

**УДК 159.9+316.6**

**Вознюк Олена Миколаївна**, кандидат психологічних наук, викладач кафедри психології КЗ «Житомирський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти» ЖОР

e-mail: [elenikvoz@gmail.com](mailto:elenikvoz@gmail.com)

## **СУЧАСНІ АКЦЕНТИ У КОНСТРУЮВАННІ ПОНЯТТЯ «СОЦІАЛЬНА КРЕАТИВНІСТЬ»**

### *Анотація*

*У статті описано ситуації щодо проблеми творчості в світовій науці та еволюцію понять «креативність», «креативне»; зазначено щодо ключових напрямів дослідження креативності; уточнено поняття соціальної креативності; розглянуто чинники й соціально-психологічні умови («creative environment», «creative climate») що характеризують розвиток соціальної креативності; узагальнено інформацію про здатність до творчості; звернуто увагу на високу внутрішню мотивацію та «мотиватори» творчої діяльності; відображено модель творчої поведінки наставника клімату; подано етапи перетворення потенційної креативності в реальну. Концептуалізуються базові підходи в загальній та соціальній психології до аналізу феномена креативності. Розглядаються характеристики творчого середовища і контролю за креативністю особистості, а також аналізуються інструменти та шкали, які застосовуються при вимірюванні креативності.*

**Ключові слова:** *здатність до творчості, креативний клімат, креативне оточення, мотиватори творчої діяльності, творче середовище, соціальна креативність, стилі мислення, суб'єкт творчості.*

**Вознюк Елена Николаевна**, кандидат психологических наук, преподаватель кафедры психологии КУ «Житомирский областной институт последипломного педагогического образования» ЖОС

## СОВРЕМЕННЫЕ АКЦЕНТЫ В КОНСТРУИРОВАНИИ ПОНЯТИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ»

### *Аннотация*

*В статье описано ситуации по проблеме творчества в мировой науке и эволюцию понятий «креативность», «креативное»; указано по ключевым направлениям исследования креативности; уточнено понятие социальной креативности; рассмотрены факторы и социально-психологические условия («creative environment», «creative climate») характеризующие развитие социальной креативности; обобщена информация о способности к творчеству; обращено внимание на высокую внутреннюю мотивацию и «мотиваторы» творческой деятельности; отражено модель творческого поведения наставника климата; подано этапы преобразования потенциальной креативности в реальную. Концептуализируются базовые подходы в общей и социальной психологии к анализу феномена креативности. Рассматриваются характеристики творческой среды и контроля за креативностью личности, а также анализируются инструменты и шкалы, применяемые при измерении креативности.*

**Ключевые слова:** *способность к творчеству, креативный климат, креативное окружение, мотиваторы творческой деятельности, творческая среда, социальная креативность, стили мышления, субъект творчества.*

**Voznyuk Olena Mukolaivna**, Ph.D. in Psychology, lecturer of the Department of Psychology of the Municipal institution «Zhytomyr Regional Institute of Postgraduate Pedagogical Education» of Zhytomyr Regional Council

## MODERN ACCENTS IN CONSTRUCTING THE CONCEPT «SOCIAL CREATIVITY»

### *Summary*

*The article describes the situations concerning the problem of creativity in world science and the evolution of the concepts of "the creativity", "the creative one";*

*it is outlines the key directions of the research of creativity; the concept of social creativity is clarified; the factors and socio-psychological conditions ("creative environment", "creative climate") that characterize the development of social creativity are considered; the information about the ability to creativity is generalized; the attention is paid to high internal motivation and "motivators" of creative activity; the model of creative behavior of the mentor of the climate is reflected; the stages of the transformation of potential creativity into real one are presented. The basic approaches to general and social psychology to the analysis of the phenomenon of creativity are conceptualized. The characteristics of the creative environment and the control over the personality's creativity are considered, as well as the tools and scales being used in the measurement of creativity are analyzed.*

**Keywords:** *creativity, creative climate, creative environment, the motivators of creative activity, creative environment, social creativity, the styles of thinking, the subject of creativity.*

Сьогодні, незважаючи на семантичну ясність та простоту, термін «креативність» є в переліку найбільш суперечливих понять у сучасній науці та мало вивченим явищем в соціальному житті, що частково зумовлено тим, що дане явище звернуло на себе увагу наукового співтовариства відносно недавно (початок 50-х років ХХ століття).

Зі зростанням обсягу інформативних даних виникали труднощі з однозначною відповіддю щодо того, що ж таке креативність. П. Гальперін справедливо зазначив, що з часу виходу перших наукових праць з питань креативності, час, який минув, не спряє внесенню ясності в розуміння природи досліджуваного явища та напрацювання єдиного визначення [2]. Таким чином, науковці-дослідники опинилися в дуже непростій ситуації та в кінцевому рахунку в своєрідному глухому куті, а сама ситуація з вивченням креативності змушує згадати вислів про гору, що народила мишу. Весь драматизм і безвихідь ситуації, яка склалася відображає наступний вислів: «Незалежно від того, яке

визначення ми даємо креативності, вона ще досі залишається аморфним і вкрай важким для розуміння концептом» [13, с. 222].

Втім, слід зауважити, що витрачені зусилля виявилися не марними та знайшли практичне втілення у вигляді численних теорій, проведених експериментів, опублікованих наукових статей та книг.

Проте, незважаючи на зростання зацікавленості дослідників до даної проблеми, на жаль, кількість так і не переросла в якість. Навпаки, різнобарвність конкуруючих теорій та плюралізм думок щодо того, що слід розуміти під креативністю, привнесли ще більшу неоднозначності в термін «креативність», який останнім часом став все частіше і частіше використовуватися для опису найрізноманітніших (а часом і взаємовиключних) явищ, що в підсумку призвело до розмивання його семантики. Достатньо звернути увагу на той факт, що ще в 60-х роках ХХ століття було детально описано понад 60 формулювань креативності, і, ймовірно, можна припустити, що на цей момент кількість таких дефініцій збільшилася.

Еволюційне розширення меж понять «креативне» і «креативність» не тільки не сприяло з'ясуванню суті досліджуваного явища, а й істотно ускладнювало інтеграцію в єдине понятійне поле вкрай нечисленних наукових цінностей. Це все далі й далі відводило дослідників від істинного розуміння того, що ж насправді являє собою креативність [20].

На сьогодні окреслимо кілька ключових напрямків дослідження креативності [1; 6]:

- соціально-управлінський та продуктивно-результативний (умови креативного розвитку, самовираження і непрямого управління співтворчим процесом в навчанні та вихованні);

- предметно-процесуальний та рефлексивний (процес вирішення творчого завдання);

- особистісний (особливості креативної особистості).

Л. Дорфман, проаналізувавши дослідження з даної проблеми, узагальнив відому інформацію про здатність до творчості [3]:

- сила внутрішньої мотивації особистості виступає центральним чинником творчості;
- оригінальність, самостійність, валідність, адаптивність постають специфічними властивостями креативної особистості, креативного продукту та самого креативного процесу;
- креативність передбачає здатність особистості реагувати на необхідність в нових продуктах та підходах і тим самим адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища (сам процес може носити як несвідомий так і свідомий характер);
- креативні продукти сильно відрізняються за своєю природою: написання музики, новий розв'язок математичної задачі, відкриття хімічного процесу, побудова нової релігійної чи філософської системи, свіже рішення соціальних проблем.

У сучасній науці широкого поширення набув полідисциплінарний підхід до вивчення креативності.

Проведений аналіз досліджень з проблеми соціальної креативності свідчить про недостатність теоретичного та практичного опрацювання даного питання у світовій науці. Пропонуємо наступне робоче визначення соціальної креативності – здатність людини ефективно застосовувати та оперативно знаходити оригінальні, нестандартні творчі рішення ситуацій міжособистісної взаємодії. Система властивостей, складових комунікативного та творчого потенціалу особистості є базисом для цілеспрямованого розвитку такої здатності як соціальна креативність.

Творчий потенціал визначається як система мотиваційних, емоційних, інтелектуальних, вольових якостей особистості, що створюють можливість діяти нестандартно, приймати рішення та знаходити нове.

Комунікативний потенціал являє собою систему властивостей і здібностей, що забезпечують участь особистості в спілкуванні і взаємодії з іншими людьми.

Як показують зарубіжні та вітчизняні дослідження з проблеми соціальної креативності особистості, її найбільш гармонійний розвиток обумовлено створенням соціально-психологічних умов та творчим середовищем.

Згідно з даними сучасних генетичних досліджень, креативність більшою мірою, ніж інтелект, залежить від факторів середовища [4; 5].

Ситуація з творчим середовищем виявилася не менш заплутаною та складною, ніж розглянута вище ситуація з креативністю. К. Гюнтер разом з колегами-науковцями здійснив ретельний аналіз праць з даної проблематики й виявив понад 40 найрізноманітніших концепцій креативного клімату [18].

Зауважимо, що в англomовній літературі для позначення характерних творчих умов широко представлені два близьких за значенням терміни: «creative environment» (креативне оточення, середовище) і «creative climate» (креативний клімат). Однак не можна сказати, що ці терміни є повністю синонімічні. Термін «creative climate» використовується для опису відносин всередині певної соціальної групи та позначення психологічної атмосфери; «creative environment» є більш загальним, що позначає здебільшого матеріальне середовище діяльності людини.

Творче середовище виступає обов'язковою умовою, необхідною не тільки для створення нових ідей, але і для їх подальшої асиміляції з минулим досвідом суб'єкта творчості, для підвищення рівня його творчої продуктивності. Таким чином, основна функція творчого середовища полягає в максимальному стимулюванні процесу знаходження, осмислення (аналізі) та практичному застосуванні нових ідей.

На основі аналізу робіт вітчизняних і зарубіжних авторів виокремимо основні характеристики творчого середовища:

- багатоваріантність рішень (надає можливість вийти за межі наявних практик та дає перспективу знаходити не одне, а відразу декілька ефективних рішень, що істотно розширює межі творчості);

- регламентованість поведінки суб'єкта творчості (суб'єкт творчості не почуває себе скутим поведінковими, тимчасовими або іншими обмеженнями,

що, зазвичай, накладаються на нього специфікою його професійної діяльності або соціальним оточенням; навпаки, він може насолодитися безпосередньо процесом творчості та максимально розслабитися);

- предметне збагачення (вимагає від суб'єкта творчості показати вміння: одночасно працювати з декількома об'єктами; прогнозувати поведінку значно більшої кількості динамічних і, отже, менш передбачуваних елементів середовища, що вкрай ускладнює процес знаходження нешаблонного підходу до розв'язання поставленої задачі);

- невизначеність середовища (найбільш дієва умова пошуку і знаходження власних рішень нестандартних задач; відмова від використання зразків рішень попередньої практики);

- безпека (дружність) (дозволяє суб'єкту творчості вільно виражати свої думки (ідеї), не побоюючись насмішок, агресивної критики, зневажливого та «відторгнутого» ставлення з боку колег);

- свобода вибору засобів і методів роботи над поставленим завданням за умови зрозумілих цілей діяльності [10] (забезпечує надання кожному учаснику колективної або індивідуальної творчості максимальну свободу);

- відповідність умінь і навичок характеру виконуваної роботи (Т. Амабайл визначає таку відповідність терміном «challenge» (англ. – виклик, важке для вирішення завдання [10]);

- складність поставлених задач у виконуваний роботі (більш складні задачі або задачі, з якими виконавець ні разу не зустрічався раніше, здатні стимулювати його на пошук і застосування нетрафаретних способів для їх вирішення та діяти гранично обережно, позаяк ступінь складності не повинен виходити за межі «розумно допустимого», щоб в разі неможливості знайти вірне рішення не спровокувати почуття неприйняття або відрази у того, хто творить [7]).

Як показують численні приклади створення відомих винаходів (до прикладу, ракета-носій Falcon Heavy), можливі помилки завжди є невід'ємним етапом творчого пошуку, тому важливо не допустити «замивання» ніжних

паростків творчої думки навальною лавою критиканства і контрконструктивних нападів. Важливо надати суб'єкту-творцю можливість максимально сконцентруватися на процесі творення і створення нового, відчутти себе в безпеці.

Безпечне творче середовище характеризується повагою до думки інших людей, конструктивною критикою, толерантністю до запропонованих ініціатив, готовністю надати підтримку.

Згідно однієї з точок зору, є люди, що прагнуть працювати в атмосфері «творчого безладу», саме вона схильні продукувати більш творчі ідеї, ніж ті, що вважають за краще утримувати своє робоче місце в абсолютному порядку.

На думку дослідників, бездоганно організоване зовнішнє середовище свідчить про переважання консервативного або конформістського стилю. Хаотичне ж середовище, навпаки, стимулює пошук і розробку креативних вирішень, тому багато творчих особистостей навмисно приводили свій навколишній простір в стан різного ступеня хаосу, таким чином стимулюючи у себе дивергентне мислення [9].

Особливу роль у розвитку творчого середовища посідає висока внутрішня мотивація особистості. Як зазначає Є. Віннер, «Після певного етапу здатність як така відіграє менш значиму роль, ніж особистісний та мотиваційний фактор» [21, с. 122].

Численні дослідження показують нам, що основою внутрішньої мотивації може виступати бажання людини досягти успіху, схвалення, слави, просто позитивної оцінки з боку оточуючих [19]. Однак, слід, враховувати і той факт, що ступінь вмотивованості суб'єкта творчості має тенденцію різко знижуватися при відсутності з боку наставника позитивної реакції. Отже, одним із пріоритетних завдань є виявлення «мотиваторів» для кожного члена колективу і побудова на їх основі такої моделі внутрішньогрупового клімату, яка сприяла б їх постійній активізації [16].

Особливий інтерес представляють тестові методики оцінки творчого середовища, ключовими серед яких є:

- Situational Outlook Questionnaire (SOQ);
- Team Climate Inventory (TCI);
- Creative Climate Questionnaire (CCQ);
- Assessing the Climate for Creativity (KEYS).

Найбільшого поширення набув «Опитувальник креативного клімату» (Creative Climate Questionnaire) Г. Еквалла, в якому виділені наступні критерії [14]:

- ставлення до пропонованої ідеї (показує варіативність сприйняття групою нових ідей);
- відкритість іншим, довіру (розуміється емоційна стабільність в групових відносинах);
- свобода вибору (демонструє, наскільки вільно кожен член групи може вибирати стратегії досягнення для вирішення поставленого завдання);
- конфліктогенність (пов'язаний з наявністю та ступенем внутрішньогрупових непорозумінь, конфліктів, розбіжностей);
- реакція на альтернативу (визначає можливість інтеграції різних точок зору для досягнення єдиного конструктивного рішення);
- гумор (переключення) (показує ступінь «легкості» і «спонтанності» при виконанні завдання членами групи);
- доступний часовий ресурс. (визначає кількість часу, який мають члени групи для вирішення завдання);
- готовність до ризику (оцінюється ступінь терпимості кожного члена групи до проявів чогось нестандартного);
- мотивація (ступінь залученості в діяльність) (показує, наскільки інтенсивно людина залучена в повсякденні завдання, довгострокові проекти тощо).

Вагомою умовою, що впливає на розвиток соціальної креативності, є модель творчої поведінки наставника (керівника, педагога), оскільки в процесі перетворення потенційної креативності в реальну можна виокремити кілька

етапів: 1) наслідування зразком (копіювання); 2) творче наслідування; 3) репродуктивна (наслідувальна) творчість; 4) справжня творчість (творення).

Очевидно, що трансформація «первинної» креативності в справжню на більшості етапів відбувається з опорою на модель творчої поведінки наставника, що підкреслює ту відповідальність, яка покладається на нього як на модератора та носія творчого середовища.

Створення творчого середовища забезпечується за рахунок визнання зусиль суб'єкта творчості, поваги до його творчої ініціативи, недопущення різкої критики на адресу висловлених ним ідей. Кожна ідея, незалежно від її незвичайності, повинна сприйматися прихильно; критика ж, якщо така необхідна, повинна носити конструктивний характер. Поведінка значимого «іншого» має виступати для суб'єкта творчості своєрідним зразком для наслідування.

Одним з найбільш суперечливих є питання про роль і місце контролю в процесі творчості. З одного боку, неконтрольований розвиток креативного процесу неминуче призведе до дестабілізації та безвладдя; з іншого – введення жорсткого контролю над творчим процесом неодмінно ставить під сумнів сам факт його «творчості».

У науковій літературі особливу дискусію також викликає і питання про можливість штучного стимулювання творчого потенціалу. Наприклад, М. Боден не вітає використання будь-яких зовнішніх мотиваторів для стимулювання креативності, так як більшість людей ладні тлумачити будь-які спроби впливу ззовні як варіант контролю над ними [11]. Творчість має ґрунтуватися виключно на внутрішній мотивації суб'єкта творчості.

З іншого боку, в роботі Р. Ейзенбергер зазначається позитивний вплив зовнішнього схвалення, як такого, що заохочує творчий процес [15]. Д. Харрінгтон виявив, що мотиватор у вигляді інструкції є потужним стимулятором творчості для креативних людей, проте знижує бажання креативити менш творчих людей [17].

Р. Стернберг та Е. Григоренко спробували об'єднати ці діаметрально протилежні точки зору в рамках своєї теорії [12]. За аналогією трьох гілок влади (законодавчої, судової та виконавчої) дослідники виділили стилі мислення.

У своїй «інвестиційній теорії креативності» Р. Стернберг і Т. Любарт припустили, що «законодавчий» стиль мислення є найкращим для розвитку творчих здібностей [8]. Представники цього стилю мислення розцінюють зовнішню мотивацію як фактор, що каталізує активацію внутрішнього творчого потенціалу особистості. Люди, що володіють іншими стилями мислення, навпаки, розцінюють інструкції як контролюючі, які, навіть, ускладнюють їх діяльність.

У результаті вивчення питання можна зробити висновок про те, що соціальна креативність представляє собою комплексну якість особистості, що дозволяє виявляти конструктивні та оригінальні рішення. В структурі взаємозв'язних елементів соціальної креативності виявляється єдність комунікативних, мотиваційних, емоційних, інтелектуальних та екзистенційних параметрів, кожен з яких представляє собою окремий блок особистісних характеристик та проявів. В зв'язку з цим можна припустити, що загальний рівень розвитку соціальної креативності суб'єкта визначається рівнем розвитку кожного з названих компонент її структури.

Як можна зробити висновок з історії конструювання поняття «соціальна креативність», плідно та евристично є вивчення взаємозв'язку креативного потенціалу особистості та певного середовища, що передбачає проведення багатодисциплінарного дослідження в рамках соціальної психології та мікросоціології.

### **Список використаних джерел**

1. Вишнякова, Н. Ф. Креативная акмеология. Психология высшего образования [Текст] / Н. Ф. Вишнякова. – Минск.: 1996. – 300с.



2. Гальперин П. Я., Данилова В. Л. Воспитание систематического мышления в процессе решения малых творческих задач [Текст] / П. Я. Гальперин, В. Л. Данилова // Вопросы психологии. – 1980. – № 1. – С. 31–38.
3. Дорфман Л. Я., Ковалева Г. В. Основные направления исследований креативности в науке и искусстве [Текст] / Л. Я. Дорфман, Г. В. Ковалева // Вопросы психологии. – 1999. – № 2. – С. 101–106.
4. Дружинин В. Н. Психология общих способностей. [Текст] / В. Н. Дружинин – СПб. : Питер, 1999. – 368 с.
5. Егорова М. С. Сопоставление дивергентных и конвергентных особенностей когнитивной сферы детей (возрастной и генетический анализ) [Текст] / М. С. Егорова // Вопросы психологии. – 2000. – № 1. – С. 36–46.
6. Особов І. П. Деякі аспекти вивчення креативності. Зарубіжний досвід ХХ століття в оцінці сучасних дослідників [Електронний ресурс] // Гуманитарные научные исследования. 2011. – № 2 Режим доступа: <http://human.snauka.ru/2011/10/213> – Назва з екрану (15.02.2018).
7. Терещук А. [Креативність як невід’ємний компонент інтелектуального розвитку особистості \[Електронний ресурс\]](#). Режим доступа: <http://www.newacropolis.org.ua/theses/32c0b8d2-a354-4338-b2db-2d9a011fddd9> – Назва з екрану (15.02.2018).
8. Практический интеллект [Текст] / Р. Дж. Стернберг, Дж. Б. Форсайт, Дж. Хедланд [и др.] – СПб. : Питер, 2002. – 272 с. (Серия : «Мастера психологии»).
9. Abrahamson, E., Freedman, D. A perfect mess: The hidden benefits of disorder. / E. Abrahamson, D. Freedman. – New York: Little Brown, 2007. – 336 p.
10. Amabile T., Schatzel E., Moneta G., Kramer S. Leader behaviors and the work environment for creativity: Perceived leader support / T. Amabile, E. Schatzel, G. Moneta, S. Kramer // The Leadership Quarterly. – 2004. – Vol. 15. – Pp. 5–32.
11. Boden M. The creative mind: myths and mechanisms. / M. Boden. – New York : Basic Books; London : Abacus, 1991. – 171 p.

12. Grigorenko E.L., Sternberg R.J. Styles of thinking, abilities, and academic performance / E. L. Grigorenko, R. J. Sternberg // *Exceptional Children*. – 1997. – Vol. 63. – Pp. 295–312.
13. Edwards M. The technology paradox: efficiency versus creativity / M. Edwards // *Creativity Research Journal*. – 2000-2001. – Vol. 13. № 2. – Pp. 221–228.
14. Ekvall G., Britz A. Perceptions of the best and worst climates for creativity: preliminary validation evidence for Situational Outlook Questionnaire / G. Ekvall, A. Britz // *Creativity Research Journal*. – 2001. – Vol. 13. № 2. – Pp. 171–184.
15. Eysenberger R., Armeli S., Pretz J. Can the promise of reward increase creativity? / R. Eysenberger, S. Armeli, J. Pretz // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1998. – Vol. 74. – Pp. 704– 714.
16. Jalan A., Kleiner B. New developments in developing creativity / A. Jalan, B. Kleiner // *Journal of Managerial Psychology*. – 1995. – Vol. 10. – Pp. 20–23.
17. Harrington D. M. Effects of explicit instructions to «be creative» on the psychological meaning of divergent thinking test scores / D. M. Harrington // *Journal of personality*. – 1975. – Vol. 43. – Pp. 434–454.
18. Hunter K., Bedel L. Mumford M. Dimensions of creative climate: a general taxonomy / K. Hunter, L. Bedel // *The Koean Journal of Thinking and Problem Solving*. – 2005. – Vol. 15. № 2. – Pp. 97–116.
19. Oldham G., Cummings A. Employee creativity: Personal and contextual factors at work / G. Oldham, A. Cummings // *Academy of Management Journal*. – 1996. – Vol. 39. – Pp. 607–634.
20. Runco M., Bahleda M. Implicit theories of artistic, scientific and everyday creativity / M. Runco, M. Bahleda // *Journal of Creative Behavior*. 1986. – Vol. 20. – Pp. 93–98.
21. Winner E. *Gifted children: Myths and relatives*. / E. Winner. New York : Basic Books, 1996. – 252 p.

### **References transliterated**

1. Vishnjakova, N. F. Kreativnaja akmeologija. Psihologija vysshego obrazovanija [Tekst] / N. F. Vishnjakova. – Minsk.: 1996. – 300s.
2. Gal'perin P. Ja., Danilova V. L. Vospitanie sistematicheskogo myshlenija v processe reshenija malyh tvorcheskikh zadach [Tekst] / P. Ja. Gal'perin, V. L. Danilova // Voprosy psihologii. – 1980. – № 1. – S. 31–38.
3. Dorfman L. Ja., Kovaleva G. V. Osnovnye napravlenija issledovanij kreativnosti v nauke i iskusstve [Tekst] / L. Ja. Dorfman, G. V. Kovaleva // Voprosy psihologii. – 1999. – № 2. – S. 101–106.
4. Druzhinin V. N. Psihologija obshhih sposobnostej. [Tekst] / V. N. Druzhinin – SPb. : Piter, 1999. – 368 s.
5. Egorova M. S. Sopostavlenie divergentnyh i konvergentnyh osobennostej kognitivnoj sfery detej (vozrastnoj i geneticheskij analiz) [Tekst] / M. S. Egorova // Voprosy psihologii. – 2000. – № 1. – S. 36–46.
6. Osobov I. P. Dejaki aspekty vyvchennja kreatyvnosti. Zarubizhnyj dosvid HH stolittja v ocinci suchasnyh doslidnykiv [Elektronnyj resurs] // Gumanitarnye nauchnye yssledovanyja. 2011. – № 2 Rezhym dostupu:  
<http://human.snauka.ru/2011/10/213> – Nazva z ekranu (15.02.2018).
7. Tereshhuk A. Kreatyvnist' jak nevid'jemnyj komponent intelektual'nogo rozvytku osobystosti [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu:  
<http://www.newacropolis.org.ua/theses/32c0b8d2-a354-4338-b2db-2d9a011fddd9> – Nazva z ekranu (15.02.2018).
8. Prakticheskij intellekt [Tekst] / R. Dzh. Sternberg, Dzh. B. Forsajt, Dzh. Hedland [i dr.] – SPb. : Piter, 2002. – 272 s. (Serija : «Mastera psihologii»).
9. Abrahamson, E., Freedman, D. A perfect mess: The hidden benefits of disorder. / E. Abrahamson, D. Freedman. – New York: Little Brown, 2007. – 336 p.
10. Amabile T., Schatzel E., Moneta G., Kramer S. Leader behaviors and the work environment for creativity: Perceived leader support / T. Amabile, E. Schatzel, G. Moneta, S. Kramer // The Leadership Quarterly. – 2004. – Vol. 15. – Pp. 5–32.
11. Boden M. The creative mind: myths and mechanisms. / M. Boden. – New York : Basic Books; London : Abacus, 1991. – 171 p.



12. Grigorenko E.L., Sternberg R.J. Styles of thinking, abilities, and academic performance / E. L. Grigorenko, R. J. Sternberg // *Exceptional Children*. – 1997. – Vol. 63. – Pp. 295–312.
13. Edwards M. The technology paradox: efficiency versus creativity / M. Edwards // *Creativity Research Journal*. – 2000-2001. – Vol. 13. № 2. – Pp. 221–228.
14. Ekvall G., Britz A. Perceptions of the best and worst climates for creativity: preliminary validation evidence for Situational Outlook Questionnaire / G. Ekvall, A. Britz // *Creativity Research Journal*. – 2001. – Vol. 13. № 2. – Pp. 171–184.
15. Eysenberger R., Armeli S., Pretz J. Can the promise of reward increase creativity? / R. Eysenberger, S. Armeli, J. Pretz // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1998. – Vol. 74. – Pp. 704– 714.
16. Jalan A., Kleiner B. New developments in developing creativity / A. Jalan, B. Kleiner // *Journal of Managerial Psychology*. – 1995. – Vol. 10. – Pp. 20–23.
17. Harrington D. M. Effects of explicit instructions to «be creative» on the psychological meaning of divergent thinking test scores / D. M. Harrington // *Journal of personality*. – 1975. – Vol. 43. – Pp. 434–454.
18. Hunter K., Bedel L. Mumford M. Dimensions of creative climate: a general taxonomy / K. Hunter, L. Bedel // *The Koean Journal of Thinking and Problem Solving*. – 2005. – Vol. 15. № 2. – Pp. 97–116.
19. Oldham G., Cummings A. Employee creativity: Personal and contextual factors at work / G. Oldham, A. Cummings // *Academy of Management Journal*. – 1996. – Vol. 39. – Pp. 607–634.
20. Runco M., Bahleda M. Implicit theories of artistic, scientific and everyday creativity / M. Runco, M. Bahleda // *Journal of Creative Behavior*. 1986. – Vol. 20. – Pp. 93–98.
21. Winner E. *Gifted children: Myths and relatives*. / E. Winner. New York : Basic Books, 1996. – 252 p.



*Авторське право (с) 2018 Voznjuk Olena Mykolaivna Вознюк Олена  
Миколаївна*

*Отримано: 26.03.2018*

*Відрецензовано: 06.04.2018*

*Опубліковано: 11.04.2018*

*DOI: <https://doi.org/10.31108/3.2019.2.8.3>*