

*Воронцова Е.В.,
науковий співробітник
відділу проектної діяльності,
ДНУ «Інститут модернізації змісту
освіти»*

ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОСТІ У ЛЮДЕЙ ТВОРЧИХ ПРОФЕСІЙ

Анотація. В статті розглянуто дуже важливий аспект професій майбутнього – креативність у роботі дорослих людей. Проаналізовані результати дослідження, проведеного в робочому колективі регіональної телекомпанії. Креативність розглядалась з точки зору посади людей, статі, віку та посади, що займає особа. Виявлені цікаві кореляції та зроблені висновки. Стаття містить 5 диференціальних таблиць.

Ключові слова: вербальна креативність, невербальна креативність, продуктивність.

Сінгапурська агенція праці і соціального розвитку один раз на 10 років проводить дослідження ринку праці, робить аналіз компетенцій, що користуються попитом, та намагається робити прогноз на наступні роки. Ми скористалися даними на 2010 рік, але тенденції попиту на певні групи професій можна проаналізувати і зараз.

Отже, відповідно даних попит на ринку праці на рутинні мисленнєві та немисленнєві види праці зменшуються. Причому на рутинну мисленнєву працю попит зменшується в найбільшій мірі. Це відбувається завдяки тому, що якщо роботу можна алгоритмізувати, тоді можна створити комп'ютерну програму, що зможе замінити людину, бути більш швидкою, не припускати помилок і не втомлюватися. Прикладом таких програм є бухгалтерські, перекладацькі, редакторські тощо.

На нерутинну ручну працю попит практично залишається на одному рівні. Завжди залишаються ті споживачі, хто потребує якихось індивідуальних продуктів, будь це торт, букет квітів чи вишиванка.

Попит на нерутинні види праці – мисленнєву та міжособистісну, - стрімко збільшується і тенденція свідчить, що буде збільшуватися і в майбутньому.

Складовою нерутинних видів праці є креативність, яку в останні часи розглядають як вміння діяти відповідно до існуючих умов.

Креативність, або здатність творчо діяти, стала об'єктом детального дослідження починаючи з середини 60 років минулого століття, коли американський психолог Джой Гілфорд запропонував кубічну модель структури інтелекту та зафіксував існування двох принципово відмінних типів розумових операцій: конвергенції і дивергенції. Основою креативності Дж. Гілфорд вважав дивергентне мислення, тобто таке, яке відбувається в різних напрямках, допускає різні варіанти пошуку розв'язання проблеми [3]. Ідеї Дж. Гілфорда в подальшому отримали розвиток у роботах Е.Торренса, який вважав,

що творча подія відбувається в певній послідовності, а саме: усвідомлення проблеми, пошук шляхів вирішення, висування гіпотез, їх перевірка, досягнення певного результату.

Актуальність проблеми, що розглядається в статті, полягає в тому, що завданням сучасної освіти і суспільства в цілому є формування творчої особистості, здатної самостійно діяти у вирішенні нагальних проблем і питань. Отже, дослідження креативності, її діагностики та умов, що сприяють її розвитку набуває все більшого значення.

Цілі сталого розвитку – це план досягнення кращого та більш стійкого майбутнього для всіх. Міжнародний центр технічної та професійної освіти та навчання UNESCO-UNEVOC (далі ЮНЕСКО-UNEVOC) визнає, що загальний успіх Порядку денного до 2030 року залежить від молоді та дорослих, які мають відповідні знання, навички та компетенції, щоб сприяти її досягненню пріоритетної цілі 4 Ічхонської декларації, яка має на меті «забезпечити інклюзивність та справедливу якісну освіту, сприяння можливостям навчання впродовж життя для всіх», що є основою роботи ЮНЕСКО-UNEVOC, зокрема: Тому проблема креативності в останні роки, стає однією з центральних проблем психології.

З вище зазначеного випливає **тема** нашого дослідження «Креативність та її дослідження у дорослої людини».

Об'єктом дослідження є прояв креативності, як своєрідна форма діяльності, у людей творчих професій

Проблема креативності виступає одним із напрямків постійного наукового пошуку багатьох вчених-психологів і педагогів, як зарубіжних, так і вітчизняних. Вони прагнуть визначитись у розумінні та окресленню цього поняття, зрозуміти зв'язок креативності з іншими психологічними характеристиками особистості, перш за все з інтелектом як ознакою загальної обдарованості та творчими здібностями. Креативність є одним з критеріїв, що оцінює міжнародне дослідження якості освіти «PISA».

В сучасній педагогічній психології та психології праці визначено фактори мікросередовища, що мають спонукальний вплив на розвиток креативності: невимушеність, нерегламентованість поведінки; предметно-інформаційна насиченість навчального або професійного середовища; наявність прикладів та зразків креативної поведінки.

Ден Кіт Саймонтон, автор книги «Парадокси обдарованості», висунув гіпотезу, що освітнє (або професійне середовище) для сприяння розвитку креативності має пропонувати еталонні зразки творчої поведінки для наслідування. З його точки зору, максимально сприятливим для розвитку креативності є соціально і політично нестабільне середовище [4].

Відповідно нашим дослідженням можна зробити висновок, що процес формування креативності складається з певного ряду етапів і супроводжується оволодінням соціально важливою діяльністю шляхом наслідування. Умовою переходу від наслідування до самостійної творчості є особистісна ідентифікація з зразком творчої поведінки.

Рівень розумових здібностей і творча реалізація особистості не завжди корелюють, тому виникла необхідність, з одного боку, визначення інтелектуальної обдарованості й продуктивності, з іншого боку, творчої обдарованості, як самостійного явища, і продуктивності як результату. Це останнє поняття отримало назву коефіцієнта креативності (Cr).

Нами проведено дослідження серед працівників регіональної телекомпанії. **В ньому** взяло участь 60 осіб, з них 65% жінок та 35% чоловіків, віком від 20 до 50 років. За розподілом посад: 53% – працюють на посаді редактора, на посаді режисера 27 %, телеоператорів –20%.

В якості діагностичного матеріалу були обрані такі методики: субтест «Словесна продуктивність» з батареї тестів креативності Джона Гілфорда і «Діагностика невербальної креативності» – модифікований версія тесту Еліса Торренса. Обробка і інтерпретація результатів відбувалась за стандартними тестовими нормами.

Результати дослідження узагальнені і проаналізовані.

Таблиця 1. - Узагальнені дані діагностики вербальної продуктивності за субтестом Дж.Гілфорда

Показник словесної продуктивності	Високий %	Середній %	Низький %
Всього	60%	20%	20%
Редактори	69%	25%	6%
Телеоператори	33,3%	33,3%	33,3%
Режисери	63%	0	37%

Більша частина досліджуваних має високий рівень словесної продуктивності. Це можна пояснити тим, що в даній виборці більша частина людей (53 %) працюють на посаді редакторів, їх професійна діяльність пов'язана з роботою з текстом, і тому їх словесна продуктивність досить висока.

Таблиця 2– Порівняння рівнів вербальної креативності у представників різних професій за субтестом Дж. Гілфорда

Показник вербального компонента оригінальності	Високий %	Середній %	Низький %
Всього	13%	58%	28%
Редактори	12,5%	62,5%	25%
Режисери	25%	62,5%	12,5%
Телеоператори	0%	33,3%	66,6%

Отже, за результатами, наведеними в цій таблиці, можна побачити, що у редакторів та режисерів вербальна оригінальність знаходиться на середньому рівні. У телеоператорів переважає низький рівень вербальної креативності, втім як високі показники відсутні взагалі. Це пояснюється специфікою їх роботи, вони менш за всіх використовують вербальні образи.

Лексичний аналіз оригінальних слів виявив такі тенденції:

44 % - слова змішаного лексичного значення (лахміття, лівер, лассо, лісосмуга тощо);

23% - слова, запозичені з інших мов (локатор, лімузин, лосини тощо);

9% - застарілі слова, архаїзми (лаття, лохань, лорнет);

8% - абстрактні поняття (логіка, людяність);

5,9% - слова, що позначають належність людини до той чи іншої спільності людей (лавочник, ливарник, ліберал);

4,7 % - назви рослин (любисток, левкой);

3,5 % жаргонізми (лафа).

Отже з наведеного аналізу можна зробити висновок, що найбільш уживаними словами оригінальними (в даній вибірці) є слова іншомовного походження (локатор, лімузин, лосини тощо), а найменш застосованими – жаргонізми.

Є стійке переконання, що жінки мають більшу вербальну креативність, а чоловіки більш високу невербальну креативність. Результати нашого дослідження за методикою Е. Торренса.

Таблиця 3– Результати порівняння невербальної креативності в залежності від статі за методикою Е.Торренса

Показник невербальної креативності	Високий %	Середній %	Низький %
Всього	57%	20%	23%
Чоловіки	70%	20%	10%
Жінки	50%	20%	30%

Відповідно до нашого дослідження невербальна креативність у чоловіків дійсно вище ніж у жінок.

Таблиця 4 – Узагальнені результати діагностики невербальної креативності

Показник невербальної креативності	Високий %	Середній %	Низький %
Всього	57%	20%	23%

Отже, підсумовуючи результати тестування можна зазначити таке. Більша частина досліджуваних (60%) має високий рівень вербальної продуктивності, у працівників творчих професій переважає середній рівень вербальної оригінальності (60%). Показник невербальної оригінальності – на рівні 57%, що також відповідає високому рівню.

Таблиця 5 – Узагальнені дані діагностики креативності у дорослих працівників творчих професій.

Узагальнений рівень креативності	Високий %	Середній %	Низький %
Всього	43,6%	34,4%	21,8%

Узагальнений рівень креативності є достатньо високим: 43,6 % працівників телебачення мають високий рівень креативності, і тільки 21,8 % - низький рівень креативності.

Найбільша кількість досліджуваних, які мають високу вербальну продуктивність, працюють на посаді редактора. Найбільша кількість досліджуваних, що мають низький рівень вербальної продуктивності, це телеоператори. Їх робота пов'язана з візуальними образами, тому це цілком логічно.

У чоловіків, як і у жінок, домінує середній рівень вербальної оригінальності (правильний розподіл). Але у чоловіків кількість осіб з високим та низьким рівнем вербальної оригінальності однаковий, в той час, коли у жінок кількість осіб з низьким рівнем вербальної оригінальності вдвічі перевищує кількість осіб з високим рівнем оригінальності. Тільки 10% має низький рівень невербальної креативності, втім як у жінок кількість досліджуваних, що мають середній і низький рівень показників невербальної креативності складають половину. Але високі показники невербальної креативності як у чоловіків, так і у жінок переважають за інші.

У результаті лінійного кореляційного аналізу Пірсона є цікаві значимі кореляції (для значення $p < 0,5$).

1) кореляційний зв'язок – позитивний, близький до одиниці ($r = 0,9$) і виявлено між **продуктивністю у тесті Дж. Гілфорда вербальної креативності** Тобто чим більше людина продукує продукту взагалі, тим більша ймовірність отримати оригінальні ідеї. Цей зв'язок свідчить і про те, що ті люди, які зберігають високу працездатність і низьку виснаженість, є більш креативними за показником «продуктивність». Цей показник характеризує тип нервової системи людини, її темперамент. Також можна припустити, що ті люди, які і в першому і другому субтесті Дж. Гілфорда показали високу продуктивність, є більш ерудованими, мають великий словниковий запас, і як результат – більш високий вербальний інтелект.

- значима кореляція – позитивна ($r = 0,53$) - між **часом виконання першої частини** вербального субтесту Дж. Гілфорда та **часом виконання другої частини** того ж субтесту. На наш погляд, виявлена кореляція характеризує якості нервової системи досліджуваних та рівень продуктивності. За цим показником також можна визначати більш продуктивних осіб, і на основі високої продуктивності – більш креативних.

Остання значима кореляція ($r = 0,47$), яку ми розглядаємо, виявлена між **віком** досліджуваних та **посадою**, на якій вони працюють. Загально відомо, що кар'єрний ріст відбувається з часом, тобто корелює з віком людини.

За нашими висновками працівники регіональної телекомпанії мають достатньо високі показники креативності. Причино-наслідкові зв'язки необхідно досліджувати додатково. Не потрапило у поле дослідження, чи то люди з явними креативними здібностями обрали відповідну професію, чи їх креативність швидко формувалась в процесі діяльності. Цілком можливо, що згідно спостереженням Д.К. Саймонта, в результаті спостереження за зразками

креативної поведінки і в умовах вільного вибору природні завдатки креативності швидко розвиваються. Це можна застосовувати у організації освітнього процесу.

Другим висновком з нашого дослідження можна передбачити, що люди, які мають високу продуктивність та працездатність з більшим ступенем ймовірності зможуть продукувати креативний продукт.

Інформаційні джерела:

Список використаних джерел

1. Богоявленская Д. Б. / Психология творческих способностей: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Изд. центр «Академия», 2002. – 320с.

2. Воронин А. Н. / Диагностика невербальной креативности (краткий вариант теста Торренса) / Психологическое обозрение, 1995, №1.

3. Гилфорд Дж., Три стороны интеллекта / Сборник «Психология мышления» под редакцией А. М. Матюшкина. – М.: Прогресс, 1965. – 534с.

4. Дин Кит Саймонтон. Чек-лист гения. 9 парадоксов одаренности. Издано с разрешения THE MIT PRESS (a department of MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY) и Projex International LLC c/o Alexander Korzhenevski Agency. © 2018 Massachusetts Institute of Technology. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2021. 256 с.

5. Torrance Test Creative Thinking. Електронний ресурс. Режим доступу: [http://www.creashock.be/CREASHOCK/media/DOWNLOADS/Torrance%20Test%20of%20Creative%](http://www.creashock.be/CREASHOCK/media/DOWNLOADS/Torrance%20Test%20of%20Creative%20Thinking.pdf)