально-психологічна атмосфера в класі, яка забезпечує свободу вираження думок, відкрито їх обговорювати. Ми погоджуємося з В. Павленко, яка вважає, що «учні повинні знати, що їхня участь у творчому процесі вітається й цінується. Співтворчість учителя з дітьми активізує творчий процес. Керівна роль учителя полягає в тому, щоб залучити дітей до співтворчості, організувати учнів, створити умови для їхнього креативного розвитку» [30].

Отже, розвиток соціальної креативності старших підлітків має особливості, які обумовлені віковими особливостями розвитку особистості старших підлітків та передбачає застосування сучасних підходів, форм і методів організації освітнього процесу.

1.3. Особливості застосування тренінгових технологій у процесі розвитку соціальної креативності старших підлітків

Тренінгова технологія в сучасних умовах є найактуальнішою у системі навчання і виховання в освітньому процесі через те, що тренінг сприяє інтенсивності навчання, засвоєнні знання під час тренінгу стають продуктом активної діяльності здобувачів освіти.

Зазначимо, що сьогодні зростає кількість досліджень, предметом яких є організація і застосування тренінгових технологій у процесі навчання і розвитку особистості. Так, дослідження проблеми тренінгу присвячено праці науковців Л. Бондарєвої, Т. Гармаш, А.Семенової, А.Сущенко, В. Ягоднікової та ін.

Аналіз науково-методичної літератури свідчить, що в сучасній освіті тренінгові технології відносять до інтерактивного навчання, оскільки методи, прийоми, засоби навчання і виховання, що застосовують в тренінгових технологіях передбачають активну взаємодію всіх учасників.

Стрижнем тренінгових технологій навчання є тренінг. Як зазначає Н. Черненко, тренінг є технологією, що належить до різних галузей знань,

але спрямовується на вироблення умінь і способів дій у практичних ситуаціях, а також на формування певних знань, умінь і навичок, пов'язаних з певною професійною діяльністю тощо [45, с. 284].

На думку О. Керік тренінгові технології підвищують рівень соціалізації, що виявляється у здатності до передачі соціальної інформації, задоволеності міжособистісними стосунками, особистісно-професіональному самовизначенні, просоціальній активності, розвиненості лідерських якостей і творчих здібностей [18, с. 139].

Генез розвитку тренінгових технологій свідчить, що у 50-х роках ХХ ст. у США застосовували її як спосіб формування комунікативних умінь у процесі безпосереднього спілкування учасників Т-груп для дослідження взаємодії процесу спілкування, виявлення деструктивних чинників та аналізу групової динаміки. Пізніше тренінгові технології почали використовувати для формування соціальних і життєвих умінь у професійній підготовці менеджерів з метою їх психологічної підтримки. У 70-ті роки минулого століття був розроблений метод соціально-психологічного тренінгу. Як виявилось, соціально-психологічний тренінг сприяв формуванню комунікативних навичок через те, що основними засобами його проведення були рольові ігри з елементами драматизації.

Поняття «тренінг» запозичене з англійської – «train» і у перекладі має декілька значень – навчання, виховання, тренування, дресирування.

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови поняття «тренінг» визначається як тренування, спеціальний тренувальний режим [7].

У педагогічному словнику тренінг тлумачиться як форма інтерактивного навчання, метою якого є розвиток міжособистісної та професійної поведінки [11].

У науково-педагогічній літературі тренінг трактується як: уніфікований процес, що спрямований на відпрацювання однотипних і передбачуваних схем поведінки засобами стандартних інструкцій і багаторазового повторення й тренування здобувачів [6, с. 115-116]; спеціально організований

комплекс методів навчальної діяльності, завдань і вправ, спрямованих на формування, удосконалення і розширення досвіду [26, с. 16]; оптимальна організаційна форма, яка, спираючись на досвід її учасників, забезпечує ефективне використання різноманітних форм та методів за рахунок створення позитивної емоційної атмосфери у групі та спрямовується на отримання сформованих навичок та життєвих компетенцій [24].

Аналіз наукової та фахової літератури свідчить про вживання поняття «тренінг» у широкому значенні як навчання чи підготовка та вузькому – тренування, що розглядається як система вправ для вироблення навичок, засіб автоматизації виконання професійних операцій, прийомів діяльності [11].

Л. Лук'янова наголошує на невизначеності поняття «тренінг», що виявляється у різних наукових підходах до його уявлення як педагогічної технології. Так, одні вважають, що тренінг є багаторазовим повторенням однотипних вправ, які спрямовані на досягнення цілей. А інші під тренінгом розуміють застосування рольових ігор з обов'язковою груповою дискусією [19].

У своєму дослідженні С. Мирошнік визначає навчальний тренінг як форму організації навчання та спосіб розвитку здатності особистості навчатися. Це явище розглядає як процес оволодіння певними видами діяльності під час активного спілкування на основі постійної взаємодії всіх його учасників. Це навчання на основі досвіду його учасників у створенні системи нових знань, уявлень, цінностей, орієнтацій, бачень, видів і способів діяльності, а також постійної рефлексії, оцінювання та переоцінки підходів, принципів тощо [24].

Отже, тренінгова технологія є сучасною, поширеною формою інтерактивного навчання. Основне його завдання виявляється не стільки в опрацюванні теоретичної інформації, скільки сформувати в учасників нові вміння і навички, розвинути особистісні й професійні якості. Розв'язуючи під час тренінгу різні змодельовані ситуації і проблеми, аналізуючи їх, учасники

набувають нового цінного досвіду. Це сприяє підвищенню їхньої мотивації до саморозвитку та зростання.

За результатами досліджень А. Галімов дійшов висновків, що особливості тренінгу як технології виявляються у груповому процесі; активності його учасників; орієнтації мети тренінгового навчання на запитання та пошук відповіді, набутті досвіду і допомоги в саморозвитку; реалізації принципу «тут і зараз», позитивній атмосфері, поєднанні різних різноманітних стилів подачі матеріалу [10, с. 43].

Тренінг як інтерактивна технологія навчання і виховання характеризується загальними особливостями як будь-який тренінг, але має певну специфіку, зокрема:

- Кількість учасників. Зазвичай у тренінгу беруть участь 10-15 осіб. Іноді тренінг охоплює цілу навчальну групу (клас).

- Єдність часу, місця та дії. Всі дії відбуваються й обговорюється «тут й зараз», на особистому досвіді учасників і тренера, без домашніх завдань і попередньої підготовки.

- Згуртування групи та позитивне налаштування. Згуртовування учасників тренінгу відбувається за допомогою інтерактивних вправ, через спільні дії, спів, танець тощо.

- Активність учасників. Під час тренінгу домінують не тренер і теоретична інформація, отримана від нього, а учасники групи та їхній особистий досвід.

- Акцент на розширенні досвіду учасників. Тренінг спрямований на розширення і поглиблення практичного досвіду учасників та групи загалом.

Особливість тренінгу виявляється також в його структурі, яка охоплює три основні блоки, кожен з яких має кілька етапів.

1. Вступний:

- привітання та ознайомлення з темою;
- знайомство учасників;
- формулювання правил роботи на тренінгу;

- визначення очікувань.

2. Основний:

- вивчення теоретичного матеріалу;
- виконання практичних завдань;
- організація і проведення ігор і вправ.

3. Завершальний:

- виконання рефлексивних вправ;
- підбиття підсумків;
- формулювання посттренінгових завдань.

Виявлення особливостей тренінгу дає можливість визначити суттєві його відмінності від традиційного навчання. Так, традиційне навчання є формою передачі інформації та засвоєння знань і зазвичай орієнтоване на правильну відповідь. А тренінгове навчання – на запитання та пошук різних відповідей. Традиційна форма має певні переваги у передачі знань, проте в сучасних умовах швидкоплинності світу має обмежені рамки застосування. Тренінгові форми навчання і виховання на відміну від традиційних охоплюють весь потенціал людини: самостійність, ініціативність, відповідальність, здатність до прийняття рішень, взаємодії, а також рівень її компетентності, зокрема інтелектуальної, емоційної та соціальної тощо. Таким чином, використання тренінгових технологій уможлиблюючи застосування здобутих знань в реальних умовах, сприяє практичній підготовці.

До переваг тренінгу В. Ягоднікова відносить створення безпечної обстановки, що дає можливість вчитися без хвилювання стосовно неприємних наслідків, які можуть виникнути у випадку прийняття неправильного рішення [47].

Отже, узагальнюючи вищевикладене доходимо висновку, що ефективність тренінгової технології є результатом того, що на занятті створюються комфортні умови, цінується позиція й знання кожного

учасника, є можливість вчитись виконуючи практичні дії, можна ділитися власним досвідом, а помилки не призводять до негативних наслідків.

Дослідники і практики стверджують, що під час тренінгу створюється невимушене спілкування, яке відкриває перед групою безліч варіантів розвитку і вирішення проблеми, заради якої вона зібралася. Зазвичай, учасники відмічають, що тренінгові технології роблять процес навчання цікавим і не обтяжливим.

Організація тренінгового заняття спрямовується на вирішення певних завдань, а саме:

- набуття учасниками тренінгу нових навичок, умінь, досвіду;
- опанування новими технологіями;
- зменшення небажаних проявів поведінки, стилю неефективного спілкування тощо;
- зміна поглядів на проблему;
- зміна поглядів на процес навчання як такий, що може приносити задоволення;
- посилення позитивного ставлення до себе та життя;
- пошук ефективних шляхів вирішення поставлених проблем.

Важливим є те, що метою будь-якого тренінгу є не аналіз та інтерпретація проблем особистості, задля подальшого їх усунення або зміни мотивації поведінки, а в активному, свідомому виробленні бажаної поведінки.

У науково-методичній літературі визначено умови ефективності навчального тренінгу:

- вивчення та врахування потреб і досвіду учасників тренінгу, психологічних особливостей та стилів навчання;
- забезпечення міцного засвоєння учасниками необхідної нової інформації, яка є основою для формування в них нових професійних навичок та моделей поведінки;

- формування в учасників емоційно позитивного ставлення до засвоєваних знань, навичок і моделей поведінки та установки на їх подальше втілення і реалізацію;

- забезпечення активної діяльності всіх учасників, орієнтованої на безпосереднє відпрацювання учасниками планових навичок і моделей поведінки в умовах, що імітують професійну діяльність.

Отже, тренінг – це організаційна форма освітнього процесу, яка, спираючись на досвід і знання його учасників, забезпечує ефективне використання різних педагогічних методів через створення позитивної атмосфери та спрямовується на отримання сформованих навичок і життєвих компетентностей. Тренінг є засобом й шляхом з метою одержання певного результату в освітньому процесі, тому саме він був обраний як засіб розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Висновки до розділу 1

На основі теоретичного аналізу у площині філософії, соціології, психології та педагогіки з'ясовано, що креативність є міждисциплінарним, багатоаспектним феноменом.

У педагогіці креативність співвідноситься з творчістю і розглядається як важливіший чинник обдарованості. Креативність є особистою інтегративною рисою особистості, яка визначає здатність до генерування нових та нестандартних ідей, проявляється у готовності змінюватися, відмовлятися від стереотипів, вона допомагає швидко знаходити оригінальні рішення складних проблем, відкритості до нового, інноваційного, проявляється у тому, що людина вкладає творчий підхід в усі види особистісної активності.

Встановлено, що соціальна креативність є здатністю особистості ефективно вирішувати нестандартні ситуації у сфері спілкування і взаємин.

Тобто це здатність швидко знаходити й ефективно застосовувати нестандартні, оригінальні творчі рішення ситуацій міжособистісної взаємодії.

Важливим періодом у розвитку креативності є підлітковий період, коли активно починає розвиватися творче креативне мислення, реалізується обдарованість особистості, її основні контури розвитку, з'являється нова соціальна позиція.

Розвиток соціальної креативності старших підлітків має особливості, які обумовлені віковими особливостями та передбачає застосування сучасних підходів, форм і методів організації освітнього процесу.

З'ясовано, що тренінг є технологією і спрямовується на вироблення умінь та способів дій у практичних ситуаціях, а також на формування певних знань, умінь і навичок.

Тренінг – це організаційна форма освітнього процесу, яка, спираючись на досвід і знання його учасників, забезпечує ефективне використання різних педагогічних методів через створення позитивної атмосфери та спрямовується на отримання сформованих навичок і життєвих компетентностей.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ СТАРШИХ ПІДЛІТКІВ

2.1. Діагностичний інструментарій емпіричного дослідження соціальної креативності старших підлітків

Аналіз наукової та фахової літератури свідчить, що для діагностики соціальної креативності до тепер не розроблені стандартизовані методики, тому можливі різні підходи і варіації вимірювальних засобів. Через те діагностика соціальної креативності має враховувати усі властивості креативності, тобто оцінку швидкості дивергентного соціального мислення, оригінальності, розробленості та гнучкості у продукуванні творчих ідей у процесі соціальної взаємодії та вирішенні соціальних проблем.

У ході підготовки до емпіричного дослідження ми ознайомились з найбільш поширеними опитувальниками на виявлення в цілому креативного потенціалу особистості та зокрема соціальної креативності.

Аналіз наукових джерел засвідчив, що найбільш відомими і поширеними методами діагностики креативності є тести творчого мислення Е. Торренса (Torrance Test Creative Thinking – ТТСТ). Методика складається з дванадцяти тестів «Творчого мислення», які автор згрупував їх за вербальною, образотворчою та звуковою шкалами. Спеціальною вимогою для застосування тестів є ігрова форма у творчій обстановці. Тест можна застосовувати для випробування починаючи з 5 років. Кожна батарея тестів має дві еквівалентні форми. Перша форма – це тест для оцінки вербального креативного мислення, що складається з семи субтестів, а саме:

- 1) завдання «Задайте запитання», будь-які, але не прості;
- 2) завдання «Відгадайте причини», перерахуйте велику кількість причин того, що сталося;

- 3) завдання «Відгадайте наслідки»;
- 4) завдання «Плоди удосконалення», придумати більше цікавих і незвичайних способів зміни відомого в побуті предмета;
- 5) завдання «Незвичайне вживання» відомого в побуті предмета;
- 6) завдання «Незвичайні питання» до вдосконаленого предмета з п'ятого завдання;
- 7) завдання «Давайте уявимо» незвичайну ситуацію і велику кількість здогадок про можливі наслідки цієї ситуації.

Друга форма – тест оцінки словесно-звукового мислення проводиться за допомогою аудіо апаратури. Він охоплює два субтести. Перший субтест – складається з звуків і образів, необхідно впізнати звуки. Другий субтест – містить дев'ять слів, які повторюються чотири рази. Відповіді на цей тест оцінюються тільки за оригінальність.

Батарея тестів Ф. Вільямса (Creativity Assessment Packet; CAP) – це діагностична тестова система призначена для вимірювання креативності [12, с. 5-7]. Сьогодні використовують скорочену назву «Креативний тест Ф. Вільямса». Спочатку метою цього тесту був відбір талановитих дітей у школи, які мали високий рівень розвитку творчих здібностей. Тепер тест активно використовують для діагностики та вдосконалення креативності.

Креативний тест Ф. Вільямса складається з трьох частин. Перша частина містить самооціночний субтест-опитувальник, котрий призначений для вимірювання особистісних властивостей та поведінкових характеристик, що пов'язані з креативністю (п'ятьдесят тверджень, на які випробувний має дати відповідь, яку необхідно обрати з-поміж запропонованих). Обробка результатів здійснюється за окремо чотирма шкалами: допитливість, уява, складність (чутливість або схильність до вибору складних завдань), схильність до ризику.

Другу частину тесту складає малюнковий субтест, його призначення – дослідження дивергентного мислення на невербальному стимульному матеріалі (малюнки, ескізи). Одержані результати другої частини

діагностують чотири чинники дивергентного мислення, як-от: швидкість, гнучкість, оригінальність і розробленість.

Третя частина тесту є експертною і заповнюється вчителями і батьками. Цей субтест має функцію «експертного листа», який містить сорок вісім характеристик (по шість характеристик для кожного з восьми факторів креативності попередніх субтестів), за кожною з яких експерти тобто батьки і вчителі оцінюють дитину.

Після закінчення тестування здійснюється порівняльний аналіз за всіма трьома частинами тесту та формується остаточний звіт.

Обробка результатів тесту для визначення рівня розвитку креативності відбувається відповідно до емпірично одержаних статистичних нормативів, які враховують соціокультурний контекст. Це є необхідним, оскільки під час адаптації тесту в новому мовному середовищі необхідно перевіряти та коригувати запропоновані оригінальною версією тестові норми.

Модифікована україномовна версія цієї методики запропонована Н. Бельською є скороченим варіантом опитувальника, він містить лише тридцять три пункти, що надає йому компактної форми та зростання валідності, оскільки не включені з оригінального тесту сімнадцять тверджень, які не є інформативними. Такий підхід до модифікації цієї версії тесту, що передбачає зняття тимчасових і інших обмежень визначає особливість цього варіанту тестування. Таким чином, два критерії (швидкість і гнучкість) виявилися не придатними.

Методика «Діагностика невербальної креативності» (методика Е.Торренса). Тестування може проводитися як індивідуально, так і у групі. Необхідною умовою для проведення цієї методики є мінімізація мотивації досягнення і орієнтація випробуваних на вільний прояв власних прихованих здібностей. Для цього не варто повідомляти респондентам про те, що метою тесту є виявлення творчих здібностей, зокрема творче мислення, а можна акцентувати увагу на можливості виразити себе в образному стилі, оскільки методика спрямована на виявлення оригінальності.

Час тестування не обмежується, зазвичай на кожну картинку витрачається 1-2 хвилини. Однак можна заохочувати і збадьорювати тих, хто зволікається чи довго обмірковує.

Запропонований варіант тесту містить набір картинок з певним комплектом елементів (ліній), використання яких потребує домальовувати картинку до певного осмисленого зображення. Тут використовуються шість картинок, які не є подібними за своїми вихідними елементами, тому дають найбільші надійні результати.

Показниками креативності у тесті визначено:

1. Оригінальність (Op) – статистична рідкість відповіді, передбачає виявлення ступеню неідентичного зображення, яке створене випробуваним з зображеннями інших, хто тестується.

Атлас типових малюнків тесту містить різні типи малюнків і їх умовні назви, що запропоновані автором адаптації цього тесту, вони відображають загальну характеристику зображення. Потрібно врахувати, що ці умовні назви малюнків, зазвичай, не збігаються з назвами малюнків, які надають випробувані.

Зважаючи на те, що тест використовується для діагностики невербальної креативності, назви картинок, які надали випробувані, виключаються з наступного аналізу і використовуються тільки як допоміжний засіб для розуміння суті малюнка.

2. Унікальність (Un) – визначає суму виконаних завдань, які не мають схожесті у атласі малюнків.

Інструкція до тесту. Перед вами бланк з недомальованими картинками, які Вам потрібно домальовувати за допомогою запропонованих елементів. Однак не можна виходити за обмеження малюнка. Домальовувати можна будь що і як завгодно, проте бланк не можна обертати. По завершенню малювання потрібно надати йому назву і підписати під малюнком.

Обробка результатів тестування передбачає використання атласу типових малюнків контрольної вибірки. Окремо до кожної серії малюнків

розрахований по вибірці індекс Ор. Для оцінки результатів тесту, що відносяться до контингенту або схожі з ним, передбачений такий алгоритм дій.

Потрібно порівняти домальовані картинки з наведеними в атласі типових малюнків, враховуючи використання подібних деталей і смислових зв'язків; якщо буде знайдений ідентичний тип, необхідно визначити такому малюнку оригінальність, зазначену в атласі. У випадку відсутності в атласі такого типу малюнків, оригінальність такої домальованої картинки вважається 1,00, тобто вона унікальна. Індекс Ор розраховується як середнє арифметичне оригінальності всіх картинок, індекс Ун – як сума всіх унікальних картинок. Визначення показника невербальної креативності окремої людини та його місце у вибірці відбувається за допомогою шкали відсотків, що побудована для цих індексів за результатами контрольної вибірки.

Аналіз наукових джерел засвідчив, що соціальна креативність тісно пов'язана з комунікативними властивостями особистості, що визначається комунікативною креативністю. За Р. Белоусовою комунікативна креативність є стійкою властивістю особистості, яка містить комплекс інтелектуальних, емоційних та поведінкових компонентів, котрі сприяють нестандартному, нешаблонному розв'язанню ситуацій спілкування, прояву творчості у спілкуванні, генерації оригінальних ідей та засобів спілкування, вибору найбільш оптимальних для суб'єкта стратегій поведінки, що спрямовані на забезпечення успішної взаємодії з іншими людьми [4]. У структурі комунікативної креативності дослідницею визначені такі показники як: легкість у спілкуванні (Л), схильність до самопрезентації (Сп), схильність до незалежності (Н), конфліктність (К), емоційна стійкість у спілкуванні (ЕС с), схильність до маніпулювання (М), експресивність (Е), комунікативна компетентність (КК) [4].

Для діагностики комунікативних властивостей використовують спеціальний «Тест-опитувальник комунікативної креативності»

(О. Саннікова та Р. Білоусова). Діагностику може здійснювати психолог-дослідник, практикуючий психолог або фахівець, який має спеціальну підготовку. Методика розроблена для дорослих. Цей опитувальник діагностує цей феномен у сукупності її формально-динамічних та якісних характеристик.

Даний тест-опитувальник складається з восьми шкал, кожна з яких містить 12 тверджень (всі індикатори – 96 тверджень), що передбачають 4 варіанти відповіді: «безумовно, так», «мабуть, так», «мабуть, ні», «безумовно, ні». Конструкт методики відповідає теоретичній структурі комунікативної креативності, що була запропонована авторами. У відповідності з ключем здійснюються підрахунок балів за кожною шкалою [37]. Максимальний бал за кожним первинним показником – 48 балів.

Кожна шкала – це біполярний континуум, який складається з додатних полюсів з визначеними рисами, за допомогою яких можна виявити рівень показників комунікативної креативності, від’ємний – несе інформацію про наявність протилежних за своїм психологічним змістом і проявами якостей:

Шкала 1. «Легкість у спілкуванні – трудність у спілкуванні» (ЛСп);

Шкала 2. «Схильність до самопрезентації – байдужість до самопрезентації» (ССп);

Шкала 3. «Незалежність – залежність від зовнішнього тиску» (НСп);

Шкала 4. «Конфліктність – покірливість» (КСп);

Шкала 5. «Емоційна стійкість у спілкуванні – емоційна нестійкість у спілкуванні» (ЕССп);

Шкала 6. «Схильність до маніпулювання – бесхитрисність» (МСп);

Шкала 7. «Експресивність – невиразність» (ЕСп);

Шкала 8. «Комунікативна компетентність – комунікативна некомпетентність» (ККСп).

Діагностика може здійснюватись індивідуально або в групі.

Загальний показник комунікативної креативності (ЗПКК) визначається за допомогою розрахунку середнє арифметичної суми значень показників за окремою шкалою.

Діагностика соціальної креативності враховує усі параметри креативності, зокрема оцінку швидкості дивергентного соціального мислення, оригінальності, розробленості та гнучкості у продукуванні творчих ідей у процесі соціальної взаємодії та вирішенні соціальних проблем. Тому нами була обрана методика для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі [54]. Тест призначений для оцінки пропонованих відповідей на розв'язання конкретної соціальної ситуації. Для оцінки соціальної креативності школярів авторами тесту із запропонованих раніше шістьнадцяти ситуацій були обрані чотири, а саме:

1. Ситуація «Взаємодія з учителем»: Як сказати учителю, 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?

Діагностика вербальної креативності (Методика RAT С. Мідника) [62]. Тест призначений для діагностики вербальної креативності, яка визначається як процес перекомбінування елементів ситуації. Методика може проводитися індивідуально або у групі. Час на виконання завдань не обмежується, однак заохочуються його витрати на кожну трійку слів до 2-3 хвилин.

Для оцінки результатів тестування необхідно спочатку порівняти відповіді випробовуваних з типовими відповідями, у випадку знаходження подібного типу дати даної відповіді оригінальність, що зазначена у переліку. Якщо у переліку відсутнє таке слово, то оригінальність цієї відповіді рівняється 1,00. Індекс оригінальності розраховується як середнє арифметична сума оригінальності всіх відповідей. Кількість відповідей може

не збігатися з кількістю «трійок слів», оскільки респонденти можуть надати як декілька відповідей, так і не надати жодного.

Індекс унікальності дорівнює кількості всіх унікальних (не мають аналогів в типовому переліку) відповідей.

За допомогою шкали відсотків, що побудована для зазначених індексів і показника «кількість відповідей» (індексу продуктивності), можна визначити місце даної людини щодо контрольної вибірки і визначити ступінь розвитку його вербальної креативності та продуктивності.

Оригінальність відповідей оцінюється враховуючи увесь масив даних і розраховується за формулою:

$$Or = 1 - \frac{x-1}{X_{max}-1}, \text{ де:}$$

Or– оригінальність даного типу відповіді;

x –кількість відповідей даного типу;

X_{max}– максимальна кількість відповідей в типі.

Зауважимо, що під типом відповіді розуміються однокореневі слова, що мають дещо ідентичне смислове навантаження.

Опитувальник креативності Д. Джонсона [27]. Цей опитувальник фокусує увагу на елементах, пов'язаних із творчим самовираженням, дозволяє виявити здатність особистості творчо підходити до вирішення проблемних завдань, продукувати нові креативні ідеї, застосовувати на практиці прийоми та методи подолання стереотипів, а також генерування, аналізу, синтезу та комбінування ідей, уміння творчо співпрацювати у процесі вирішення проблеми.

Опитувальник дозволяє провести самооцінку креативності. Він складається з об'єктивного контрольного переліку характеристик творчого мислення і поведінки, що містить вісім пунктів. Цей опитувальник

призначений на основі доступних до зовнішнього спостереження виявити подібні прояви креативності.

Кожне твердження опитувальника оцінюється за шкалою, що містить п'ять позицій: 1 бал – ніколи, 2 – рідко, 3 – іноді, 4 – часто, 5 – постійно. Загальна оцінка визначається сумою балів за всіма пунктами. Таким чином, мінімальна оцінка – 8, максимальна – 40 балів). Сума одержаних балів відповідає рівням креативності: дуже високий – 40-35, високий – 33-27; середній – 26-20, низький – 19-15, дуже низький 14-8.

Отже, ми розглянути найпоширені методики діагностики, що застосовують у дослідженні соціальної креативності.

У нашому дослідженні виявлення рівня розвитку соціальної креативності у старших підлітків здійснювалась за допомогою обраних нами комплексу таких методів:

- анкетування, у процесі якого було виявлено погляди старших підлітків на проблему соціальної креативності.
- тестування, що дозволило виявити рівень соціальної креативності старших підлітків за допомогою низки методик, зокрема: опитувальник креативності Д. Джонсона, методика для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі, діагностика вербальної креативності (Методика RAT С.Мідника).

2.2. Організація і хід проведення емпіричного дослідження

Згідно з логікою дослідження, з метою з'ясування рівня розвитку соціальної креативності старших підлітків була визначена база і учасники дослідження. У дослідженні взяли участь 54 учня 9-11 класів Троїцького ліцею Ясківської сільської ради Одеського району Одеської області.

Учні загалом характеризується високою активністю, проявляють ініціативу, іноді бувають порушення правил поведінки в школі, конфліктні ситуації з однокласниками. Серед респондентів 3 відмінника, 18 навчаються

на відмінно і добре, але більшість учнів навчаються на достатньому рівні. Майже всі учні мають друзів, не відчують труднощі у спілкуванні з однолітками, однак 23 респонденти мають певні труднощі у комунікації з дорослими, або з незнайомими людьми.

Дослідження відбувалось під час науково-дослідної практики. Для зручності проведення емпіричного дослідження діагностування проводилось окремо з кожним класом. В один день проводилась одна методика.

Дослідження здійснювалось на принципах добровільності і доцільності. Для підвищення якості тестування креативності ми дотримуватися таких основних параметрів, що були визначені В.Павленко, як: відсутність обмеження за часом; мінімізація мотивації досягнення; відсутність змагальної мотивації і критики дій; відсутність у тестовій інструкції жорсткої установки на творчість [30].

На початку дослідження у першу зустріч з старшими підлітками була надана інформація щодо мети, завдань та процедури дослідження, наголошувалось на виключно добровільності їх участі, а також анонімності і нерозголошеності результатів. Особлива увага приділялась питанням дотримання безпечних умов та правил поведінки за сигналом повітряної тривоги.

Анкетування розпочалось із визначення ступеня інформованості респондентів щодо суті ключових понять, виявлення ставлення старших підлітків до проблеми соціальної креативності й розуміння її значущості. Анкета містила 7 питань, які складали 4 закритих і 1 відкрите питання та 2 – з запропонованими відповідями, з пропозицією обрати одну (додаток А). Час на відповіді обмежений терміном уроку.

Наступним завданням була самодіагностика креативної поведінки, яка була проведена за допомогою опитувальника креативності Д. Джонсона (додаток Б). Цей опитувальник дозволяє визначити здатність особистості продукувати нові креативні ідеї, творчо підходити до вирішення проблемних завдань, застосовувати засвоєні прийоми та методи генерування, аналізу,

синтезу й комбінування ідей, подолання стереотипів, уміння творчо співпрацювати з іншими у процесі вирішення проблеми. Бланки, які були роздані респондентам містили вісім тверджень з списком характеристик креативності. У листі відповідей під номерами від 1 до 8 позначені характеристики творчого прояву (креативності). Респонденти повинні були самооцінити якою мірою в них проявляються описані вище характеристики. Можливі оціночні бали: 1 – ніколи, 2 – рідко, 3 – іноді, 4 – часто, 5 – постійно.

На наступній зустрічі старшим підліткам пропонувались пройти тестування за методикою для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі. Кожний респондент отримав бланки, в яких були описані чотири ситуації і пропонувалось надати відповідь на кожну ситуацію. Був наголошений час на виконання – 40 хвилин, по 10 хвилин на кожну ситуацію.

Діагностика вербальної креативності (Методика RAT С.Мідника) (додаток В) проводилась під час нової зустрічі. Респонденти отримали бланки з завданням, було запропоновано словесні тріади, елементи яких належать до взаємно віддалених асоціативних областей. Учням необхідно було знайти між ними асоціативний зв'язок завдяки пошуку четвертого слова, яке може об'єднати елементи таким чином, щоб із кожним з них воно утворювало словосполучення. Завдання методики не передбачає обмеження, оскільки методика побудована не за принципом тесту або завдання, а як необмежене поле діяльності у вигляді однотипних завдань. Тих, хто виконує запропонований тест, не можна обмежувати часом розв'язання тестових завдань.

Перед початком виконання завдання була надана інструкція до тесту. «Вам потрібно підібрати до трьох слів, які зазначені в таблиці нижче, а четверте так, щоб підходило б до кожного слова, тобто могло б скласти словосполучення з кожним із запропонованих слів. Наприклад: швидкий, зелений, повний; словом-відповіддю може служити слово поїзд або гучна,

правда, повільно-відповіддю може служити слово «говорити» (голосно говорити, говорити правду, повільно говорити). Ви можете також змінювати слова граматично, використовувати прийменники. Наприклад: годинник, скрипка, єдність. Відповіддю може слугувати слово майстер: годинниковий майстер, скрипковий майстер, єдиний майстер, або варіант із прийменником-майстер на годину. Якщо у відповідь на запропоновані стимули у вас виникає не одна, а декілька асоціацій, напишіть усі. Відповіді запишіть у таблицю, у порожню колонку. Якщо ви змінюєте слова, то словосполучення записуйте повністю, якщо ж не змінюєте слова, то пишіть тільки пропоноване слово. Працюйте у будь-якому зручному для вас режимі, у часі ви не обмежені. Через те, що тут важливі виключно ваші особисті результати, будь ласка, не відволікайтесь і працюйте індивідуально! Мета тесту – намагайтесь, щоб ті образи, ті асоціації, які приходять вам на розум у відповідь на запропоновані слова, були б якомога оригінальніші й яскравіші, найбільш незвичайні. Нехай це будуть словосполучення, які в звичайному житті навіть не вживаються та звучать досить незвично. Спробуйте створити щось нове й оригінальне. Отже, намагайтесь на кожне завдання дати якомога більше відповідей, оригінальних і незвичайних». Після надання інструкції пропонувалось виконати завдання.

По закінченню відведеного респондентам часу для виконання завдання, ми подякували за участь у дослідженні.

Висновки до розділу 2

У розділі визначена послідовна організація і реалізація емпіричного дослідження.

З'ясовано, що для діагностики соціальної креативності до тепер не розроблені стандартизовані методики, тому можливі різні підходи і варіації вимірювальних засобів.

Встановлено, що найбільш поширеними методиками дослідження соціальної креативності є: тести творчого мислення Е. Торренса (Torrance Test Creative Thinking – TTCT), Методика «Діагностика невербальної креативності» (методика Е.Торренса), Батарей тестів Ф. Вільямса (Creativity Assessment Packet; CAP), Тест-опитувальник комунікативної креативності (О. Саннікова та Р. Білоусова), методика для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі, Діагностика вербальної креативності (Методика RAT С.Мідника), Опитувальник креативності Д. Джонсона.

Дослідження з виявлення рівня розвитку соціально креативності у старших підлітків здійснювалась за допомогою обраних комплексу методів: анкетування, у процесі якого було виявлено погляди старших підлітків на проблему соціальної креативності; тестування, що дозволило виявити рівень соціальної креативності старших підлітків за допомогою низки методик, зокрема: опитувальник креативності Д. Джонсона, методика для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі, діагностика вербальної креативності (Методика RAT С.Мідника).

У дослідженні взяли участь 54 учня 9-11 класів Троїцького ліцею Ясківської сільської ради Одеського району Одеської області.

Дослідження здійснювалось на принципах добровільності і доцільності з урахуванням основних параметрів: відсутність обмеження за часом; мінімізація мотивації досягнення; відсутність змагальної мотивації й критики дій; відсутність у тестовій інструкції жорсткої установки на творчість.

РОЗДІЛ 3

РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Аналіз результатів емпіричного дослідження

Обробка одержаних результатів за анкетуванням старших підлітків, дозволили зробити певні висновки. Так, ті, хто вважають, що креативність притаманна кожній людині виявилися лише 20,4% респондентів. 33,6% учні відзначили, що не всі люди із народження мають здатність до креативності. 17,2% респондентів визнали, що не замислювалися про це. А 41,5% старших підлітків вважають, що креативність як здатність особистості необхідна не тільки людям творчих професій. Водночас, на думку переважної більшості респондентів – 58%, креативність є запорукою успішної професійної кар'єри. 74,3% усвідомлює необхідність розвитку соціальної креативності.

Щодо інформованості респондентів про суть ключового поняття «соціальна креативність» результати опитування засвідчили різноманітність у визначенні цього поняття старшими підлітками. На питання «Що ви розумієте під поняттям «соціальна креативність особистість» більша кількість респондентів – 90% надали відповідь, намагаючись розкрити це поняття, але вони звертають увагу лише окремі його аспекти, що свідчить про недостатнє розуміння ними суті цього феномену. Решта 10% опитаних не змогли взагалі надати відповідь. Якщо проаналізувати розуміння ключового поняття дослідження респондентами, то результати виявилися такі: 43,7% старших підлітків ідентифікують поняття «соціальна креативність» і «творча комунікація». 11 % розуміють «соціальну креативність» як «нестандартність, неординарність у прийнятті рішень». Серед решти визначень відзначимо «творче вирішення соціальних проблем» (7,0%), «здатність творчо взаємодіяти з іншими» (5%), «вміння повноцінно і успішно інтегруватися у суспільстві» (5,1%), «уміння виділятися із сірої маси, натовпу» (3%),

«встановлювати продуктивні стосунки» (2%), «уникати конфліктів» (1,7%), «уміння розуміти емоції інших» (1,3%) тощо.

Загальний рівень розвитку соціальної креативності, що виявився за анкетною представлений на рис. 3.1.

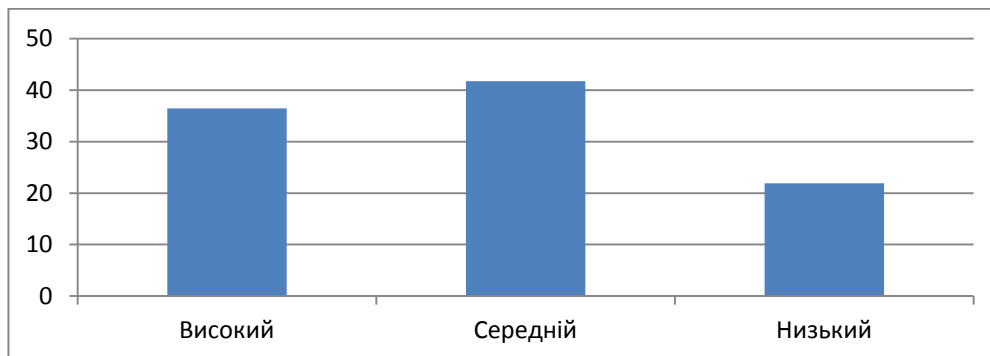


Рис.3.1. Рівні розвитку соціальної креативності старших підлітків

З рис. 3.1. видно, що високий рівень соціальної креативності виявили 36,4% старших підлітків, 41,7% респондентів самооцінили достатній рівень соціальної креативності, а недостатній рівень - 21,9%.

Ранжування значимості основних умов реалізації соціальної креативності дало можливість з'ясувати, що більшість старших підлітків на перше місце ставлять «прагнення вирішити як найкраще проблему», друге місце – «перспектива успішної кар'єри», третє – «бажання справити враження на оточуючих», а останнє – «не вступати в конфлікт».

Отже, результати анкетування виявили у переважної більшості респондентів недостатнє повне розуміння поняття соціальної креативності та можливостей її розвитку. Але більшість старших підлітків усвідомлюють значимість соціальної креативності у досягненні життєвих та професійних цілей.

Одержані результати за опитувальником креативності Д. Джонсона свідчать, що у даній вибірці домінує середній рівень розвитку креативності. Детальні результати представлені на рисунку 3.2.

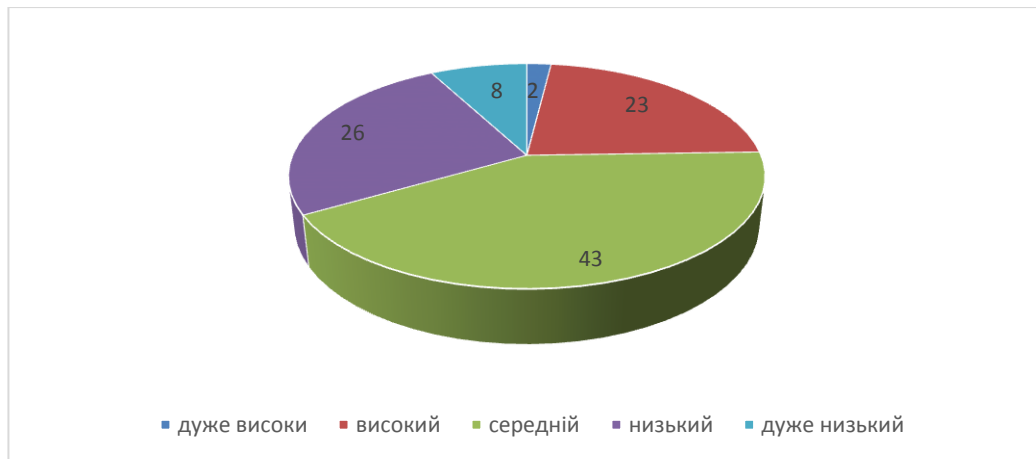


Рис. 3.2. Діаграма результатів опитувальника за Д. Джонсона

Як видно з рис. 3.2, відповідно до інтерпретації наданою автором опитувальника дуже високий рівень креативності мають 2% старших підлітків, високий – 21%, середній – 43%, низький – 26% та дуже низький рівень розвитку креативності мають 8% респондентів.

Таким чином, більшість старших підлітків виявили середній та низький рівень здатності до творчої співпраці у процесі вирішення проблеми, мають певні труднощі до генерування, аналізу, синтезу й комбінування ідей, подолання стереотипів, творчо вирішувати проблемні завдання.

Обробка даних за методикою для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі здійснювалась за такими параметрами:

- швидкості креативності – загальна кількість варіантів вирішення ситуацій, запропоновані старшими підлітками за певну одиницю часу (40 хвилин – по 10 хвилин на кожну ситуацію);
- оригінальність соціальної креативності виявлялась у кількості одиничних (унікальних та таких, що мають частоту менше 10%) відповідей;
- показник гнучкості – кількості тематичних переключень. Одержані результати представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Результати за методикою оцінки соціальної креативності

К. Мушіро та А. Бернуссі

ситуації	рівні	швидкість	оригінальність	гнучкість
1	високий	10%	6%	4%
	середній	68%	60%	57%
	низький	22%	34%	39%
2	високий	14%	15%	12%
	середній	70%	67%	65%
	низький	12%	18%	23%
3	високий	11%	12%	10%
	середній	74%	70%	72%
	низький	15%	18%	18%
4	високий	8%	14%	12%
	середній	69%	72%	68%
	низький	23%	14%	20%
загалом	високий	10,75%	11,75%	9,5%
	середній	70,25%	67,25%	65,5%
	низький	18%	21%	25%

З таблиці 3.1. бачимо, що найвищі результати виявились за ситуацією 2, а найнижчі за ситуацією 4. Це може свідчити про те, що соціальну креативність старші підлітки виявляють більше у стосунках з батьками. Найменший показник соціальної креативності виявився у ситуації «Суспільство загалом». Можемо припустити, що це пов'язано з їхнім недостатнім досвідом зі взаємодією з суспільством, що відповідає особливостям цього віку.

Аналіз одержаних результатів за методикою визначення рівня вербальної креативності (Методика RAT С. Мідника) за показниками оригінальності та унікальності представлені на рис 3.3. та 3.4.

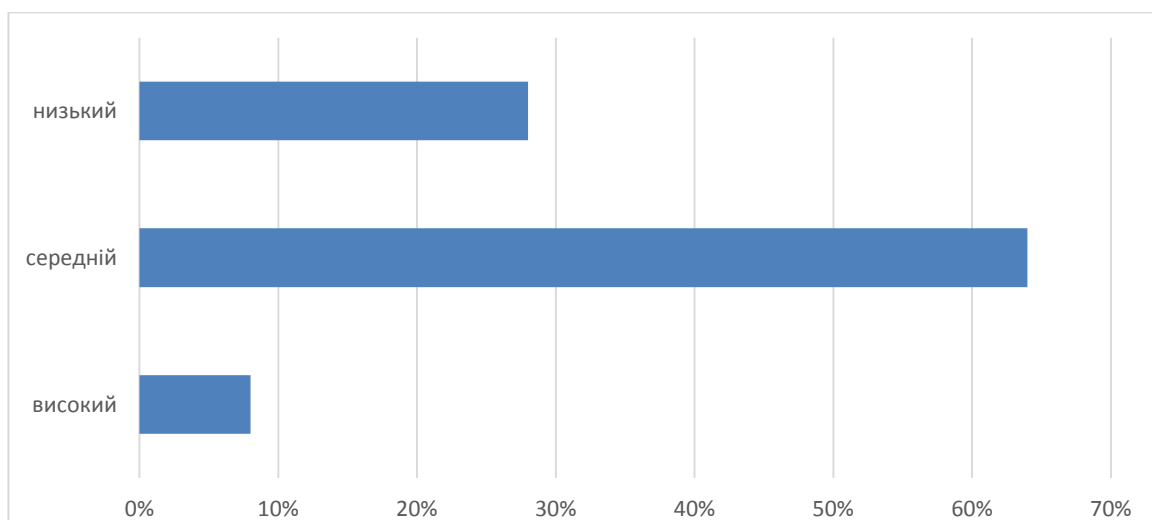


Рис. 3.3. Показники оригінальності вербальної креативності

З рис. 3.3. бачимо, що більшість старших підлітків виявили середній рівень оригінальності вербальної креативності (64%), майже третина респондентів (28%) виявили низький рівень, а найменше (8%) виявили високий рівень оригінальності вербальної креативності.

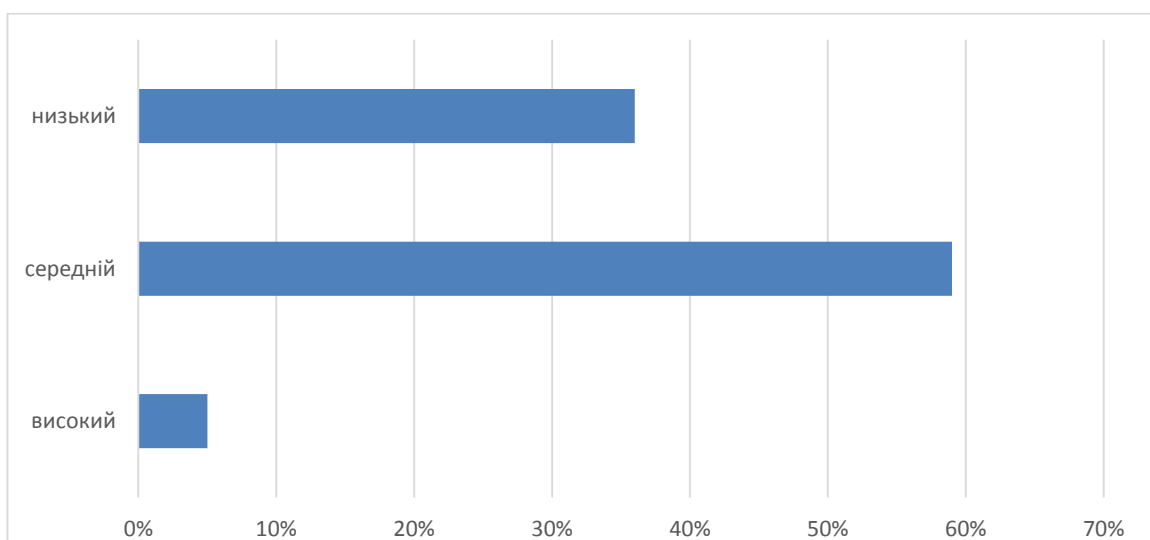


Рис. 3.4. Показники унікальності вербальної креативності

Як видно з рис. 3.4. високий рівень унікальності вербальної креативності виявили тільки 5% старших підлітків, середній рівень виявився

у більшості учнів – 59%, більше третини – 36% респондентів мають низький рівень унікальності вербальної креативності.

За допомогою лінійного коефіцієнту кореляції Пірсона (r) встановлено тісний зв'язок між оригінальністю та унікальністю вербальної креативності ($r=0,82$ при $p=0,05$). Тобто кореляційний аналіз засвідчує взаємозалежність між рівнем розвитку оригінальності та унікальності вербальної креативності.

Одержані результати емпіричного дослідження дозволяють зробити висновок про те, що старші підлітки характеризуються переважно середнім рівнем соціальної креативності, однак достатньо велика кількість старших підлітків виявляють її низький рівень.

Таким чином у старших підлітків спостерігається недостатній рівень розвитку соціальної креативності, що ускладнює їх комунікацію, взаємодію з іншими людьми.

3.2. Методичні рекомендації щодо застосування тренінгових технологій з розвитку соціальної креативності старших підлітків

Аналіз одержаних результатів засвідчив необхідність розвитку соціальної креативності старших підлітків. На нашу думку на більш ефективним методом розвитку соціальної креативності старших підлітків є тренінг.

Для розробки тренінгу нами спочатку були обрані найбільш ефективні методи та технології для досягнення мети. Розглянемо їх більш детально.

Метод Е. де Боно «Шість капелюхів мислення». Достатньо довгий час предметом студіювання доктора Кембриджського університету Едварда де Боно була проблема розвитку креативного мислення. Вагомий внесок дослідника виявляється в тому, що він креативність представив як характеристику самоорганізуючої інформаційної системи. Базуючись на розумінні, що специфіка функціонування правої і лівої півкуль мозку ускладнює гармонізацію їх спільної діяльності, був розроблений метод, в

основі якого лежить ідея паралельного мислення. Вихідне положення на якому ґрунтується метод полягає в тому, що за традиційним мисленням, яке спирається на зіткненні думок та полеміці вигравляє таке рішення, яке успішно реалізується в дискусії, тому може бути не найкращим. Альтернативою цьому може бути паралельне мислення як мислення конструктивне, за якого різні підходи, позиції, погляди не злагоджено співіснують і не конфліктують.

Використання у тренінгу методу Е. де Боно «Шість капелюхів мислення» дозволяє зосередитись на розумінні й осмисленні однієї проблеми.

Оскільки в основі цього методу лежить відповідний образ і тип мислення, який відображає певний колір капелюха, то він сприяє виробленню і розвитку автономних умінь із вирішення проблемної ситуації через здійснення конкретної розумової операції упродовж визначеного часу. Колір кожного капелюха, за вимогами методики, відповідає певному рівню розумових дій і мислення. Так, білий колір капелюха відповідає за фокусування уваги на інформації і вимагає аналізу відомих фактів, оцінки відомостей, який не вистачає та з яких джерел їх можна отримати.

Чорний – вимагає оцінку ситуації з позиції недоліків, ризиків та загроз її розвитку чи існуванню.

Жовтий колір потребує дослідження можливих успіхів, пошук переваг та сильних сторін, оптимістичний прогноз ситуації, події чи ідеї, що розглядається.

Червоний капелюх акцентує увагу на емоціях, відчуттях, настрою та інтуїції.

Зелений – зосереджується на пошуку альтернатив, продукуванні нового, генерації ідей, модифікації вже існуючих напрацювань.

Синій колір забезпечує управління процесом дискусії, підбиття підсумків, обговорення ефективності методу в конкретних умовах.

Під час тренінгу необхідно донести учасникам, що капелюх білого кольору демонструє їх здатність працювати з інформацією, яка розкриває кількісну характеристику об'єктів.

Чорний капелюх засвідчує, що учасник завдяки виявленню негативних сторін і властивостей об'єкта, що обговорюється виокремлення його ризиків, виявляє здатність до критичного мислення.

Жовтий капелюх вказує на позитивне мислення, здатність передбачати успішне вирішення проблеми та бажані наслідки.

Червоний капелюх розкриває можливості регулювати емоційними реакціями та контролювати власні емоції, здатність не допустити конфліктного вирішення проблеми, виявляє інтуїцію у пошуку оптимальних рішень.

Зелений капелюх акцентує продуктивне мислення, передбачає спрямованість на зміни, творчість, продукування інноваційних ідей тощо.

Синій капелюх спрямовує та визначає послідовність дій.

Виконання завдань за кожним кольором капелюха забезпечує застосування шість незалежних типів мислення, що сприяє розв'язанню практичних проблем, зокрема:

- Проблема емоційності, в контексті зайвих емоцій. Розв'язання здійснюється через прийняття рішення на основі оцінки ситуації з різних позицій, що ґрунтується на комплексному аналізі.

- Проблема розгубленості. Концепція паралельного мислення дозволяє зібратися і знайти вирішення завдання.

- Проблема непослідовності. За окремими ознаками структурується вся інформація, тобто на основі системного підходу вирішується проблемне питання.

ТРВЗ-технологія. Теорія розв'язання винахідницьких завдань започаткував Генріх Альтшуллер і його колеги в 1946 році. Згодом у спеціальних дослідженнях було розроблено методи й прийоми навчання на основі ТРВЗ. Це технологія комплексного використання методів та прийомів

розв'язання проблемних завдань, націлених на розвиток творчих здібностей і креативності у процесі самостійного та нестандартного вирішення суперечностей [33].

Головний принцип ТРВЗ базується на твердженні, що кожне завдання має нескінченну кількість розв'язань. Умови завдань мають бути загальними, абстрактними, не пов'язаними з конкретними життєвими ситуаціями, а також орієнтація на результат.

До методів ТРВЗ відносять: мозковий штурм, ЧРШ (час, розмір, швидкість), а також методи формальних об'єктів, моделювання маленьких чоловічків, асоціації, тенденції, погляд з боку, ситуативні задачі тощо.

Тренінг розвитку соціальної креативності.

Мета: сприяти розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Учасники: старші підлітки, учні 9-11 класів.

Структура тренінгу.

№ п/п	Вид роботи	Тривалість у хв.	Ресурсне забезпечення
1.	Привітання та вступне слово ведучого	5	Програма тренінгу
2.	Гра на знайомство «Ім'я-якість»	5	
3.	Прийняття Правил роботи	10	Фліпчарт або ватман, маркер
4.	Визначення очікувань учасників. Вправа «Берег надій»	10	Плакат з намальованим морем і берегом стікери, фломастери
5.	Гра-розминка «Фруктовий кошик»	5	

6.	Вправа «Вибери тварину»	15	Плакат з назвами тварин, комах, птахів тощо.
7.	Вправа «Малюнок»	10	Малюнки або картинки, аркуші, маркери.
8.	Вправа «Якості для спілкування»	15	Аркуші зі списком якостей
9.	Вправа «Безлюдний острів»	25	Аркуші, маркери
	Перерва	20	
10.	Мозковий штурм «Соціальна креативність – це...»	10	Фліпчарт або ватман, маркер
11.	Вправа «Крижинка»	15	Серветки чи аркуші паперу для кожного учасника
12.	«Вирішення проблеми»	30	Аркуші, маркери
13.	Гра «Шість капелюхів мислення»	20	Шість різнокольорових капелюхів
14.	Підсумки тренінгу	10	Плакат з намальованим морем і берегом стікери, фломастери

Хід заняття:

I. Вступ.

Привітання і вступне слово ведучого. Ведучий вітає учасників і повідомляє про програму тренінгу, обговорює організаційні питання.

Прийняття Правил роботи. Ведучий пропонує правила роботи, які будуть діяти протягом тренінгу. Учасникам пропонується з ними ознайомитись та доповнити своїми пропозиціями.

Ведучий на фліпчарті чи на ватмані записує правила роботи і прикріплює на доступному місці, де знаходитися до кінця заняття. Це необхідно, щоб було можна, у разі потреби, посилатися на потрібне правило.

Правила

- Цінувати час (говорити по черзі, коротко і нечасто, за темою заняття).
- Говорити тільки від свого імені.
- Бути позитивними до себе та інших (Бути +).
- Правило додавання (Я + Ти + Ми).
- Правило поваги до своєї і протилежної статі (+ +).
- Правило добровільної активності.
- Правило конфіденційності.
- Правило правої руки.

Очікування від заняття.

Вправа «Берег надій»

На фліпчарті ведучий прикріплює аркуш з малюнком, на якому зображено море і берег. Роздає учасникам стікери у форми корабликів та ручки. Пропонує учасникам написати на стікерах свої очікування від заняття. Після чого учасники по черзі озвучують написане розміщують свій стікер-кораблик на намальоване на аркуші море.

II. Основна частина.

Гра-розминка «Фруктовий кошик»

Учасники сидять у колі. Обирають ведучого, який водить у центрі. Кожний учасник обирає собі назву фрукта. Той, хто водить, говорить, які фрукти він купив на базарі, учасники, які обрали ці фрукти міняються місцями. Однак, той, хто водить, повинен устигнути зайняти вільне місце. Учасник, який залишився без місця, стає ведучим. Гра починається знову.

Вправа «Вибери тварину»

На фліпчаті ведучий пише перелік тварин, комах, птахів, плазунів. Наприклад: Черепаха, Мавпа, Оса, Миша, Слон, Вовк, Кріт, Тигр, Скус, Дельфін, Пацюк, Їжак, Орел, Свиня, Вуж, Кіт, Сова, Павук, Окунь, Кобра, Мурашка, Ластівка, Метелик, Собака, Лиса, Соловей, Коняка, Бик.

Тварин у переліку має бути на 1-2 більш ніж учасників.

Поряд з переліком тварин ведучий кладе кілька маркерів та без пояснення запропонує присутнім обрати собі тварину.

Учасники мають зробити помітку на проти обраної тварини. Жодна тварина не може бути обрана двома чи більш учасниками.

Ведучий пропонує учасників зайняти свої місця та впродовж 1хв. визначити в обраній тварині позитивну рису, яка притаманна тому, хто її обрав, або яку він хотів би запозичити у цієї тварини.

Кожен учасник представляє свою тварину.

Після виступу всіх учасників ведучий пропонує визначити позитивні характеристики тим тваринам, що лишилися поза вибором.

По закінченню вправи відбувається обговорення за допомогою питань:

- Чи легко виконувалася вправа?
- Чому навчає ця вправа?
- Яким чином усвідомлення завдань цієї вправи може допомогти ужитті?

Вправа «Малюнок»

Ведучий пропонує учасників обрати собі пару. Одному з пари дається малюнок, якій він не повинен показувати партнеру, а другому дають чисті аркуші паперу і маркери.

Учасники стають спиною один до одного.

Учасник, в якого є малюнок повинен дуже детально описати його своєму партнерові, щоб той зміг намалювати найточнішу копію.

Однім учасникам парам, які малюють дозволяється задавати питання партнеру, а іншим – не дозволяється.

По закінченню вправи, ведучий пропонує учасникам порівняти малюнки у тих пар, яким було дозволено задавати питання з тими, яким було недозволено задавати питання.

Група обговорює наявні відмінності і визначає їх причини.

Вправа «Якості для спілкування»

Ведучий роздає аркуші зі переліком якостей для спілкування:

- Емпатія
- Доброзичливість
- Відкритість
- Толерантність
- Ініціативність
- Конкретність
- Прийняття почуттів
- Відвертість
- Увага
- Повага

Учасники повинні проаналізувати цей перелік та проранжирувати якості відносно себе.

Вся група виконує спільне завдання, а саме всі разом ранжирують ці самі якості для спілкування в залежності їх важливості. Учасники разом вирішують, які якості найбільш важливі у спілкуванні. Суперечливі питання обговорюються до моменту досягнення повного порозуміння.

Вправа «Безлюдний острів»

Ведучий на підлозі розкладає великий папір (ватман), роздає маркери учасникам.

Ведучий оголошує завдання: «Уявіть собі, що в наслідок корабельної катастрофи ви потрапили на безлюдний острів. На протязі 20 років ви не зможете повернутися до дому. Ваша задача – створити для себе умови в яких ви зможете вижити, а саме:

- освоїти острів та організувати на ньому господарство;

- налагодити соціально-суспільне життя (створити організації, розподілити обов'язки, доручення, ролі та ін.);

- встановити правила та норми спільного життя на острові».

Після виконання завдання всі учасники презентують виконане завдання.

По закінченню вправи відбувається загальне обговорення.

Мозковий штурм «Соціальна креативність – це....»

Всі учасники поділяються на групи 3-6 чоловік.

За 5 хвилин в групах відбувається пряма мозкова атака щодо висунування пропозицій до визначення поняття.

Після цього всі найбільш цікаві ідеї групи передаються іншим групам для обговорення і генерування ідей.

Ці вторинні ідеї і є основою для рішення змістовних проблем і загального обговорення.

Вправа «Крижинка»

Вправа вчить бачити різноманітність, цінувати та знаходити для неї різноманітне застосування, виробляє навички неполярного мислення.

Ресурси: серветки чи аркуші паперу для кожного учасника.

Ведучий пропонує учасникам встати та повернутися спиною досередини кола та виконувати наступні завдання не перепитуючи.

Завдання:

- Розгорніть серветку.
- Складіть серветку вдвоє, відірвіть верхній лівий кут серветки.
- Складіть серветку вдвоє, відірвіть її нижній правий кут.
- Складіть серветку вдвоє, відірвіть її нижній лівий кут.
- Складіть серветку вдвоє, відірвіть верхній правий кут.
- Складіть серветку вдвоє, відірвіть її нижній правий кут.

Після виконання завдань ведучий пропонує учасникам повернутися до кола обличчям і розгорнути свої серветки та показати присутнім.

Обговорення вправи.

- Які думки у вас виникають?
- Яка з «крижинок» найправильніша, чому?
- Які ризики може нести одноманітність світу?
- Як їх можна подолати?

«Вирішення проблеми»

Учасники поділяються на мікрогрупи. За жеребкуванням мікрогрупи отримують тематику проблеми (наприклад: війна, тероризм, безпритульні діти, наркоманія, алкоголізм, куріння, екологічні катастрофи, бездуховність тощо). Протягом 30 хв.

Мікрогрупи повинні визначити шляхи вирішення проблеми, підготували плакати за темою, а також презентацію. Форму презентації обирає мікрогрупа самостійно.

III. Підсумки тренінгу.

Гра «Шість капелюхів мислення»

Ведучий інформує, що білий капелюх визначає нейтральне ставлення до соціальної креативності. Учасники тренінгу, які отримали цей капелюх оперують аргументами, фактами, цифрами.

Учасники у чорному капелюсі шукають в соціальної креативності розбіжності, труднощі, негативні явища.

Жовтий капелюх визначає конструктивний стиль мислення, сприяє оптимізму, віри в майбутнє, позитивному настрою. Тому учасники з цієї позиції визначають соціальну креативність.

Червоний капелюх означає коментування ролі соціальної креативності у сучасному суспільстві спираючись на почуття й інтуїцію.

Учасники із зеленим капелюхом закликають решту учасників до нестандартних рішень, творчої взаємодії у визначенні і розвитку соціальної креативності.

Синій капелюх координує хід дискусії, намагається керувати її перебігом.

Під час гри учасники об'єднуються у шість груп і по черзі знаходяться в ролі власника кожного капелюха.

Дискусію розпочинає учасники з білим капелюхом для ознайомлення з інформацією про соціальну креативність. У процесі дискусії узгоджується послідовність виступів представників капелюхів іншого кольору в залежності від активності учасників, проте зазвичай після Чорного капелюха слово, надається Зеленому. Завершує дискусію Синій капелюх. Така послідовність виступів урівноважує думки й оцінки.

Вправа «Підсумок»

Наприкінці заняття ведучий пропонує вернутися до першого завдання з якого почалось заняття. Обговорити очікування від заняття. Якщо очікування учасника виправдалися, потрібно перемістити свій стікер-корабель, який розташований на фліпчарті до берегу.

Учасники висловлюють побажання один одному і групі та прощаються.

Отже, запропонований тренінг враховує вікові особливості старших підлітків, спрямований на розвиток соціальної креативності, що передбачає вміння ефективно спілкуватися, спільно знаходити оригінальні рішення проблеми, розуміти свої почуття та почуття інших, визначати і сприймати різноманітність тощо.

Висновки до розділу 3

Відповідно до завдання дослідження у розділі були наданий аналіз одержаних результатів, за якими виявлена недостатня інформованість у переважної більшості респондентів щодо сутності соціальної креативності й можливостей її розвитку.

З'ясовано, що старші підлітки характеризуються переважно середнім рівнем соціальної креативності, однак достатньо велика кількість старших підлітків виявляють її низький рівень. У старших підлітків спостерігається

недостатній рівень розвитку соціальної креативності, що ускладнює їх комунікацію, взаємодію з іншими людьми.

За результатами емпіричного дослідження надані методичні рекомендації щодо застосування тренінгових технологій з розвитку соціальної креативності старших підлітків.

Розроблено тренінг розвитку соціальної креативності, в якому використані найбільш ефективні методи та технології для досягнення мети, зокрема метод Е. де Боно «Шість капелюхів мислення», ТРВЗ-технологія, яка включала мозковий штурм, асоціації, тенденції, ситуативні задачі тощо.

Тренінг розрахований на 3,5 години, враховує вікові особливості старших підлітків, спрямований на розвиток соціальної креативності, що передбачає вміння ефективно спілкуватися, спільно знаходити оригінальні рішення проблеми, розуміти свої почуття та почуття інших, визначати і сприймати різноманітність тощо.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі наведені теоретичний аналіз та емпіричне дослідження, запропоновано вирішення проблеми розвитку соціальної креативності старших підлітків засобами тренінгових технологій.

1. Теоретичний аналіз соціальної креативності як педагогічної проблеми показав, що незважаючи на чисельні студіювання, проблема соціальної креативності залишається актуальною, оскільки не має єдності у визначенні понять креативність і соціальна креативність у зарубіжній та вітчизняній педагогіці.

З'ясовано, що креативність у педагогіці співвідноситься з творчістю і розглядається як важливіший чинник обдарованості, під цим поняттям розуміється особистісна інтегративна риса особистості, яка визначає здатність до генерування нових та нестандартних ідей, проявляється у готовності змінюватися, відмовлятися від стереотипів, вона допомагає швидко знаходити оригінальні рішення складних проблем, відкритості до нового, інноваційного, проявляється у тому, що людина вкладає творчий підхід в усі види особистісної активності.

Встановлено, що соціальна креативність є здатністю особистості ефективно вирішувати нестандартні ситуації у сфері спілкування і взаємин, оперативно знаходити й ефективно застосовувати нестандартні, оригінальні творчі рішення ситуацій міжособистісної взаємодії.

2. Виявлено особливості розвитку соціальної креативності старших підлітків. З'ясовано, що цей період характеризується усвідомленням себе як дорослої особи та переосмислюється система цінностей. Особливістю цього віку є формування активного, самостійного, творчого мислення. Поява відчуття дорослості як специфічного новоутворення самосвідомості є якістю, в якій відображається нова життєва позиція у ставленні до себе, людей і світу в цілому. Старші підлітки характеризуються прагненням до спілкування, появою нової соціальної позиції, в якій чітко формується її свідоме ставлення

до себе, як до члена суспільства, в них оформлюються стійкі форми поведінки.

3. Обґрунтовано потенціал тренінгових технологій у розвитку соціальної креативності старших підлітків.

З'ясовано, що тренінг є технологією, що належить до різних галузей знань, виокремлюючи саме його спрямованість: вироблення умінь і способів дій у практичних ситуаціях; формуванні певних знань, умінь і навичок.

Тренінг – це організаційна форма освітнього процесу, яка, спираючись на досвід і знання її учасників, забезпечує ефективне використання різних педагогічних методів за рахунок створення позитивної емоційної атмосфери та спрямовується на отримання сформованих навичок і життєвих компетентностей.

4. Досліджено особливості розвитку соціальної креативності старших підлітків за допомогою обраних комплексу методів: анкетування, у процесі якого було виявлено погляди старших підлітків на проблему соціальної креативності; тестування, що дозволило виявити рівень соціальної креативності старших підлітків, зокрема: опитувальник креативності Д. Джонсона, методика для оцінки соціальної креативності К. Мушіро та А. Бернуссі, діагностика вербальної креативності (Методика RАТ С.Мідника).

Одержані результати емпіричного дослідження засвідчили, переважно середній рівень соціальної креативності старших підлітків та майже у третини респондентів виявився її низький рівень. Встановлено, що у старших підлітків недостатній рівень розвитку соціальної креативності, що ускладнює їх комунікацію, взаємодію з іншими людьми. Виявлена взаємозалежність між рівнем розвитку оригінальності та унікальності вербальної креативності.

5. За одержаними результатами емпіричного дослідження розроблено тренінг розвитку соціальної креативності старших підлітків, який враховує вікові особливості старших підлітків, спрямований на розвиток у них соціальної креативності, передбачає оволодіння вміннями ефективно

спілкуватися, спільно знаходити оригінальні рішення проблеми, розуміти свої почуття та почуття інших, визначати різноманітність тощо. В тренінгу використані найбільш ефективні методи та технології для досягнення мети, зокрема метод Е. де Боно «Шість капелюхів мислення», ТРВЗ-технологія, яка включає мозковий штурм, асоціації, тенденції, ситуативні задачі тощо.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми розвитку соціальної креативності старших підлітків, що потребує подальшого дослідження окремих аспектів окресленої проблеми. Проте, завдання дослідження виконані, а мета дослідження досягнута.

СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонішева В. Л. Визначення сутності поняття креативності в психолого-педагогічній науці. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*: зб. наук. пр. 2010. Вип. 14, книга II. С. 11-18.
2. Антонова О.Є. Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки : монографія / за ред. О.А. Дубасенюк. Житомир: Вид-во ім. І. Франка, 2012. С. 14-41.
3. Бех І. Д. Особистісно зорієнтоване виховання: наук. метод. посіб. К. : ІЗМН, 1998. 204 с.
4. Белоусова Р. В. Індивідуально-типові особливості комунікативної креативності: дис. .. канд. психол. наук: 19.00.01. Одеса, 2004. URL: <http://www.disslib.org/indyvidualno-typovi-osoblyvosti-komunikatyvnoyi-kreatyvnosti.html>
5. Беякова С. М., Шовкова К. О. Соціально-психологічні особливості розвитку особистості сучасного підлітка. *Молодий вчений*. 2018. № 5 (57). С. 454-458.
6. Бондарєва Л. І. Навчальний тренінг як засіб професійної підготовки майбутніх менеджерів організацій в економічних університетах : дис. кан. пед. наук : 13.00.04. Київ, 2007. 250 с.
7. Великий тлумачний словник сучасної української мови; за ред. В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
8. Вікова та педагогічна психологія: Навчальний посібник. О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук та ін. К. : Просвіта, 2001. 415 с.
9. Вісник психології і педагогіки. Режим доступу: URL:https://www.psyh.kiev.ua/%D0%94%D0%B8%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%B5_%D0%BC%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F

- 10.Галімов А. В. Дослідження можливостей соціально-психологічного тренінгу щодо формування комунікативних та емпатійних якостей майбутніх фахівців соціальної сфери. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2009. № 1. С. 42-47.
- 11.Гончаренко С. Український педагогічний словник: довідкове видання Київ. Либідь, 1997. 376 с
- 12.Діагностика креативності у профорієнтаційній роботі : методичні рекомендації. Н. А. Бельська, М. Ю. Мельник, М. М. Новгородська. Київ 2021. 72 с.
13. Дімітрова-Бурласенко С. Д. Генеза поняття «Креативна компетентність» у контексті психолого-педагогічних досліджень. *Педагогіка та психологія*. Збірник наукових праць. Харків, 2017. Вип. 58. 3-14 с.
14. Дуткевич Т. Гендерні особливості соціальної креативності майбутніх магістрів педагогічних спеціальностей. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія 12. Психологічні науки. 2021. Випуск 15 (60). С.47-57.
- 15.Енциклопедія освіти. Нац. акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г. Кремень та др.: 2-ге вид., допов. та перероб. Київ. 2021. 1144 с.
- 16.Єрмоленко К. В. Психологічний аналіз теоретико-методологічних передумов дослідження соціальної креативності майбутніх психологів. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського*. Психологічні науки. 2016. № 1(16) С. 188–192.
- 17.Заброцький М. М. Основи вікової психології. Навчальний посібник. Тернопіль: Навчальна книга. Богдан. 2004. 112с.
- 18.Керік О. Використання тренінгових технологій у професійній підготовці фахівців соціальної сфери. *Молодь і ринок*. 2015. № 2. 136-140 с.

- 19.Лук'янова Л. Тренінгові технології в освіті дорослих. Режим доступу:
URL: <http://lib.iitta.gov.ua>.
- 20.Макаренко Н. М. Психологічні чинники розвитку креативного мислення майбутніх практичних психологів: автореф. дис. ... канд. Київ, 2018. 18 с.
- 21.Маслоу А. Дальние пределы человеческой психики. СПб. : Евразия, 1999. 432 с.
- 22.Моляко В.О. Психологічна готовність до творчої праці. Київ : Знання УРСР, 1989. 36 с.
- 23.Моляко В.О. Психологія творчості – нова парадигма дослідження конструктивної діяльності людини. *Практична психологія та соціальна робота*. 2004. №8. С.1-4.
- 24.Мірошнік С. І. Навчальний тренінг як оптимальна форма організації навчання педагогічних працівників в умовах післядипломної педагогічної освіти. *Електронне наукове фахове видання «Народна освіта»*. 2012. URL: <https://repository.kristti.com.ua/handle/eiraise/269>
- 25.Ніколенко К. В. Креативність як чинник соціальних змін: рукопис. дис...канд.філос.наук. 09.00.03 Київ, 2017. 181 с.
- 26.Новікова Л.М. Тренінг як засіб активізації навчання у вищій школі : навч.-метод. посіб. Павлоград: Максимус-К, 2008. 110 с.
27. Опитувальник креативності Д. Джонсона. режим доступу: URL: [https:// infopedia.su/ 21xc0ae.html](https://infopedia.su/21xc0ae.html)
- 28.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. І. 312 с.
URL:<http://eprints.zu.edu.ua/24316/1/%D0%BF%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%201.PDF>

- 29.Павленко В. В. Особливості розвитку креативного мислення школярів. *Креативна педагогіка*. Житомир, 2015. № 10. С. 109-114.
- 30.Павленко В.В. Креативність: сутнісна характеристика поняття. *Креативна педагогіка*. Житомир, 2016. №. 11. С.120-131.
- 31.Педагогічний словник : за ред. М. Ярмаченка. Педагогічна думка Київ. 2001. 516 с.
- 32.Починок Є. А. Теорія розв'язання винахідницьких завдань на уроках природознавства як фактор розвитку творчої особистості молодшого школяра.URL:<http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/15970>
- 33.Психологічна енциклопедія: автор-упоряд. О. Степанов. Київ. 2006. 424 с.
- 34.Саврасов М., Александров К. Соціальна креативність у структурі творчих здібностей майбутнього педагога. Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти. 2019. 105-115 с.
- 35.Саврасов М. В., Єрмоленко К. В. Психологічний аналіз теоретико-методологічних передумов дослідження соціальної креативності майбутніх психологів. *Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського*. Миколаїв, 2016. 188–192 с.
- 36.Савчин М. В. Здатності особистості : монографія. Київ. 2016. 285 с.
- 37.Санникова О. П., Белоусова Р. В. Оценка показателей коммуникативной креативности с помощью оригинальной методики. *Наука і освіта*, 2001. № 6, С. 52-54.
- 38.Семенова А.В. Развитие профессиональной компетентности фахівців засобами парадигмального моделювання (інтерактивний тренінг) : навч.- метод. посібник. Одеса, 2006. 130 с.
- 39.Семенова Р. О. Теоретико-методологічні підходи до розробки проблеми обдарованості: здобутки і перспективи. *Актуальні проблеми психології: Проблеми психології обдарованості.*: Збірник наукових праць. За ред. С.Д. Максименка та Р.О.Семенової. Т. 6. Вип. 3. Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І.Франка. 2008. С. 23-36.

https://lib.iitta.gov.ua/7135/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0.%D0%9E._2008.pdf

40. Сисоєва С. О. Підготовка вчителя до формування творчої особистості учня : монографія. Київ : 1996. 406 с.
41. Теоретичні і прикладні аспекти розвитку креативної освіти у вищій школі: монографія / за ред. О. А. Дубасенюк. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. 284 с.
42. Токарева Н. М., Шамне А. В., Н. М., Макаренко Н. М. Сучасний підліток у системі психолого-педагогічного супроводу : монографія. Кривий Ріг. 2014. 312 с.
43. Тест вербальної креативності (Методика РАТ С. Мідника).
https://studexpo.net/90710/psihologiya/test_verbalnoyi_kreativnosti_midnika
44. Філософський енциклопедичний словник / Голов. ред. В.І. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
45. Черненко Н.М. Теоретичні і методичні засади підготовки майбутніх менеджерів освіти до управління ризиками у навчальних закладах: дис. ... д-ра пед. наук : спец. 13.00.04 Одеса, 2016. 572 с.
46. Ягоднікова В.В. До проблеми педагогічної креативності. *Науковий часопис НПУ імені М.П.Дрогоманова*. Серія 16. Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики: збірник наукових праць / Ред.кол.: Н.В.Гузій (відп.ред.). Вип.18 (28). К.: Вид-во НПУ імені М.П.Дрогоманова, 2012. 171-175 с.
47. Ягоднікова В.В. Інтерактивні форми і методи навчання та виховання учнів. Навчальне видання. Серія «Адміністратору школи» Інтерактивні вправи та ігри. Харків: Видавнича група «Основа», 2010. Харків. 2010. 85-144 с.
48. Barron F. Creative person and creative process F. Barron. Ibid., 1976. Vol.10. № 3. P. 165-169.

49. Barron F. Creativity, intelligence and personality. *Ann. Rev. of Psychol.* 1981. V.32. P. 439-476.
50. Guilford Y. P. The nature of humane intelligence. New York, 1967.
51. Guilford J.P. New frontiers of testing in the discovery and development of human talent / J. P. Guilford . Seventh Annual Western Regional Conference on Testing Problems. Los Angeles, 1958.
52. Joinson A. N. Understanding the Psychology of Internet Behaviour: Virtual Worlds, Real Lives. Adam N. Joinson. - New York : Palgrave Macmillan, 2003. 224 p
53. Lubart T. Creativity across cultures Hand book of creativity. N.Y. : Cambridge University Press, 1999. P. 339–350.
54. Mouchiroud, C., Bernoussi A. An empirical study of the construct validity of social creativity. *Learning and Individual Differences*, 2008. 18. P. 372-380.
55. Mouchiroud, C., Lubart, T. I. Social creativity: A crosssectional study of 6- to 11-year-old children. *International Journal of Behavioral Development*, 2002. 26, P. 60-69.
56. Social creativity psychology. Peking: China Social Science Press Gu C., Hu B.J., Ngwira F., Jing Z., Zhou Z.. The Effect of General Creative Personality and Freedom of Task Choice on Adolescents' Social Creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 2014. P.1-18.
57. Sternberg R. J. A three-facet model of creativity. *The nature of creativity*. Cambridge : Cambr. Press, 1988. P. 125-147.
58. Tajfel, H., Turner, J.C. An integrative theory of intergroup conflict. In W.G. Austin, S. Worchel. (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*. 1979. P. 33-47.
59. Torrance E. P. The nature of creativity as manifest in its testing. *The nature of creativity* / R. Sternberg, T. Tardif (eds). 1988. P. 43-75.

60. Taylor C. W. Various Approaches to and Definitions of Creativity//The Nature of Creativity/ Sternberg R.J. (Ed.). – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1988. P. 99-124.
61. Wollach M. A. A new look at the creativity – intelligence distinction / M. A. Wollach, N. A. Kogan // Journal of Personality. 1965. – № 33. – P.348 – 369

Опитувальник

Добрий день! Просимо Вас взяти участь в опитуванні. Ваше прізвище зазначати не обов'язково. Отримані дані будуть використані тільки в узагальненому вигляді. Дякуємо за участь у дослідженні!

1. Що саме Ви розумієте під поняттям «соціальна креативність особистості»?

2. Оберіть один із варіантів відповіді на питання щодо сутності природи креативності:

- креативність властива не кожній людині, вона є із народження, оскільки має генетичну природу;
- креативність властива кожній людині та її можна розвивати;
- наявність або відсутність креативності пояснюється соціально-побутовими умовами, у яких формується й розвивається особистість;
- взагалі ніколи не замислювався над цією проблемою.

3. Чи вважаєте Ви соціальну креативність запорукою успішної кар'єри в будь-якій сфері діяльності?

Так / Ні

4. Чи вважаєте Ви, що соціальна креативність як здатність особистості необхідна тільки людям професій «Людина-людина»?

Так / Ні

5. Чи вважаєте Ви за необхідне розвивати соціальну креативність?

Так / Ні

6. Визначте шляхом самооцінки наявність у Вас соціальної креативності:

- наявний високий рівень;
- наявний достатній рівень;
- наявний недостатній рівень.

7. Проранжуйте основні умови реалізації соціальної креативності:

- перспектива успішної кар'єри,
- бажання справити враження на оточуючих,
- прагнення вирішити як найкраще проблему,
- творчі здібності,
- не вступати в конфлікт,
- вміння регулювати власну поведінку,
- впевненість у власних силах.

Опитувальник креативності Д. Джонсона

для самодіагностики креативної поведінки.

Мета: виявлення рівнів сформованості креативних якостей особистості підлітків.

Текст опитувальника:

Творча особистість здатна:

1. Відчувати тонкі, невизначені, складні особливості навколишнього світу (чутливість до проблеми, перевагу складнощів).
2. Висувати і висловлювати велику кількість різних ідей в даних умовах (швидкість).
3. Пропонувати різні види, типи, категорії ідей (гнучкість).
4. Пропонувати додаткові деталі, ідеї, версії або рішення (спритність, винахідливість).
5. Виявляти уяву, почуття гумору і розвивати гіпотетичні можливості (уява, здатності до структурування).
6. Демонструвати поведінку, яка є несподіваною, оригінальною, але корисною для вирішення проблеми (оригінальність, винахідливість і продуктивність).
7. Утримуватися від прийняття першої що прийшла в голову, типової, загальноприйнятої позиції, висувати різні ідеї і вибирати кращу (незалежність, нестандартність).
8. Виявляти впевненість у своєму рішенні, незважаючи на труднощі, які виникли, брати на себе відповідальність за нестандартну позицію, думку, яка сприятиме вирішенню проблеми (упевнений стиль поведінки з опорою на себе, самодостатня поведінка).

У листі відповідей з номерами від 1 до 8 відзначені характеристики творчого прояву (креативності).

Необхідно оцінити використовуючи п'ятибальну систему, в якому ступені в кожного учня проявляються вищеописані характеристики.

Можливі оцінні бали: - ніколи, - рідко, - іноді, - часто, - постійно.

Відповідність суми балів рівням творчих здібностей:

40-34 – дуже високий;

33-27 – високий;

26-20 – середній;

19-15 – низький;

14-8 – дуже низький.

Тест віддалених асоціацій (RAT) С. Медніка

(вербальна креативність).

Інструкція до тесту. Ви підбираєте до трьох слів, які зазначені в таблиці нижче, четверте, але таке, що підходило б до кожного слова, тобто могло б скласти словосполучення з кожним із запропонованих слів. Наприклад: швидкий, зелений, повний; словом-відповіддю може служити слово поїзд. Ви можете також змінювати слова граматично, використовувати прийменники. Наприклад: годинник, скрипка, єдність. Відповіддю може слугувати слово майстер: годинниковий майстер, скрипковий майстер, єдиний майстер, або варіант із прийменником – майстер на годину. Якщо у відповідь на запропоновані стимули у вас виникає не одна, а декілька асоціацій, напишіть усі. Відповіді запишіть у таблицю (див. нижче), у порожню колонку. Якщо ви змінюєте слова, то словосполучення записуйте повністю, якщо ж не змінюєте слова, то пишіть тільки пропонуване слово. Працюйте в будь-якому зручному для вас режимі, у часі ви не обмежені. Через те, що тут важливі виключно ваші особисті результати, будь ласка, не відволікайтесь і працюйте індивідуально! Мета тесту – намагайтесь, щоб ті образи, ті асоціації, які приходять вам на розум у відповідь на запропоновані слова, були б якомога оригінальніші й яскравіші, найбільш незвичайні. Нехай це будуть словосполучення, які в звичайному житті навіть не вживаються та звучать досить незвично. Спробуйте створити щось нове й оригінальне. Отже, намагайтесь на кожне завдання дати якомога більше відповідей, оригінальних і незвичайних.

Тестовий матеріал:

1. випадкова гора довгоочікувана
2. вечірня папір стінна
3. назад батьківщина шлях
4. далеко сліпий майбутнє
5. народна страх світова

6. гроші квиток вільне
7. людина погони завод
8. двері довіра швидко
9. друг місто коло
10. потяг купити паперовий

Тестовий матеріал для заключного етапу дослідження

1. гучна правда повільно
2. холодна зелень каламутна
3. минуле море друзі
4. гострозорий вія скляний
5. свіжа англійська новини
6. кіно іспит проїзний
7. кімната положення річка
8. важке витекло золото
9. мундир містечко квиток
10. несподівано людина вулиця