

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка
Психолого-педагогічний факультет
Кафедра загальної, вікової та соціальної психології

Кваліфікаційна робота

освітнього ступеня «магістр»

на тему

« ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНОЇ КРЕАТИВНОСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ РІЗНИХ ТИПІВ ПРОФЕСІЙ»

Виконала:

магістрант II курсу, 61 групи

053 Психологія

Кондратенко Олена Євгеніївна

Науковий керівник:

кандидат психологічних наук,

доцент

Дерев'янка С.П.

Захищено з оцінкою _____

Голова ЕК:

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Чернігів – 2020

Студент
(ка)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Науковий
керівник

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Рецензент

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота розглянута на засіданні кафедри

(назва кафедри)

протокол № _____ від «_____» _____ 20__ року.

Студент (ка) допускається до захисту даної роботи в екзаменаційній комісії.

Завідувач
кафедри

(підпис)

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. <i>Теоретико-методологічний аналіз проблеми емоційної креативності</i>	
1.1. Аналіз поняття «емоційна креативність».....	7
1.2. Структура емоційної креативності.....	10
1.3. Емоційна креативність та діяльність людини: навчальна, комунікативна, творча, професійна, трудова.....	11
Висновки до розділу 1	17
Розділ 2. <i>Емпіричне дослідження емоційної креативності представників різних типів професій</i>	
2.1. Методичні процедури емпіричного дослідження.....	18
2.2. Отримані результати та їх аналіз.....	22
2.3. Програма розвитку емоційної креативності.....	44
Висновки до розділу 2.....	46
Висновки.....	48
Список використаних джерел.....	50
Додатки.....	55

ВСТУП

Актуальність дослідження проблеми емоційної креативності обумовлена прагненням сучасних вчених дослідити зв'язок між двома таємничими сторонами людської психіки: емоційною та творчою сферами особистості. На сьогоднішній день вже проведено низку досліджень, спрямованих на вивчення вікових аспектів вияву емоційної креативності (С. Белова, І. Бичкова, І. Боброва, О. Гордова, Н. Діомідова та ін.); особливостей емоційної креативності у зв'язку зі статтю (І. Андрєєва, М. Голубєва, Р. Терещенко та ін.), у зв'язку з етнічною приналежністю (М. Behroozī, F. Ghadiri, G. Soroa та ін.).

Поряд із тим, ґрунтовний аналіз літератури з проблематики емоційної креативності показав, що недостатньо вивченим є питання стосовно особливостей емоційної креативності у зв'язку з професійною приналежністю людини. У наявних дослідженнях з цього питання оминається докладний аналіз ролі емоційної креативності у трудовій діяльності представників різних професій. До того ж залишається незрозумілим, чи є емоційна креативність професійно важливою якістю фахівця і якого саме професійного спрямування? Яку конкретно роль відіграє емоційна креативність для представників професій різноманітного спектру?

Бракує також методологічно обґрунтованої програми цілеспрямованого розвитку емоційної креативності, як ефективного засобу формування адаптивних здібностей фахівців, що допоможе їм емоційно комфортно почуватися у складних умовах професійної діяльності. Вищезазначені факти й зумовили вибір теми дослідження «Особливості емоційної креативності представників різних типів професій».

Об'єкт дослідження: емоційна креативність.

Предмет дослідження: емоційна креативність представників різних типів професій.

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей емоційної креативності представників різних типів професій (артистичного, соціального, підприємницького, конвенціонального, реалістичного типів).

Згідно з поставленою метою було визначено **основні завдання дослідження**:

1. Здійснити теоретико-методологічний аналіз змісту поняття емоційної креативності та її складових, теоретично обґрунтувати значення емоційної креативності для професійної діяльності людини.
2. Виявити особливості емоційної креативності представників різних типів професій (артистичного, соціального, підприємницького, конвенціонального, реалістичного типів).
3. Розробити програму розвитку емоційної креативності з урахуванням професійної приналежності людини.

Методологічною та теоретичною основою дослідження є основні положення вітчизняних та зарубіжних дослідників, в тому числі щодо сутності емоційної креативності (І. Андрєєва, Т. Березіна, К. Валуєва, С. Дерев'янка, Н. Діомідова, Р. Терещенко, Д. Ушаков, J. Averill, P. Chen, H. Orcibi, H. Zareie та ін.), щодо уявлень про роль емоційної креативності в професійній діяльності людини (М. Архіпова, Т. Рижов, Н. Угрюмова, A. Ajam, X. Oriol, R. Trnka, G. Wang та ін.), стосовно можливостей тренінгового розвитку емоційної креативності (А. Метелкіна, К. Новоселова, С. Фролова, S. Dyson, Y. Chang, H. Chen та ін.).

Методи дослідження:

1. Методи теоретичного дослідження (аналіз, абстрагування, систематизація) застосовувалися для узагальнення теоретико-методологічних засад дослідження, визначення авторської позиції щодо значення емоційної креативності для професійної діяльності людини.

2. Організаційні методи (порівняльний) та інтерпретаційні методи (структурний) забезпечували зіставлення різних вибірок досліджуваних, інтерпретацію матеріалів дослідження у характеристиках зв'язку між ними.

3. Емпіричні методи – психодіагностичні (опитувальник «ЕСІ»), тест емоційних триад, невербальний тест емоцій за авторством Дж. Ейверілла; тест професійного вигорання К. Масlach; методика «Діагностика структури мотивів трудової діяльності» Т. Бадосва) – впроваджувалися під час дослідження особливостей емоційної креативності представників різних типів професій.

4. Методи математичної обробки даних та графічна презентація результатів із використанням комп'ютерного пакету статистичних програм SPSS (версія 21.0). Методи математичної статистики (основні – частотний аналіз, таблиці кростабуляції; допоміжні – порівняння даних засобом однофакторного дисперсійного аналізу ANOVA, кореляційний аналіз Пірсона, кластерний аналіз) застосовувалися для систематизації ознак вищезазначених досліджуваних об'єктів, встановлення зв'язку між експериментальними змінними.

Основні наукові результати дослідження були представлені на II Міжнародній науково-практичній конференції «Соціокультурні та психологічні виміри становлення особистості» (Херсон, 26-27 вересня 2019), Всеукраїнській науковій конференції «Десяті Сіверянські соціально-психологічні читання» (Чернігів, 29 листопада 2019 р.).

Основні результати дослідження висвітлено у 4 публікаціях.

Структура роботи зумовлена логікою дослідження і складається зі вступу, двох розділів, списку використаних джерел (44 найменування), додатків. У першому розділі проаналізовано теоретико-методологічні основи вивчення емоційної креативності в психології. У другому розділі наведено дані емпіричного дослідження емоційної креативності представників різних типів професій, представлено тренінгову програму розвитку емоційної креативності. Загальний обсяг роботи – 63 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ЕМОЦІЙНОЇ КРЕАТИВНОСТІ

1.1. Аналіз поняття «емоційна креативність»

Проблема емоційної креативності привернула увагу дослідників нещодавно, наприкінці ХХ ст. – у зв'язку з уведенням Дж. Ейверіллом у психологічний тезаурус нового на ті часи терміну «емоційна креативність». Цей феномен було охарактеризовано вченим як здатність переживати і проявляти нові оригінальні емоції засобом модифікації звичайних емоцій відповідно до впливу різних ситуацій [36]. Вчені відзначають, що емоційна креативність – набір відомих всім емоцій та почуттів (таких як сум, гнів, надія, розчарування тощо), які відчуваються у комплексі, одночасно, внаслідок чого з'являється глибоке емоційне переживання [16].

На сьогоднішній день стосовно визначення сутності емоційної креативності сформувалося два основні підходи: діяльнісний (при цьому емоційна креативність презентується як здібність, що сприяє ефективності виконання діяльності) та особистісний (емоційна креативність уявляється як окреме особистісне утворення).

Зокрема у роботах К. Валуєвої емоційна креативність характеризується як когнітивна здібність, яка сприяє розумінню ситуацій соціальної взаємодії емоційного характеру (емпатійних стосунків, стресових перевантажень і т. ін.) [7]. Н. Угрюмова зазначає, що емоційна креативність ґрунтується на дивергентному інтелекті та є виявом творчих здібностей людини [32]. Т. Березіна та Р. Терещенко також розглядають емоційну креативність як здібність, проте вважають цей феномен складовою художньої креативності і необхідною передумовою творчої діяльності [4]. В. Рижов, М. Архіпова вважають емоційну креативність здібністю, яка забезпечує успішність розвитку творчих здібностей молодих людей засобами мистецтва [30].

Зарубіжний учений П. Чен з колегами загалом пояснюють емоційну креативність як унікальну здатність людини насолоджуватися життям засобом застосування когнітивних здібностей щодо набуття нових емоцій та їх детального аналізу [37].

Уявлення про емоційну креативність як особистісну властивість містяться у роботах І. М. Андрєєвої [1; 2]. Вчена пов'язує емоційну креативність з різноманітними особистісними характеристиками, і при цьому зазначає, що емоційна креативність збагачує особистість людини новизною емоційного реагування на різноманітні події життя. Н. Діомідова також розглядає емоційну креативність у ракурсі особистісних характеристик та відзначає стресозахисний потенціал цього явища [16].

У роботах зарубіжних вчених увага акцентується на особливостях формування емоційної креативності як особистісної якості [44]. Зокрема Х. Оркібі вважає, що емоційна креативність особистості ґрунтується на її травматичному емоційному досвіді, пов'язаному з розчаруваннями та перепонами на життєвому шляху [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Разом з тим, сучасні дослідники феномену емоційної креативності відзначають ускладнення теоретико-методологічного характеру, які виникають у зв'язку зі схожістю зазначеного явища з іншими спорідненими поняттями, зокрема це «емоційний інтелект», «соціальний інтелект», «емоційна обдарованість», «емоційні здібності» [7, 14, 16, 32].

Емоційну креативність та емоційний інтелект об'єднує здатність до переживання емоцій та накопичення емоційного досвіду. При цьому емоційний інтелект оперує звичайними емоціями, а емоційна креативність – новими, оригінальними. У зв'язку з останнім відзначається, що емоційна креативність є більш широким поняттям ніж емоційний інтелект, оскільки передбачає новизну емоційної реакції [32]; емоційна креативність є більш високим рівнем переробки емоційної інформації, – емоційний інтелект оперує тільки емоціями та почуттями, які відомі будь-якій людині, тоді як

емоційна креативність пов'язана з продукуванням нових емоційних переживань, що є індивідуальною творчістю особистості [13].

Спільними характеристиками емоційної креативності та соціального інтелекту є сенситивність до емоційно насиченого спілкування між людьми, їх соціальної взаємодії, при цьому емоційна креативність виявляється в нових емоційних враженнях щодо різноманітних ситуацій спілкування, соціальний інтелект – у розумінні вчинків людей в емоціогенних ситуаціях. Зокрема Н. Діомідова встановила позитивний характер зв'язку між емоційною креативністю та соціально-інтелектуальними здібностями людини у сфері спілкування [16].

Об'єднувальними рисами для емоційної креативності та емоційної обдарованості є застосування емоційних здібностей в різних ситуаціях життя та їх розвиток, проте емоційна обдарованість у більшій ступені зумовлена спадковістю, тоді як емоційна креативність є прижиттєвим особистісним утворенням, яке формується під впливом соціальних умов життя та самовиховання [13].

Стосовно зв'язку між емоційною креативністю та емоційними здібностями необхідно відзначити, що в деяких випадках відбувається ототожнення зазначених понять [16], поряд із тим, зміст поняття «емоційні здібності» є набагато ширшим, ніж поняття «емоційна креативність», – можна узагальнити, що ці поняття співвідносяться як ціле та часткове.

Таким чином, сучасні вчені схильні пояснювати емоційну креативність з точки зору двох позицій: як когнітивну здібність, і як особистісну якість. Поряд із тим, як зарубіжні, так і вітчизняні науковці сходяться на думці, що емоційна креативність проявляється в переживанні нових незвичайних емоцій стосовно різноманітних ситуацій та подій життя.

1.2. Структура емоційної креативності

Стосовно змісту структурних компонентів емоційної креативності у сучасних вчених спостерігаються різні точки зору. Зокрема, автор терміну «емоційна креативність» Дж. Ейверілл виокремлює у змісті цього явища три основні складові – це «новизна», «ефективність», «автентичність». При цьому вчений відзначає, що залежно від ступеня усвідомленості емоційних переживань, емоційна креативність буде містити різні складові. А саме, у складі емоційної креативності, яка ґрунтується на усвідомленні нових емоційних переживань, Дж. Ейверілл виділяє емоційну підготовленість (розуміння різних емоцій засобом набутого емоційного досвіду), новизну (здатність переживати оригінальні емоції), ефективність (вміння виразно, продуктивно виражати нові емоційні переживання), автентичність (щире, відкрите відображення емоцій та почуттів). Емоційна креативність як неусвідомлювана емоційна здібність містить у своєму складі новизну (нові емоційні враження), ефективність (адекватність нових емоційних переживань) і інтеграцію (продукування емоційних переживань засобом об'єднання різних емоцій та почуттів)[13],[36].

Вітчизняні вчені М. Кузнецов та Н. Діомідова вважають, що структура емоційної креативності є динамічною, оскільки визначається рівнем сформованості емоційних здібностей (високим або низьким) та типом ситуацій, в яких вони виявляються (ситуація може бути повсякденною або стресовою) [22].

Т. Березіна розглядає структуру емоційної креативності як утворення, що ґрунтується на дивергентному інтелекті. Аналогічно характеристикам дивергентного мислення Торренса вчена виокремлює у складі емоційної креативності наступні складові: швидкість (продуктивність) – здатність продукувати різноманітні емоційні переживання у певному обсязі, гнучкість (лабільність) – здатність легко переходити від переживання емоцій одного

типу до емоцій іншого типу; оригінальність – здатність переживати нові, незвичайні емоції у повсякденних ситуаціях буденності; розробленість – здатність до чіткої експресії емоційних переживань [4].

З точки зору С. Дерев'янка, структура емоційної креативності містить усвідомлюваний та неусвідомлюваний компоненти, кожний з яких включає в себе певні складові. Відповідно до цього твердження вчена виокремлює відмінні різновиди емоційної креативності – усвідомлену та неусвідомлену. Усвідомлена емоційна креативність характеризується прагненням до щирих і духовних за своїм змістом емоційних переживань, до набуття емоційного досвіду, до адекватного вираження емоційних переживань при взаємодії з іншими людьми. Неусвідомлена емоційна креативність виявляється у здатності до накопичення різних емоційних вражень, вона пов'язана з їх слабкою рефлексивністю, навіть з незрозумілістю [14].

Таким чином, залежно від певних теоретичних позицій у структурі емоційної креативності виокремлюються різні за своїм характером компоненти та складові. Поряд із тим, автор терміну емоційної креативності Дж. Ейверілл виділяє у змісті цього явища три основні складові: новизну (здатність переживати незвичайні емоції), ефективність (вміння виразно їх виявляти), автентичність (щире відображення емоцій та почуттів).

1.3. Емоційна креативність та діяльність людини: навчальна, комунікативна, творча, професійна, трудова

Вивчення літературних джерел із зазначеної вище проблематики показало наявність ґрунтовних досліджень стосовно значущості емоційної креативності у різних галузях людської діяльності. Зокрема, вчені досліджували вплив емоційної креативності у професійній діяльності,

економічних, педагогічних, психологічних спеціальностей а також для людей творчих професій.

Зокрема чеські вчені показали активізуючу роль емоційної креативності у таких видах творчої діяльності як образотворче мистецтво, письменництво, музичне виконавство і рукоділля. Важливим є і той факт, що заняття творчими хобі пов'язане з враженістю рис емоційної креативності. В їх досліджуванні також виявлено, що студенти творчих та гуманітарних спеціальностей мають вищі показники емоційної креативності ніж студенти технічних спеціальностей [42]. Ідея використання музики на заняттях творчості та феномен «емоційно-музичної креативності» зазначені у дослідженні В. Рижова, який вважає, що музика позитивно впливає на емоційну та мотиваційну сфери особистості, стимулює появу творчого натхнення. Автори також зазначають, що емоційно креативна особистість здатна отримати позитивний творчий результат з будь-якого емоційного прояву, вона також здатна ефективно протистояти факторам емоційного стресу, напруги, несприятливих умов професійної діяльності, обезцінюванню і спустошеності життя. Зокрема, вона може протистояти можливості виникнення професійних деформацій та негативних станів педагогів і студентів, які вивчають іноземні мови - майбутніх педагогів. Розвинена емоційна креативність дозволяє зберегти позитивний рівень емоційної сфери, найкращим чином використовувати емоційний поведінковий репертуар особистості, творчо застосувати в професійній діяльності емоційні ресурси і засоби особистості педагога. [30].

Дані дослідження грузинських вчених також зазначають, що студенти мистецького факультету мали вищі показники, ніж студенти з інших факультетів. Це пояснюється тим, що емоційно творчі люди можуть виявити свої внутрішні стани та почуття шляхом творчого процесу. З іншого боку, в цьому дослідженні приділяється увага студентам, а не професійним художникам. Автори вважають, що якщо емоційна творчість є

психологічною рисою, пов'язаною з мистецькою природою, важливо визначити цей емоційний аспект ще у шкільному віці, щоб сприяти розвитку художніх навичок [34]

За класифікацією Т. Н. Березіної також підкреслюється зв'язок емоційної креативності з художньою креативністю. Художня креативність - це здатність, необхідна для того, щоб оволодіти професіями зі сфери мистецтва. Внаслідок цього, вербальна емоційна креативність виявляється професійно важливою якістю артистів театру і кіно, режисерів. Невербальна є важливою для художників, скульпторів та ремесленників [430].

У цьому вимірі є важливими три рівні емоційної креативності, що відрізняються стосовно видатності та креативності повсякденного життя. Сундарараджан та Ейверілл (2007) стверджують, що рівень видатної творчості може бути досягнутий генієм, який представляє нове бачення емоцій, щоб знайти нішу для нового розвитку в якійсь області. На середньому рівні необхідні практики нового емоційного порядку, які можуть бути представлені новаторами, художниками, поетами та духовними лідерами й політиками, створюючи твори, що забезпечують моделі для повсякденного життя. На третьому рівні, щоденної творчості, будуть знайдені прості люди, котрі мають підприємницьке бачення, яке, якщо це буде доведено, призведе їх до видатності в суспільстві [3830].

У галузі економічної діяльності відомим є дослідження Дж. Ванга та його колег, які дослідили 18 підприємств різних районів Китаю та показали, що підтримка емоційної креативності працівників супервайзерами сприяє підвищенню їх інноваційної ефективності, зростанню внутрішньої мотивації в цілому. Емоційно-креативні здібності були виявлені тісному зв'язку з пізнавальною здатністю підтримувати новаторські прояви в роботі, тобто мали вплив на просування і реалізацію цілей і планів співробітників [43].

В аспекті педагогіки, розвиток емоційної креативності необхідний для успішної професійної реалізації людини. У сфері педагогічної діяльності, як

вважає Н. Угрюмова, емоційна креативність посилює здатність особистості протистояти чинникам емоційного стресу, які постійно супроводжують діяльність педагога. За вченою, високо емоційна особистість, якій властива емоційна креативність може будь-які емоційні прояви направити у творче русло. Це чинить позитивний вплив на розвиток професійної майстерності і успішного педагогічного спілкування. [32]. В. Рижов також відзначає, що емоційна креативність протистоїть можливості виникнення професійних деструкцій мотиваційної сфери особистості, оскільки сприяє її переструктуруванню: від мотивації навчати – до мета мотивації навчатися і виявляє себе у інтенсивності проявів творчого натхнення.

В свою чергу, вчені М. Кузнєцов та Н. Діомідова, досліджуючи проблему залежності екзаменаційного стресу від рівня емоційної креативності студента, зазначають, що емоційна креативність виступає значимим фактором формування емоційних синдромів як у звичайних, так і у стресових ситуаціях. Водночас, компоненти новизни та готовності емоційної креативності виступають в якості факторів, що регулюють емоційні прояви як у повсякденних, так і у стресових ситуаціях. Це сприяє ефективному подоланню стресу і позитивному ставленню до навчального процесу [22].

М. Голубєва також зазначає, що важливим напрямком формування емоційної креативності у студентів педагогічних спеціальностей є розвиток емоційно-комунікативних здібностей (емпатії, комунікативної толерантності, емоційно-комунікативних установок). Основні прояви емоційної креативності мають місце саме у системі педагогічного спілкування і взаємодії педагога з іншими людьми. Вчена вважає, що емоційна креативність забезпечує продуктивно-творчий характер професійно-педагогічної діяльності та попереджає синдром психоемоційного вигорання. Вона звертає увагу на те, що емоційна креативність вчителя, як поняття, що інтегрує його емоційні, інтелектуальні,

вольові, мотиваційні, духовно-моральні якості є певною передумовою успішного і творчого вирішення професійних завдань та конкретизує зміст поняття «емоційний інтелект вчителя» в його особистісно-творчому аспекті [11].

Н. Діомідова вказує на значну позитивну відповідність просоціальної мотивації з рівнем розвитку емоційної креативності та емпатії майбутніх педагогів і зниження навчальної тривожності завдяки цим факторам. Вчена встановлює також низку значних зв'язків між компонентами емоційної креативності та просоціальними мотивами у майбутніх психологів. Усі просоціальні мотиви позитивно корелюють з емоційною готовністю та ефективністю. Так виявлено, що просоціальна вмотивованість як прагнення приносити людям користь, допомагати і підтримувати передбачає високу міру готовності отримувати новий емоційний досвід, переживати незвичайні емоції, що є складниками емоційної креативності. Крім того, просоціальна мотивація позитивно пов'язана з емоційною ефективністю, тобто вмінням ефективно застосовувати емоційний досвід у діяльності.[15]

У сфері діяльності практичного психолога показано, що емоційна креативність та її складними пов'язані перш за все з мотивами навчальної (знання та професія) і трудової діяльності (комунікативні, творчі, задоволеність роботою).З іншого боку, показники емоційної креативності можуть як сприяти, так і послаблювати прояв цих мотивів. Також виявлено, що професійних, і у майбутніх психологів емоційна креативність тісно пов'язана з їх мотивацією. Поява ж нових нових вражень та їх застосування і в майбутніх, і в професійних психологів суттєво не відрізняється. Але, у студентів-психологів емоційна креативність сприяє захопленості професією та можливості підвищити кваліфікацію, у практичних психологів – емоційна креативність спонукає появу нових вражень від творчості та самовираження в роботі.

I. Саліхова відмічає значимість емоційної креативності у економічній діяльності, що представляє собою на її думку здатність суб'єкта формувати, розвивати, контролювати та своєчасно «пускати в хід» свої емоції, а також грамотно використовувати почуття і емоції економічних агентів підприємства.[31]

У галузі медичної діяльності іранські вчені виявили зв'язок між емоційною креативністю та ентузіазмом майбутніх медичних працівників [35], проте їх дослідження більше зорієнтовано на вивчення ролі емоційної креативності у навчальній діяльності студентів-медиків, а не у професійній діяльності лікарів.

У зв'язку з останнім треба відзначити, що сучасні дослідження вчених спрямовані здебільшого на вивчення ролі емоційної креативності у сфері освіти майбутніх фахівців – представників різних профілів навчання. До того ж у даному напрямку переважають дослідження західних науковців [41; 44], які показали: емоційна креативність пов'язана з самоефективністю та успішністю навчальної діяльності студентів. Також йде мова про вплив високих рівнів емоційної креативності на активацію позитивних емоцій на заняттях. Емоційна креативність також передбачає внутрішню мотивацію в науковій діяльності студентів вузів.

Таким чином, можна відзначити позитивну роль емоційної креативності в активізації мотиваційної сфери особистості та протистоянні стресовим впливам стосовно виконання різних видів діяльності. У таких видах творчої діяльності як образотворче мистецтво, письменництво, музичне виконавство емоційна креативність відіграє стимулюючу роль. У сфері професійної діяльності емоційна креативність посилює здатність особистості протистояти впливу емоційного стресу.

Висновки до розділу 1

Виходячи з усього вищезазначеного, можна зробити наступні висновки:

1. Феномен емоційної креативності являє собою здатність переживати і проявляти нові оригінальні емоції засобом модифікації звичайних емоцій відповідно до впливу різних ситуацій та подій життя. Залежно від теоретико-методологічного підходу емоційна креативність трактується вченими як здібність (діяльнісний підхід) або як особистісна властивість (особистісний підхід).

2. Погляди вчених стосовно структури емоційної креативності різняться залежно від їх теоретичних позицій. Найбільш поширеною серед дослідників є точка зору, що емоційна креативність структурно містить три основні складові: новизну (як здатність переживати незвичайні емоції), ефективність (вміння виражати нові емоції), автентичність (щире відображення своїх емоцій).

3. Емоційна креативність відіграє позитивну роль у виконанні людиною різних видів діяльності. Особливе значення емоційна креативність має для мотиваційної сфери фахівця та його стресозахисного потенціалу.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕМОЦІЙНОЇ КРЕАТИВНОСТІ ПРЕДСТАВНИКІВ РІЗНИХ ТИПІВ ПРОФЕСІЙ

2.1. Методичні процедури емпіричного дослідження

У дослідженні прийняли участь 108 осіб – представники різних типів професій зі стажем роботи не менше 10 років, мешканці м. Чернігів. За статтю вибірка складалася з 59 (56 %) жінок та 46 (44 %) чоловіків (середній вік досліджуваних становить 37,5 р.). Усі випробовувані були детально проінструктовані щодо правильного виконання тестів. Для підвищення достовірності результатів дослідження проводилося анонімно, у бланках відповідей досліджувані вказували тільки вік і стать.

Методичні засоби емпіричного дослідження. Відповідно до зазначеної у теоретичному розділі проблематики дослідження, було підібрано відповідний методичний інструментарій:

1. опитувальник «ECI» (Emotional Creativity Inventory; «Самооцінка емоційної креативності») Дж. Ейверілла;
2. тест емоційних тріад Дж. Ейверілла;
3. методика «Діагностика структури мотивів трудової діяльності» Т. Бадоева;
4. тест професійного вигорання К. Маслач, С. Джексон.

Опитувальник «ECI» (Emotional Creativity Inventory) Дж. Ейверілла в адаптації І. Андрєєвої [3] складається з 30 тверджень та містить 4 шкали:

- (1) Підготовленість – обізнаність про емоції та інтерес до них.
- (2) Новизна – здатність відчувати незвичайні емоції.
- (3) Ефективність – вміння виражати емоції майстерно та виразно.
- (4) Автентичність – щире відображення емоцій та почуттів.

Тест емоційних триад (автор – Дж. Ейверілл, адаптація І. Андрєєвої [3]). Виконання цього тесту спонукає до відображення особливостей власних емоційних переживань у вигаданій розповіді.

Основні показники, які було використано при аналізі розповідей:

- (1) новизна (унікальність, неповторність представленого сюжету);
- (2) ефективність (ступінь успішного використання у розповіді емоцій, зазначених в інструкції до тесту);
- (3) інтегрованість (сюжетна цілісність та структурність).

Розповідь, складена кожним із досліджуваних, оцінювалася за зазначеними вище показниками засобом шкали від 1 до 5 балів.

Методика «Діагностика структури мотивів трудової діяльності» [19] розроблена Т. Бадосєвим та спрямована на вивчення задоволеності своєю працею. За методикою опитувані оцінюють своє ставлення до різних чинників, які обумовлюють задоволеність працею, за семибальною шкалою: «дуже задоволений» (+3 бали), «в основному задоволений» (+2 бали), «скоріше задоволений» (+1 бал), «і задоволений, і ні» (0 балів), «скоріше не задоволений» (-1 бал), «в основному не задоволений» (-2 бали), «цілком не задоволений» (-3 бали).

Оцінювані чинники: значущість професії; престижність професії; вид трудової діяльності; організація праці; санітарно-гігієнічні умови; розмір заробітної плати; можливість підвищення кваліфікації; ставлення адміністрації до праці та відпочинку працівників; стосунки з колегами; потреба у спілкуванні та колективній діяльності; потреба в реалізації індивідуальних особливостей; можливість творчості в процесі роботи; задоволеність роботою у цілому.

З метою аналізу узагальнених показників даної методики, деякі чинники були об'єднані та виокремлені нові досліджувані змінні, а саме: задоволеність кар'єрою (значущість професії, престижність професії), задоволеність умовами праці (організація праці; санітарно-гігієнічні умови,

ставлення адміністрації до праці та відпочинку працівників), задоволеність собою як професіоналом (можливість підвищення кваліфікації, потреба в реалізації індивідуальних особливостей; можливість творчості в процесі роботи), задоволеність комунікативних потреб (стосунки з колегами; потреба у спілкуванні та колективній діяльності).

Тест професійного вигорання К. Маслач, С. Джексон в адаптації Н. Водоп'янової [29] складається з 22 тверджень. Оцінка відбувається за трьома основними шкалами:

(1) Емоційне виснаження – зниження емоційного фону, байдужість, емоційне перенасичення.

(2) Деперсоналізація – деформація стосунків з іншими людьми, що виявляється як зростання залежності, або як зростання негативізму, цинічності почуттів щодо інших людей.

(3) Редукція особистих досягнень – тенденція до негативного оцінювання себе, своїх професійних досягнень та успіхів; нівелювання особистої гідності, обмеження своїх можливостей, обов'язків щодо інших, тощо.

Основні теоретичні положення, на яких ґрунтується емпіричне дослідження. (1) Структура емоційної креативності включає усвідомлюваний та неусвідомлюваний компоненти, – кожен з яких містить певні складові (відповідно два різновиди емоційної креативності – усвідомлену та неусвідомлену). Усвідомлена емоційна креативність характеризується прагненням до набуття емоційного досвіду та його рефлексії. Неусвідомлена емоційна креативність виявляється у здатності до накопичення різних емоційних вражень. Основними показниками усвідомленої емоційної креативності є наступні змінні (на основі опитувальника «ЕСІ»): емоційна підготовленість (розуміння різних емоційних переживань); новизна (здатність переживати незвичайні емоції); ефективність (вміння виразно, адекватно виражати емоції); автентичність

(щире відображення емоцій). Показники неусвідомленої емоційної креативності (на основі тесту емоційних тріад): новизна (нові емоційні враження), ефективність (адекватність емоційних переживань) і інтеграція (продукування емоційних переживань засобом об'єднання різних емоцій та почуттів) [13].

(2) Емоційна креативність має мотиваційний та стресозахисний потенціал для професійної діяльності людини.

З метою формування окремих груп досліджуваних (представників різних типів професій) серед досліджуваних було проведено анкетування, спрямоване на вивчення їх професійної приналежності та трудового стажу. Диференціація досліджуваних на окремі групи ґрунтувалася на класифікації професій за Дж. Холландом (нижче перераховані професії, представники яких приймали участь у даному дослідженні):

Соціальний тип (професії: вчитель, вихователь, лікар, психолог).

Конвенціональний тип (бухгалтер, касир).

Реалістичний тип (водій, інженер).

Підприємницький тип (менеджер, підприємець).

Артистичний тип (артист, художник).

Дослідницький тип (учений).

Ґрунтуючись на наведених вище даних нами було сформовано окремі групи досліджуваних – представників соціального типу професій (n=30), конвенціонального (n=22), реалістичного (n=20), підприємницького типу (n=18), артистичного (n=15), дослідницького (n=3). Оскільки до останнього типу професій (до дослідницького) увійшло усього 3 особи, надалі емпіричні дані по цій групі осіб окремо не аналізувалися.

До отриманих у дослідженні емпіричних даних було застосовано наступні *методичні процедури*: (1) визначення рівня емоційної креативності представників різних типів професій у цілому по всій виборці (засобом частотного аналізу); (2) співставлення сформованих професійних груп за

показниками емоційної креативності (однофакторний дисперсійний аналіз ANOVA; кростабуляції за критерієм χ^2); (3) встановлення зв'язку між окремими складовими емоційної креативності та показниками професійного вигорання, мотивами трудової діяльності окремо по кожній сформованій професійній групі (засобом кореляційного аналізу Пірсона); (4) класифікація функцій емоційної креативності залежно від ступеня прояву у представників різних типів професій професійного вигорання та задоволеності своєю професією (шляхом застосування кластерного аналізу, метод К-середніх). Статистична обробка даних здійснювалася за допомогою комп'ютерної програми SPSS для Windows (V. 21).

2.2. Отримані результати та їх аналіз

2.2.1. Загальна характеристика емоційної креативності представників різних типів професій. Аналіз показників емоційної креативності досліджуваних показав, що у більшості випробуваних, незалежно від статі та професійної приналежності, у цілому по виборці спостерігаються середній або низький рівні емоційної креативності (Таблиця 2.1; Додаток А).

Таблиця 2.1.

**Розподіл досліджуваних осіб (n=105)
за рівнями емоційної креативності (ЕК)**

Показники ЕК	Групи досліджуваних осіб (n)		
	1 (високий рівень ЕК)	2 (середній рівень ЕК)	3 (низький рівень ЕК)
Загальний показник усвідомленої ЕК	25	44	36
Загальний показник	17	48	40

неусвідомленої ЕК			
-------------------	--	--	--

Більш детальний аналіз емпіричних даних показав, що найбільш сформованою у цілому по виборці є така складова емоційної креативності як здатність переживати незвичайні емоції (тобто «новизна»). Найменш сформованою складовою емоційної креативності у досліджуваних осіб виявилася здатність до щирого відображення своїх емоцій («автентичність»).

Співставлення сформованих професійних груп за показниками усвідомленої емоційної креативності продемонструвало, що статистично значущих відмінностей щодо вираженості емоційної креативності залежно від професійної приналежності не спостерігається. Поряд із тим, на рівні сильної статистичної тенденції ($p \leq 0,07$) у артистичного типу здатність до накопичення емоційного досвіду, його рефлексії та ефективного вираження нових емоційних переживань виявилися вище, ніж у представників інших типів професій.

2.2.2. Зв'язок між складовими емоційної креативності та показниками професійного вигорання представників різних типів професій. Надалі нами було проаналізовано наявний зв'язок між складовими емоційної креативності та показниками професійного вигорання окремо по кожній сформованій професійній групі (Таблиця 2.2).

Наведені дані засвідчують, що найбільш значущою емоційна креативність та її складові є для представників артистичного, підприємницького та соціального типів, що вірогідно можна пояснити загальною значущістю емоційного компоненту у структурі особистості представників цих професій.

Таблиця 2.2.

Зв'язок між складовими емоційної креативності та

показниками професійного вигорання

Складові емоційної креативності / Показники професійного вигорання	Емоційне виснаження	Деперсоналізація	Редукція досягнень
Підготовленість	---	---	-0,487 (p≤0,05; конвенціональний тип)
Новизна	---	---	-0,788 (p≤0,01; підприємницький тип)
Ефективність	---	-0,652 (p≤0,05; підприємницький тип); -0,549 (p≤0,05; артистичний тип)	-0,572 (p≤0,05; підприємницький тип); -0,530 (p≤0,05; артистичний тип)
Автентичність	-0,568 (p≤0,05; реалістичний тип)	---	---
Загальний показник усвідомленої емоційної креативності	-0,515 (p≤0,05; артистичний тип)	---	-0,903 (p≤0,011; підприємницький тип)
Новизна	---	---	---
Ефективність	0,515 (p≤0,05; артистичний тип)	---	---
Інтеграція	-0,576 (p≤0,01; соціальний тип)	---	---
Загальний показник неусвідомленої емоційної креативності	-0,487 (p≤0,05; соціальний тип)	---	---
Невербальна емоційна креативність	---	---	---

Зокрема, для представників професій артистичного типу загальна здатність до усвідомлення нових емоційних переживань допомагає зазначеним особам уникати байдужості у стосунках з іншими, емоційної перенасиченості, обтяженості обов'язками. Вміння чітко виражати свої емоційні переживання сприяє запобіганню негативізму, перевантаженню справами по роботі. Поряд із тим, вміння відображати набуті нові емоційні враження зовні часто супроводжується емоційним виснаженням представників даного типу професій, вірогідно внаслідок емоційного перевантаження. Для представників професій підприємницького типу здатність усвідомлювати свої нові емоційні переживання, правильно виражати їх, суттєво сприяють уникненню негативної оцінки своєї роботи та своєї поведінки в колективі. У представників професій соціального типу спостерігається суттєвий зв'язок між здатністю накопичувати нові емоційні враження, використовувати їх як емоційний ресурс та коригуванням несприятливого емоційного фону в стосунках з іншими людьми.

Для представників професій реалістичного та конвенціонального типів емоційна креативність є менш значущою, ніж для представників інших типів, проте можна спостерігати, що для реалістичного типу щирість у вираженні емоційних переживань дозволяє оминати байдуже ставлення до інших; конвенціональному типові усвідомлений емоційний досвід не дає змоги зневажливо ставитися до професійних обов'язків, знецінювати їх.

Отже, найбільш значущою для уникнення професійного вигорання представників майже всіх типів професій є усвідомлена емоційна креативність як здатність розуміти та вміло виражати свої нові емоційні переживання.

2.2.3. Зв'язок між складовими емоційної креативності та мотивами трудової діяльності представників різних типів професій. З метою

вивчення зв'язку між складовими емоційної креативності та мотивами трудової діяльності нами було проаналізовано дані кореляційного аналізу окремо по кожній сформованій професійній групі (Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3.

**Зв'язок між усвідомленою емоційною креативністю та
мотивами трудової діяльності**

Мотиви трудової діяльності / складові усвідомленої емоційної креативності	Підготовленість	Новизна	Ефективність	Автентичність	Загальний показник емоційної креативності
Значущість професії	-0,722* (арт. тип); 0,506* (соц. тип);	---	---	0,573** (підпр. тип)	---
Престижність професії	---	0,413** (соц. тип)	---	---	0,466** (соц. тип)
Підвищення кваліфікації	---	0,734* (підпр. тип); 0,520** (конв. тип); -0,537** (реал. тип)	0,453** (конв. тип)	---	0,674* (підпр. тип); 0,597** (конв. тип)
Ставлення адміністрації	0,521** (реал. тип)	---	---	---	0,639** (арт. тип); 0,530** (реал. тип)
Стосунки з	---	---	0,715*	---	0,433** (соц. тип)

колегами			(підпр. тип)		тип)
Потреба у спілкуванні	0,591* (соц. тип)	0,646* (підпр. тип)	0,593** (арт. тип); 0,520** (підпр. тип)	---	0,691* (арт. тип); 0,411** (соц. тип)
Самореалізація	---	0,734* (підпр. тип)	---	0,494** (реал. тип)	0,534** (арт. тип)
Можливість творчості	0,499** (підпр. тип); 0,429** (соц. тип)	0,539** (арт. тип)	---	-0,584** (арт. тип)	---
Задоволеність роботою в цілому	-0,616** (арт. тип)	-0,573** (арт. тип)	---	---	---

* $p \leq 0,01$;

** $p \leq 0,05$.

Отримані дані дають можливість констатувати, що найбільш значущою для формування ставлення до власної роботи є усвідомлена емоційна креативність, хоча неусвідомлена емоційна креативність також має певне значення, особливо для представників артистичного типу професій (Таблиця 2.4).

Таблиця 2.4.

Зв'язок між неусвідомленою емоційною креативністю та мотивами трудової діяльності

Мотиви трудової діяльності / складові неусвідомленої емоційної креативності	Новизна	Ефективність	Інтеграція	Загальний показник неусвідомленої емоційної креативності
Значущість професії	---	-0,533**	---	

		(конв. тип)		
Престижність професії	-0,482** (конв. тип)	-0,500** (конв. тип)	-0,515** (конв. тип)	-0,568** (конв. тип)
Підвищення кваліфікації	0,527** (арт. тип)	---	0,598** (арт. тип); -0,571** (підпр. тип)	0,685* (арт. тип)
Ставлення адміністрації	---	-0,824* (арт. тип)	-0,794* (арт. тип)	-0,888* (арт. тип)
Стосунки з колегами	-0,606** (арт. тип)	---	---	-0,623** (арт. тип)
Потреба у спілкуванні	-0,562** (арт. тип)	-0,619** (арт. тип)	-0,628** (арт. тип)	-0,765* (арт. тип)

* $p \leq 0,01$;

** $p \leq 0,05$.

Якщо конкретизувати наведені вище дані кореляційного аналізу, то можна відзначити, що для представників артистичного типу професій нові емоційні переживання сприяють самореалізації, а їх вмиле вираження зовні – спілкуванню з іншими людьми. Поряд із тим, для цього типу професій є характерним наявний зв'язок між осмисленим емоційним досвідом та загальною задоволеністю своєю роботою, між щирістю переживань та можливістю реалізувати потребу у творчості. Також, у артистичного типу є суттєво вираженим негативний зв'язок між набуттям нових емоційних вражень та стосунками з колегами, оточуючими людьми. У цілому можна відзначити, що усвідомлена емоційна креативність сприяє артистичному типові у сфері самореалізації, а неусвідомлена емоційна креативність – у сфері можливостей підвищити власну кваліфікацію.

Для представників підприємницького типу професій здатність до нових емоційних переживань позитивно пов'язана з оцінкою можливості

підвищувати свою кваліфікацію, ефективно спілкуватися з іншими людьми, зокрема з колегами, та виявляти творче ставлення до роботи.

Представники соціального типу професій продемонстрували зв'язок між усвідомленням нового емоційного досвіду та усвідомленням значущості своєї роботи, реалізацією потреб у спілкуванні та творчості. Поряд із тим, у цих осіб набуття нових емоційних вражень пов'язане з незадоволенням сосунками з колегами. Вірогідно це можна пояснити такою професійною рисою соціального типу як критичність, що в даному випадку спрямовується проти інших людей, зокрема пов'язаних спільною працею.

Для представників реалістичного типу професій знання про свою емоційну сферу сприяють позитивному ставленню до адміністрації щодо роботи; можливість бути щирим у власних емоційних переживаннях сприяє самореалізації своїх індивідуальних особливостей. Проте самі нові емоційні переживання заважають представникам цього типу прагнути до підвищення своїх кваліфікаційних можливостей.

У представників конвенціонального типу прослідковується чіткий зв'язок між здатністю до нових емоційних переживань, їх адекватним вираженням та позитивною оцінкою підвищення власної кваліфікації; поряд із тим, виявлено зв'язок між набуттям нових емоційних вражень, їх використанням як життєвого ресурсу та оцінкою своєї роботи як незначущої та непрестижної.

Загалом, для професійної мотивації представників різних типів професій більш значущою є усвідомлена емоційна креативність, особливо наявність усвідомленого емоційного досвіду та переживання нових емоцій. Неусвідомлена емоційна креативність є важливою в меншій мірі, до того ж її зв'язок зі сферою мотивації є здебільшого негативним – нові емоційні враження мало сприяють задоволенню своєю роботою – особливо у сфері спілкування, і особливо для представників артистичного типу професій.

2.2.4. Класифікація функцій емоційної креативності залежно від ступеня прояву у представників різних типів професій професійного вигорання та задоволеності своєю професією (результати кластерного аналізу, метод К-середніх). Проведення процедури кластерного аналізу було зорієнтовано на визначення функцій емоційної креативності у професійній діяльності кожної з виділених професійних груп (соціальний, реалістичний, артистичний, конвенціональний, підприємницький типи). Виділення функцій емоційної креативності ґрунтувалося на ступені вираженості у представників різних типів професій емоційної креативності (усвідомленої та неусвідомленої), професійного вигорання та переважанні певного виду задоволеності професійною діяльністю. Для кластерного аналізу було обрано узагальнені показники: усвідомлена емоційна креативність, неусвідомлена емоційна креативність, професійне вигорання, задоволеність кар'єрою, задоволеність умовами праці, задоволеність собою як професіоналом, задоволеність комунікативних потреб. Кластеризація проводилася окремо для кожної виділеної групи представників різних типів професій (Додаток В).

2.2.5.1. Соціальний тип. Результати кластерного аналізу досліджуваних змінних представників соціального типу професій наведені у табл. 2.5.

Таблиця 2.5.

Розподіл досліджуваних (представників соціального типу професій) за групами з різною вираженістю емоційної креативності (за результатами кластерного аналізу)

Досліджувані змінні	Середні значення (М) (соціальний тип, n=30)		
	1 група	2 група	3 група
Усвідомлена емоційна креативність	75	129	96
Неусвідомлена емоційна креативність	6	2	4

Професійне вигорання (заг. показник)	25	38	32
Задоволеність трудовою діяльністю	5	7	6
Задоволеність кар'єрою	11	13	12
Задоволеність умовами праці	15	21	16
Задоволеність собою як професіоналом	16	19	17
Задоволеність комунікативних потреб	12	13	13

За результатами, наведеними у табл. 2.5., серед представників соціального типу професій виокремлюються три групи осіб з різною значущістю емоційної креативності.

1 група – «Виражена неусвідомлена емоційна креативність, професійне неблагополуччя». Для цієї групи представників соціального типу професій характерним є переважання неусвідомлених емоційних вражень, невиражене професійне вигорання і, поряд із тим, низькі показники задоволеності як умовами праці. Так і своєю кар'єрою, собою як професіоналом. При цьому комунікативні потреби є задоволеними. Умовно можна означити функцію неусвідомленої емоційної креативності для цієї групи осіб як *підтримуючу* (емоційні враження підтримують інтерес до роботи на рівні комунікації).

2 група – «Виражена усвідомлена емоційна креативність, професійне вигорання». До цієї групи можна віднести осіб, які занадто захоплені своєю роботою, при цьому інтенсивно професійно вигорають.. Ці особи емоційно перенасичені новими переживаннями, проте накопичення нових емоцій відстає від їх осмислення та рефлексії. Функцію емоційної креативності у даному випадку можна умовно означити як *накопичувальна* (накопичення нових емоційних переживань).

3 група – «Середні рівні вираженості усвідомленої емоційної креативності, неусвідомленої емоційної креативності, професійне благополуччя». До цієї групи увійшли особи соціономічного профілю, які отримують достатньо нових емоційних вражень та нових переживань у

своєму житті, при цьому задоволені собою як професіоналом та професійним життям у цілому. Ці особи мало підлягають професійному вигоранню, оскільки вміло використовують свої нові емоційні враження та переживання для відновлення своїх сил (шляхом рефлексії та набуття досвіду). Умовно функцію емоційної креативності у даному випадку можна означити як *відновлювальна* (відновлення резервів психіки засобом нових приємних емоційних переживань).

Загалом, для представників соціального типу професій характерним є розподіл на дві категорії осіб – тих, у кого переважає усвідомлена емоційна креативність, і тих, у кого переважає неусвідомлена емоційна креативність. При цьому, для перших емоційна креативність виконує накопичувальну функцію, а для других – підтримуючу.

2.2.5.2. Реалістичний тип. Результати кластерного аналізу досліджуваних змінних представників реалістичного типу професій наведені у табл. 2.6.

Таблиця 2.6.

Розподіл досліджуваних (представників реалістичного типу професій) за групами з різною вираженістю емоційної креативності (за результатами кластерного аналізу)

Досліджувані змінні	Середні значення (М) (реалістичний тип, n=20)		
	1 група	2 група	3 група
Усвідомлена емоційна креативність	81	111	91
Неусвідомлена емоційна креативність	6	7	5
Професійне вигорання (заг. показник)	25	24	38
Задоволеність трудовою діяльністю	6	5	6
Задоволеність кар'єрою	12	10	9
Задоволеність умовами праці	14	15	17
Задоволеність собою як професіоналом	17	17	16

Задоволеність комунікативних потреб	13	12	11
-------------------------------------	----	----	----

За результатами, наведеними у табл. 2.6., серед представників реалістичного типу професій виокремлюються три групи осіб з різним проявом емоційної креативності.

1 група – «Невиражена усвідомлена емоційна креативність, задоволеність професією». До цієї групи представників реалістичного типу професій увійшли особи, у яких недостатньо виражені нові емоційні переживання, поряд із тим не виражене професійне вигорання, наявна задоволеність професійною діяльністю – перш за все її комунікативною стороною та кар’єрними прагненнями. Можна зазначити, що для цих осіб емоційна креативність не є необхідною якістю для їх професійного благополуччя.

2 група – «Виражена емоційна креативність, професійне благополуччя». До цієї групи увійшли особи з високим рівнем усвідомленої емоційної креативності та неусвідомленої емоційної креативності (тобто з наявними новими емоційними враженнями та переживаннями), також з невираженим професійним вигоранням і середніми показниками задоволеності своєю професійною і трудовою діяльністю. У даному випадку можна інтерпретувати функцію емоційної креативності як балансуєчку – емоційна креативність надає можливість представникам реалістичного типу професій притримуватися балансу щодо ставлення до своєї професійної діяльності (помірна працездатність – помірна задоволеність).

3 група – «Невиражена неусвідомлена емоційна креативність, професійне вигорання». До цієї групи увійшли особи, які отримують замало нових емоційних вражень, емоційно виснажені та мало задоволені своєю професійною діяльністю та спілкуванням у професійному середовищі. У даному випадку емоційна креативність майже не задіяна, і внаслідок цього не реалізує свої адаптивні функції.

Загалом, емоційна креативність для реалістичного типу є мало задіяною здібністю. Лише приблизно третина цих осіб реалізує свої емоційно-креативні здібності, які виконують у професійній діяльності балансує функцію.

2.2.5.3. Артистичний тип. Результати кластерного аналізу досліджуваних змінних представників артистичного типу професій наведені у табл. 2.7.

Таблиця 2.7.

Розподіл досліджуваних (представників артистичного типу професій) за групами з різною вираженістю емоційної креативності (за результатами кластерного аналізу)

Досліджувані змінні	Середні значення (М) (артистичний тип, n=15)		
	1 група	2 група	3 група
Усвідомлена емоційна креативність	100	90	76
Неусвідомлена емоційна креативність	7	7	10
Професійне вигорання (заг. показник)	31	20	50
Задоволеність трудовою діяльністю	6	7	7
Задоволеність кар'єрою	13	13	14
Задоволеність умовами праці	16	20	13
Задоволеність собою як професіоналом	17	13	18
Задоволеність комунікативних потреб	11	13	8

За результатами, наведеними у табл. 2.7., серед представників артистичного типу професій виокремлюються три групи осіб з різною значущістю емоційної креативності.

1 група – «Виражена усвідомлена емоційна креативність, професійне благополуччя посереднє». Для цієї групи представників соціального типу професій характерним є переважаючі усвідомлені емоційні прояви, не так виражене професійне вигорання, середні і показники задоволеності як

умовами праці, так і своєю кар'єрою, собою як професіоналом і комунікативними потребами і, поряд із тим, низька задоволеність трудовою діяльністю. Умовно можна означити функцію усвідомленої емоційної креативності для цієї групи осіб як *накопичувальну* (накопичення нових емоційних переживань).

2 група – «Середні рівні вираженості усвідомленої емоційної креативності, підвищена неусвідомлена емоційна креативність, професійне благополуччя». До цієї групи можна віднести осіб, які в цілому задоволені своєю діяльністю, кар'єрою і умовами праці, але незадоволені собою як професіоналом. Ці особи мало підлягають професійному вигоранню, оскільки вміло використовують свої нові емоційні враження та переживання для відновлення своїх сил (шляхом рефлексії та набуття досвіду). Функцію емоційної креативності у даному випадку можна умовно означити як *відновлювальна* (відновлення резервів психіки засобом нових приємних емоційних переживань).

3 група – «Високий рівень вираженості неусвідомленої емоційної креативності, професійне вигорання». До цієї групи увійшли особи, які занадто захоплені своєю кар'єрою, при цьому інтенсивно професійно вигорають.. Ці особи емоційно перенасичені новими переживаннями, проте накопичені нові емоції не усвідомлюються і не мають зовнішнього вираження . Умовно функцію емоційної креативності у даному випадку можна означити як *підтримуючу* (емоційні враження підтримують інтерес до роботи на рівні задоволеності собою як професіоналом) .

Загалом, для представників соціального типу професій характерним є розподіл на дві категорії осіб – тих, у кого переважає усвідомлена емоційна креативність, і тих, у кого виражені показники неусвідомленої емоційної креативності з помірними рисами усвідомленої емоційної креативності . При цьому, для перших емоційна креативність виконує накопичувальну функцію, а для других – підтримуючу.

2.2.5.3. Конвенціональний тип. Результати кластерного аналізу досліджуваних змінних представників конвенціонального типу професій наведені у табл. 2.8.

Таблиця 2.8.

**Розподіл представників конвенціонального типу професій
за групами з різною вираженістю емоційної креативності
(за результатами кластерного аналізу)**

Досліджувані змінні	Середні значення (М) (конвенціональний тип, n=20)		
	1 група	2 група	3 група
Усвідомлена емоційна креативність	85	67	107
Неусвідомлена емоційна креативність	4	3	4
Професійне вигорання (заг. показник)	34	26	30
Задоволеність трудовою діяльністю	5	5	6
Задоволеність кар'єрою	10	11	12
Задоволеність умовами праці	13	16	14
Задоволеність собою як професіоналом	11	12	15
Задоволеність комунікативних потреб	11	12	12

За результатами, наведеними у табл. 2.8., серед представників конвенціонального типу професій виокремлюються три групи осіб з різною значущістю емоційної креативності.

1 група – «Невиражена усвідомлена емоційна креативність, знижена задоволеність професією». До цієї групи представників конвенціонального типу професій увійшли особи, у яких недостатньо виражені нові емоційні переживання, поряд із тим яскраво професійне вигорання, наявна знижена задоволеність професійною діяльністю і всіма її показниками. Можна

зазначити, що для цих осіб емоційна креативність не є важливою якістю щодо їх професійного благополуччя. Представники отримують замало нових емоційних вражень, емоційно виснажені та мало задоволені своєю професійною діяльністю та спілкуванням у професійному середовищі. .

2 група – «Невиражена усвідомлена та неусвідомлена емоційна креативність, професійне благополуччя». До цієї групи увійшли особи з низьким рівнем усвідомленої емоційної креативності та неусвідомленої емоційної креативності, також з невираженим професійним вигоранням і середніми показниками задоволеності своєю професійною і трудовою діяльністю, у той же час задоволеністю умовами праці. Фактор емоційної креативності не грає значної ролі у професійному житті даної групи і йому надається не надто багато значення в адапційному сенсі.

3 група – «Виражена усвідомлена емоційна креативність, професійне благополуччя». До цієї групи увійшли особи, які отримують достатньо нових емоційних вражень, виражать щиро свої емоції та задоволені своєю професійною діяльністю в цілому. У даному випадку емоційна креативність задіяна, і внаслідок цього реалізує свої адаптивні функції.

Загалом, емоційна креативність для конвенціонального типу є мало задіяною здібністю. Лише приблизно третина цих осіб реалізує свої емоційно-креативні здібності, які виконують у професійній діяльності накопичувальну функцію.

2.2.5. Підприємницький тип. Результати кластерного аналізу досліджуваних змінних представників підприємницького типу професій наведені у табл. 2.9.

Таблиця 2.9.

**Розподіл представників підприємницького типу професій
за групами з різною вираженістю емоційної креативності
(за результатами кластерного аналізу)**

Досліджувані змінні	Середні значення (М) (конвенціональний тип, n=20)		
	1 група	2 група	3 група
Усвідомлена емоційна креативність	81	109	91
Неусвідомлена емоційна креативність	6	3	8
Професійне вигорання (заг. показник)	38	29	24
Задоволеність трудовою діяльністю	6	6	6
Задоволеність кар'єрою	13	13	13
Задоволеність умовами праці	15	19	18
Задоволеність собою як професіоналом	16	19	16
Задоволеність комунікативних потреб	10	14	12

За результатами, наведеними у табл. 2.9., серед представників підприємницького типу професій виокремлюються три групи осіб з різною значущістю емоційної креативності.

1 група – «Виражена неусвідомлена емоційна креативність, професійне неблагополуччя». Для цієї групи представників підприємницького типу професій характерним є переважання неусвідомлених емоційних вражень, виражене професійне вигорання і, поряд із тим, не можна сказати що ця група задоволена показниками трудової діяльності більше ніж інші групи. Таким чином, можна припускати що невміння виразити емоції, що переживаються і слабку рефлексію, що має вплив на фактор вигорання. Також можна говорити задоволення комунікативних потреб. Умовно можна означити функцію неусвідомленої емоційної креативності для цієї групи осіб як *підтримуючу* (емоційні враження підтримують інтерес до роботи на рівні задоволеності комунікативних потреб) .

2 група – «Виражена усвідомлена емоційна креативність, низька неусвідомлена емоційна креативність, професійне благополуччя.». До цієї групи можна віднести осіб, які задоволені професійною діяльністю, і комунікативними потребами , зокрема. Для цієї групи представників

підприємницького типу професій характерним є переважання неусвідомлених емоційних вражень. Функцію емоційної креативності у даному випадку можна умовно означити як *накопичувальна* (накопичення нових емоційних переживань).

3 група – «Середні рівні вираженості усвідомленої емоційної креативності, неусвідомленої емоційної креативності, професійне благополуччя». До цієї групи увійшли особи, які отримують достатньо нових емоційних вражень та нових переживань у своєму житті, при цьому задоволені собою як професіоналом та професійним життям у цілому. Ці особи мало підлягають професійному вигоранню, оскільки вміло використовують свої нові емоційні враження та переживання для відновлення своїх сил (шляхом рефлексії та набуття досвіду). Умовно функцію емоційної креативності у даному випадку можна означити як *відновлювальна* (відновлення резервів психіки засобом нових приємних емоційних переживань).

Загалом, для представників підприємницького типу професій характерним є розподіл на дві категорії осіб – тих, у кого переважає усвідомлена емоційна креативність, і тих, у кого переважає неусвідомлена емоційна креативність. При цьому, для перших емоційна креативність виконує накопичувальну функцію, а для других – підтримуючу.

2.2.6. Особливості емоційної креативності представників різних типів професій. Ґрунтуючись на узагальненні отриманих у проведеному емпіричному дослідженні даних (Додаток Б), охарактеризуємо особливості емоційної креативності представників окремих типів професій.

Емоційна креативність представників *артистичного типу* характеризується найбільшим потенціалом: значущість для цих осіб мають як нові емоційні враження (неусвідомлена емоційна креативність), так і нові емоційні переживання (усвідомлена емоційна креативність). Особливе

значення відіграє така складова емоційної креативності як «ефективність» (вміння виразно виражати нові емоції). Емоційні здібності представники даного типу виявляють здебільшого у сфері спілкування.

У представників *підприємницького типу* емоційна креативність має значення на рівні нових емоційних переживань. Особливо значущими є такі складові емоційної креативності як «новизна» та «ефективність». Ці особи використовують емоційну креативність здебільшого для набуття професійності.

Представники *соціального типу* використовують нові емоційні переживання у сфері спілкування з іншими, нові емоційні враження – як засіб подолання стомлення при психічному вигоранні. Найбільш значущими для представників даного типу є такі складові емоційної креативності як «підготовленість» (розуміння емоційних переживань) та «інтеграція» (об'єднання різноманітних нових емоційних переживань).

Досить неоднозначно виявляється емоційна креативність у представників *конвенціонального типу*: первинне значення мають нові емоційні переживання, при цьому складно визначити, – які саме складові емоційної креативності мають найбільше значення. Загалом представники даного типу спрямовують емоційну креативність на вдосконалення власної професійності.

Для представників *реалістичного типу* значущими є нові емоційні переживання; емоційна креативність використовується як засіб усунення почуття стомлення при психічному вигоранні, найбільш значущою є така складова емоційної креативності як «автентичність» (щирість емоцій).

Отже, з нашої точки зору, для досліджуваних осіб – представників різних типів професій, доцільно розробити програму розвитку емоційної креативності та її складових, що сприятиме підвищенню показників емоційного самопочуття фахівців у сфері спілкування та їх професійного вдосконалення.

2.3. Програма розвитку емоційної креативності

Представлену нижче програму розвитку емоційної креативності розроблено на основі проведених теоретичного та емпіричного досліджень, які засвідчили значення емоційної креативності для зниження показників професійного вигорання представників різних типів професій та підвищення їх професійної мотивації.

У сучасній психологічній літературі представлено низку результатів експериментальних досліджень, які засвідчують продуктивність цілеспрямованого розвитку емоційної креативності засобом тренінгового впливу [23; 33]. У зв'язку із цим, ми розробили авторську програму сприяння розвитку емоційної креативності як засобу зниження психологічного дискомфорту представників різних типів професій. Зміст програми нашого тренінгу передбачає комплексний вплив на когнітивну (оцінка своєї професійної діяльності та себе як фахівця), емоційну (переживання) та поведінкову (комунікативна взаємодія з іншими людьми в процесі професійної діяльності) сфери особистості.

2.3.1. Принципи організації тренінгу. Програма тренінгу ґрунтується на базовому принципі психологічної тренінгової практики – включення суб'єкта до процесу тренінгової взаємодії, в якому задіяні три основні сфери: когнітивна, емоційна, поведінкова – зміна однієї з яких, приводить до зміни всіх інших [28, с. 89]. Також для розробки тренінгової програми було враховано рекомендації щодо розвитку емоційної креативності в тренінгових групах: психологічні умови тренінгового розвитку емоційної креативності [39], особливості розвитку емоційної креативності засобами кінотренінгу [23].

За різновидом тренінг належить до групи тренінгів навичок та вмінь. В якості продуктивних методів розвитку емоційної креативності було визначено ведучі методи інтерактивного навчання: евристична бесіда, метод

дискусії, «мозковий штурм». Також на тренінгових заняттях передбачається використання різноманітних засобів інформаційно-комунікаційних технологій (накопичувальних та аудіовізуальних систем), які позитивно зарекомендували себе в сучасній тренінговій практиці [20; 25].

2.3.2. Програма тренінгу «Розвиток емоційної креативності». За своєю структурою основні етапи тренінгової програми та зміст тренінгових занять відповідають класичній схемі проведення тренінгів (розминка, конкретні вправи, релаксація) [10; 24; 27].

Мета тренінгу: розвиток здатності до продукування та ефективного вираження нових емоційних переживань, що сприятиме зниженню показників професійного вигорання – емоційного виснаження, деперсоналізації, редукції досягнень, а також більш позитивному прийняттю своєї професійної діяльності.

Завдання тренінгу: (1) усвідомлення нових емоцій та почуттів у процесі професійної діяльності; (2) набуття навичок ефективного вираження нових емоційних переживань; (3) набуття навичок продуктивної комунікативної взаємодії з іншими людьми в процесі професійної діяльності.

Програма тренінгу містить чотири ключові теми («Підготовленість», «Новизна», «Ефективність», «Автентичність»), кожна з яких охоплює три заняття – загальною кількістю 28 години (по 6 годин на кожен тему та по дві години на вступне, заключне заняття й підсумкове тестування) (Додатки Г, Д). За структурою кожне заняття являє собою: (1) інформаційний блок (міні-лекція), спрямований на розширення знань про емоційну сферу особистості; (2) інтерактивний блок (перегляд художніх короткометражних фільмів) з метою вивчення передумов психічного вигорання представників різних професій; (3) корекційно-розвивальний блок (психологічні вправи), орієнтований на розвиток вербальних та невербальних проявів емоційної креативності.

Запропонована тренінгова розробка може бути рекомендована для проведення серед фахівців (представників різних типів професій) з метою підвищення їх психологічного комфорту та набуття необхідних навичок щодо спілкування з іншими людьми в ході виконання професійної діяльності.

Таким чином, презентована тренінгова програма розвитку емоційної креативності спрямована на розвиток у фахівців емоційної обізнаності, емоційної експресії стосовно нових емоційних переживань, що гіпотетично сприятиме їх більш комфортному емоційному самопочуттю.

Висновки до розділу 2

1. За результатами емпіричного дослідження було встановлено, що більшість досліджуваних осіб, незалежно від статі та професійної приналежності, характеризуються середнім або низьким рівнями емоційної креативності. Також проведене дослідження показало відсутність суттєвих відмінностей щодо рівня складових емоційної креативності серед представників різних типів професій. Це означає, що рівень сформованості здатності до набуття нових емоційних вражень, нових емоційних переживань суттєво не пов'язаний з професійною приналежністю людини.
2. Запобігання професійного вигорання представників майже всіх типів професій суттєво сприяє розвинута здатність до розуміння та вираження нових емоційних переживань (усвідомлена емоційна креативність). Здатність до набуття нових емоційних вражень та використання їх як емоційного ресурсу (неусвідомлена емоційна креативність) є важливою для благополучного емоційного фону представників артистичного та соціального типів. Найбільш суттєвим виявлено зв'язок між складовими емоційної креативності та професійним вигоранням у представників артистичного та підприємницького типів професій. Для артистичного типу

найбільш значущою є здатність до вмілого вираження нових емоційних переживань («ефективність»), для підприємницького типу – здатність набувати нові емоційні переживання («новизна»), і також здатність виражати їх зовні («ефективність»).

3. Зв'язок між емоційною креативністю та ставленням до роботи є відмінним у представників різних професій. Зокрема, найбільш суттєвий наявний зв'язок виявлено у представників артистичного, підприємницького та соціального типів професій. Для цих осіб наявність усвідомленого емоційного досвіду, переживання нових емоцій (усвідомлена емоційна креативність) суттєво пов'язані з реалізацією своїх можливостей у сфері спілкування з іншими людьми, реалізацією творчих прагнень, оцінкою своєї роботи як значущої. Набуття нових емоційних вражень (неусвідомлена емоційна креативність) має важливе значення для представників артистичного типу професій – позитивне у сфері підвищення кваліфікації, негативне – у сфері спілкування з іншими людьми.

4. Особливості емоційної креативності представників різних типів професій пов'язані з різним значенням емоційної креативності для виконання професійної діяльності. Для представників артистичного типу нові емоційні враження та переживання є важливими у сфері спілкування; для соціального типу – і у сфері спілкування, і як засіб подолання почуття стомлення; для реалістичного типу – нові емоційні переживання сприяють здебільшого усуненню почуття стомлення; для підприємницького та конвенціонального типів – емоційна креативність спрямовується на вдосконалення професійності.

5. На основі емпіричних даних було розроблено та презентовано програму розвитку емоційної креативності як засобу підвищення емоційного комфорту представників різних типів професій у процесі виконання професійної діяльності.

ВИСНОВКИ

1. Емоційна креативність – здатність переживати і проявляти нові оригінальні емоції засобом модифікації звичайних емоцій відповідно до впливу різних ситуацій та подій життя. У сфері професійної діяльності емоційна креативність має значення для мотивації фахівців та їх здатності протистояти стресовим впливам.

2. У більшості досліджуваних осіб, незалежно від статі та типу професії, виявлено недостатньо сформовану емоційну креативність. Проведене дослідження показало, що рівень сформованості складових емоційної креативності суттєво не пов'язаний з професійною приналежністю людини. Разом з тим, вивчення особливостей емоційної креативності представників різних типів професій показало, що емоційна креативність має різне значення для виконання певної професійної діяльності: для представників артистичного типу нові емоційні враження та переживання є важливими у сфері спілкування; для соціального типу – і у сфері спілкування, і як засіб подолання почуття стомлення; для представників реалістичного типу – нові емоційні переживання сприяють здебільшого усуненню почуття стомлення; у представників підприємницького та конвенціонального типів – емоційна креативність спрямовується переважно на вдосконалення власної професійності.

3. В якості одного з ефективних засобів підвищення емоційного комфорту фахівців може виступати розробка та впровадження програми розвитку емоційної креативності, спрямована на рефлексію та управління експресією нових емоційних переживань, що сприятиме зниженню показників професійного вигорання – емоційного виснаження, деперсоналізації, редукції досягнень, а також більш позитивному прийняттю власної професійної діяльності фахівців.

Перспективи подальших досліджень ми вбачаємо в експериментальному впровадженні запропонованої програми розвитку емоційної креативності фахівців та психологічному аналізі її ефективності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева И. Н. Эмоциональный интеллект и эмоциональная креативность. Азбука эмоционального интеллекта. СПб.: БХВ-Петербург, 2012. С. 85-94.
2. Андреева И. Н. Азбука эмоционального интеллекта. СПб.: БХВ-Петербург, 2012. 288 с.
3. Андреева И. Н. Эмоциональная креативность и её отличия от эмоционального интеллекта. Вісник Чернігівського державного педагогічного університету імені Т.Г. Шевченка. Випуск 41. Серія: Психологічні науки. Т. 1. Чернігів: ЧДПУ імені Т. Г. Шевченка, 2006. С. 13-15.
4. Березина Т. Н., Терещенко Р. Н. Эмоциональная креативность личности: определение и структура. Психология и психотехника. 2012. № 2. С. 43-50.
5. Боброва И. А., Чурсинова О. В. Особенности развития эмоциональной креативности в подростковом возрасте. Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 61. С. 121-124.
6. Бреслав Г. М. Психология эмоций. М.: Смысл; Издательский центр «Академия», 2004. 544 с.
7. Валуева Е. А. Диагностика эмоциональной креативности. Социальный и эмоциональный интеллект: от процессов к измерениям. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. С. 216-228.
8. Валуева Е. А., Ушаков Д. В. Эмпирическая верификация модели соотношения предметных и эмоциональных способностей. Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2010. № 2. С. 103-114.
9. Василюк Ф. Е. Психология переживания. М.: Изд-во МГУ, 1984. 268 с.
10. Вачков И. В. Основы технологии группового тренинга. М.: Издательство «Ось-89», 1999. 176 с.

11. Голубева М.В., Рыжов В.В. Психологические особенности эмоционально-коммуникативных способностей педагога // Вестник ГУУ. 2012. №9-1.
12. Голубина Ю.Ю. Взаимосвязь между эмоциональной креативностью и эмоциональным интеллектом. // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. Педагогика и психология. 2013. № 1. С. 80-87.
13. Дерев'янка С.П. Психологічні особливості емоційної креативності студентської молоді. Сучасна молодь у соціально-психологічному вимірі: здобутки чернігівських психологів. Чернігів: Видавництво "Десна Поліграф", 2017. С. 84-97.
14. Дерев'янка С. П. Емоційна креативність та мотивація у структурі професійної діяльності психолога. Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки. Херсон: ХДУ, 2018. № 5. С. 42-47.
15. Діомідова Н. Ю. Емоційні кореляти просоціальної мотивації майбутніх педагогів //Теорія і практика сучасної психології: збірник наукових праць. – Запоріжжя, Класичний приватний університет, 2019, № 5, Т.2. –С. 48-51.
16. Діомідова Н. Ю. Психологічні особливості емоційного інтелекту й емоційної креативності студентів. Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки. Херсон: ХДУ, 2015. № 2. С. 146-151.
17. Дмитриев В. А., Яфальян А. Ф. Развитие креативной личности педагога-музыканата. Педагогическое образование. 2016. № 9. С. 30-35.
18. Изард К. Э. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2003. 384 с.
19. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2002. 512 с.
20. Інноваційні технології розвитку психологічних ресурсів особистості. Херсон: Вид-во ФОП Вишемирський В. С., 2019. 354 с.

21. Корнилова Т. В. , Шестова М. А. , Павлова Е. М. Эмоциональная креативность в системе связей с эмоционально-личностной сферой и имплицитными теориями креативности // Психологический журнал 2020. Том 41. № 4 С. 19-31 [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. URL: <http://ras.jes.su/psy/s020595920010388-2-1> (дата обращения: 15.12.2020). DOI: 10.31857/S020595920010388-2
22. Кузнецов М. А., Діомідова Н. Ю. Специфіка реагування на екзаменаційний стрес у студентів з різними рівнями емоційної креативності. Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Психологія. Харків: ХНПУ, 2010. Вип. 35. С. 110-133.
23. Метелкина А.А. К проблеме развития эмоциональной креативности у подростков средствами кинотренинга. Герценовские чтения. Начальное образование. Том 3. Выпуск 3. Художественное образование ребенка: традиции и инновации. СПб.: Издательство ВВМ, 2012. С. 44- 50.
24. Мілютіна К. Л. Теорія та практика психологічного тренінгу. К.: МАУП, 2004. 192 с.
25. Оліфіра Л. М. Принципи організації навчальних тренінгів через застосування ІКТ в системі післядипломної педагогічної освіти. Інформаційні технології і засоби навчання. 2009. № 6 (14). С. 174-185.
26. Опарина О. В. Феноменология креативности и факторы формирования креативной личности. Вестник КазГУКИ. 2009. № 4. С. 3-6.
27. Осипова А. А. Общая психокоррекция. М.: ТЦ Сфера, 2002. 509 с.
28. Петровская Л. А. Общение – компетентность – тренинг. М.: Смысл, 2007. 687 с.
29. Практикум по психологии менеджмента и профессиональной деятельности. СПб.: Речь, 2001. С. 276-282.

30. Рыжов В. В., Архипова М. В. Эмоциональная креативность, музыка и развитие творческих иноязычных способностей. Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22433> (дата обращения: 01.02.2020).
31. Салихова И. С. Анализ качественной целостности креативности экономического агента // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2018. №3 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-kachestvennoy-tselostnosti-kreativnosti-ekonomicheskogo-agenta> (дата обращения: 21.12.2020).
32. Угрюмова Н. В. Психологические условия развития эмоциональной креативности у педагогов. Психологические науки. 2014. № 1. С. 41 -44.
33. Фролова С. В. Апробация авторского теста и тренинга эмоциональной креативности. Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2017. Т. 17, вып. 4. С. 471-477.
34. Abuladze, N., & Martskvishvili, K. (2016). No words for emotions: Emotional creativity and alexithymia in art. Problems of Psychology of 21st Century, 1062–68.
35. Ajam A. A, Badnava S., Abdellahi M., Momeni-mahmouei H. The Relation Between Emotional Creativity and Academic Enthusiasm in Public Health students in Gonabad university of medical sciences. Research in medical education. 2017. Vol. 8 (4). P. 11-18.
36. Averill J. R. Individual differences in emotional creativity: structure and correlates. Journal of Personality. 1999. Vol. 67. P. 331-371.
37. Chen P., Hung C., Yu M. What does early and middle adulthood look like? A comparison of structural models on mindful learning, emotional creativity, capacity to savor, and flourishing life. Journal of research in education sciences. 2019. Vol. 64. P. 207-239.

38. de Cássia Nakano, T., & Zaia, P. (2012). Criatividade e Inteligência Emocional em Crianças: Um Estudo Relacional [Creativity and emotional intelligence in Children: A relational study]. *PSICO*, 43(3), 388–399.
39. Dyson S. B., Chang Yu-Lin, Chen H. C. The effect of tabletop role-playing games on the creative potential and emotional creativity of Taiwanese college students. *Thinking skills and creativity*. 2016. Vol. 19. P. 88-96.
40. Gutbezahl J., Averill J. Individual differences in emotional creativity as manifested in words and pictures. *Creativity research journal*. 1996. Vol. 9. P. 327-337.
41. Oriol X. Emotional Creativity as Predictor of Intrinsic Motivation and Academic Engagement in University Students: The Mediating Role of Positive Emotions / Xavier Oriol, Alberto Amutio, Michelle Mendoza, Silvia Da Costa, Rafael Miranda. *Frontiers in Psychology*. 2016. Vol. 7. P. 12-43.
42. Trnka R., Zahradnik M., Kuska M. Emotional creativity and real-life involvement in different types of creative leisure activities. *Creativity research journal*. 2016. Vol. 28. P. 348-356.
43. Wang G., Huang H., Zheng Q. Effect of Chinese employees' emotional creativity on their innovative performance. *Social behavior and personality*. 2015. Vol. 43. P. 1147-1160.
44. Zareie Heydar Ali. Structural Modeling of the Relationship between Emotional Creativity, Self-Efficacy And Academic Motivation Among Students. *Bulletin of Environment, Pharmacology and Life Sciences*. 2014. Vol. 3. P. 27-30.H.

ДОДАТКИ

Додаток А

Розподіл досліджуваних за різними рівнями емоційної креативності (результати частотного аналізу)

Статистика

Рівні усвідомленої ЕК

N	Валидные	105
	Пропущенные	0

Рівні усвідомленої ЕК

	Частота	Проценты	Валидный процент	Накопленный процент
Валидные середній рівень УсвЕК	44	41,9	41,9	41,9
низький	36	34,3	34,3	76,2
високий рівень УсвЕК	25	23,8	23,8	100,0
Всего	105	100,0	100,0	

Статистика

Рівні НЕусвідомленої ЕК

N	Валидные	105
	Пропущенные	0

Рівні НЕусвідомленої ЕК

	Частота	Проценты	Валидный процент	Накопленный процент
Валидные низький рівень НеусвЕК	40	38,1	38,1	38,1
високий рівень НеусвЕК	17	16,2	16,2	54,3
середній рівень НеусвЕК	48	45,7	45,7	100,0
Всего	105	100,0	100,0	

Додаток Б

Таблиця Б.1

**Роль емоційної креативності у професійній діяльності
представників різних типів професій
(на основі даних кореляційного аналізу)**

Типи професій	Різновиди емоційної креативності	
	Усвідомлена емоційна креативність	Неусвідомлена емоційна креативність
Артистичний тип	Негативний зв'язок між «ефективністю» та «деперсоналізацією» і «редукцією досягнень»	Негативний зв'язок між «ефективністю» та «емоційним виснаженням»
	Позитивний зв'язок з «потребою у спілкуванні», з «самореалізацією», «підвищенням кваліфікації»	Позитивний зв'язок з «підвищенням кваліфікації»; негативний зв'язок з мотивами: «ставлення адміністрації», «стосунки з колегами», «потреба у спілкуванні»
Підприємницький тип	Негативний зв'язок між «новизною» та «редукцією досягнень»; між «ефективністю» та «деперсоналізацією» і «редукцією досягнень»	
	Позитивний зв'язок з мотивом «підвищення кваліфікації»	
Соціальний тип		Негативний зв'язок між «інтегрованістю» та емоційним виснаженням
	Позитивний зв'язок з мотивами: «стосунки з	

	колегами», «потреба у спілкуванні»	
Конвенціональний тип	Негативний зв'язок між «підготовленістю» та «редукцією досягнень»	
	Позитивний зв'язок з мотивом «підвищення кваліфікації»	Негативний зв'язок з мотивом «престижність професії»
Реалістичний тип	Негативний зв'язок між «автентичністю» та «емоційним виснаженням»	
	Позитивний зв'язок з мотивом «ставлення до адміністрації»	

Додаток В

Результати кластерного аналізу

Соціальний тип

Конечные центры кластеров

	Кластер		
	1	2	3
ЕК 1 - заг. показник (усвідомлена ЕК)	75	129	96
ЕК 2 - заг. показник (неусвідомлена ЕК)	6	2	4
Заг. показник емоційного вигорання (ем. виснаження +деперсоналізація)	25	38	32
задоволеність в цілому	5	7	6
задоволеність кар'єрою (значущість+престижність))	11	13	12
задоволеність умовами праці (орг. праці+сан.-гіг.+ставл. адміністрації)	15	21	16
задоволеність собою як професіоналом (можл.підв. квал.+потреба в реал.індив.+можл.творчості)	16	19	17
задоволеність комунікативних потреб (стос. з колегами+потр. у спілкуванні)	12	13	13

Реалістичний тип

Конечные центры кластеров

	Кластер		
	1	2	3
ЕК 1 - заг. показник (усвідомлена ЕК)	81	111	91
ЕК 2 - заг. показник (неусвідомлена ЕК)	6	7	5
Заг. показник емоційного вигорання (ем. виснаження + деперсоналізація)	25	24	38
задоволеність в цілому	6	5	6
задоволеність кар'єрою (значущість+престижність))	12	10	9
задоволеність умовами праці (орг. праці+сан.-гіг.+ставл. адміністрації)	14	15	17
задоволеність собою як професіоналом (можл.підв. квал.+потреба в реал.індив.+можл.творчості)	17	17	16
задоволеність комунікативних потреб (стос. з колегами+потр. у спілкуванні)	13	12	11

Конвенціональний тип

Конечные центры кластеров

	Кластер		
	1	2	3
ЕК 1 - заг. показник (усвідомлена ЕК)	85	67	107
ЕК 2 - заг. показник (неусвідомлена ЕК)	4	3	4
Заг. показник емоційного вигорання (ем. виснаження + деперсоналізація)	34	26	30
задоволеність в цілому	5	5	6
задоволеність кар'єрою (значущість+престижність))	10	11	12
задоволеність умовами праці (орг. праці+сан.-гіг.+ставл. адміністрації)	13	16	14
задоволеність собою як професіоналом (можл.підв. квал.+потреба в реал.індив.+можл.творчості)	11	12	15
задоволеність комунікативних потреб (стос. з колегами+потр. у спілкуванні)	11	12	12

Підприємницький тип

Конечные центры кластеров

	Кластер		
	1	2	3
ЕК 1 - заг. показник (усвідомлена ЕК)	81	109	91
ЕК 2 - заг. показник (неусвідомлена ЕК)	6	3	8
Заг. показник емоційного вигорання (ем. виснаження +деперсоналізація)	38	29	24
задоволеність в цілому	6	6	6
задоволеність кар'єрою (значущість+престижність))	13	13	13
задоволеність умовами праці (орг. праці+сан.-гіг.+ставл. адміністрації)	15	19	18
задоволеність собою як професіоналом (можл.підв. квал.+потреба в реал.індив.+можл.творчості)	16	19	16
задоволеність комунікативних потреб (стос. з колегами+потр. у спілкуванні)	10	14	12

Додаток Г

Таблиця Г.1

Програма тренінгу «Розвиток емоційної креативності»

№ з/п	Тематика занять, кількість годин	Мета	Зміст
1	Заняття 1 Знайомство (2 год.)	Знайомство учасників. Ознайомлення з правилами роботи та загальною метою занять. Створення мотивації.	Презентація своєї особистості. Бесіда «Мій ідеал професіонала».
2	Заняття 2-4 Підготовленість (6 год.)	Розвиток емоційної обізнаності.	<i>Міні-лекції:</i> «Емоції та почуття: спільне та відмінне» (2 заняття); «Емоційні стани особистості» (3 заняття); «Види емоцій та почуттів» (4 заняття). <i>Перегляд та рефлексія кінофільмів:</i> «Подарунок» (професія – продавець); «Макіяж» (адміністратор); «Альтернативна математика» (вчитель). <i>Психологічні вправи:</i> образотворче унаочнення різних емоцій [34] (2 заняття – вдячність, провина, хвилювання; 3 заняття – захоплення, ворожість, гордість; 4 заняття – довіра, заздрість, страх).
3	Заняття 5-7	Розвиток здатності до	<i>Міні-лекції:</i> «Амбівалентність

	Новизна (6 год.)	набуття нових емоційних вражень.	емоцій» (5 заняття); «Неприємні емоції» (6 -те); «Емоційне вигорання» (7 -ме). <i>Перегляд та рефлексія кінофільмів:</i> «Половинки» (професія – лікар); «Проїздом» (архітектор); «Поцілунок креветки» (розпов. реклами). <i>Психологічні вправи:</i> вигадування розповідей, які поєднують три суперечливих емоції [34] (5 заняття – сум, інтерес, милування; 6 заняття – злість, ласка, ностальгія; 7 заняття – надія, меланхолія, образа).
4	Заняття 8-10 Ефективність (6 год.)	Розвиток здатності до продукування нових емоційних переживань засобом об'єднання різних емоцій та почуттів.	<i>Міні-лекції:</i> «Творчість та креативність» (8 заняття); «Емоції та підсвідомість» (9 заняття); «Емоції та творчість» (10 заняття). <i>Перегляд та рефлексія кінофільмів:</i> «Туфлі» (професія – менеджер); «Цирк метеликів» (артист); «Ніщеброд» (автослюсар). <i>Психологічні вправи:</i> створення колажей, які поєднують три несумісні емоції [34] (8 заняття – прив'язаність, відраза, фобія; 9 заняття – закоханість, жах, спокій; 10 заняття – задоволення, сумнів, скука).

5	Заняття 11-13 Автентичність (6 год.)	Розвиток здатності до реального відображення зовні нових емоційних переживань засобом їх переоцінки та прийняття.	<i>Міні-лекції:</i> «Експресія емоцій» (11 заняття); «Реалістичність емоцій» (12 заняття); «Емоційна креативність» (13 заняття). <i>Перегляд та рефлексія кінофільмів:</i> «Чай» (професія – фотомодель); «Пропозиція» (підприємець); «Чіппендейл» (торговець). <i>Психологічні вправи:</i> вигадування символів, які поєднують три несумісні емоції [34] (11 заняття – ревності, тріумф, туга; 12 заняття – щастя, сором, байдужість; 13 заняття – роздратування, цікавість, ласка).
6	Заняття 14 Прощання (2 год.)	Підведення підсумків роботи. Рефлексія емоційного досвіду.	Зворотній зв'язок: «Лист до тренера», завершальна діагностика.
Всього: 28 год			

Додаток Д

Таблиця Д.1

**Перелік короткометражних кінофільмів з тренінгу
«Розвиток емоційної креативності»**

Назва кінофільму	Презентована професія	Джерело
Подарунок	Продавець	https://www.youtube.com/watch?v=GT3GhHN0nbw
Макіяж	Адміністратор	https://www.youtube.com/watch?v=H7aCZB8VMak
Альтернативна математика	Вчитель	https://www.youtube.com/watch?v=WNo-0HYN3eY
Половинки	Лікар	https://www.youtube.com/watch?v=q0ADs0VIAcU
Проїздом	Архітектор	https://www.youtube.com/watch?v=9KurrP54O8I
Поцілунок креветки	Розповсюджувач реклами	https://www.youtube.com/watch?v=NSXvLMb8Jn0
Туфлі	Менеджер	https://www.youtube.com/watch?v=GxYQXmA3UU4
Цирк метеликів	Артист	https://www.youtube.com/watch?v=ejsy2cOR7FU
Злидень	Автослюсар	https://www.youtube.com/watch?v=3WyU79RT8V0
Чай	Фотомодель	https://www.youtube.com/watch?v=NZDwLxhAOsE
Пропозиція	Підприємець	https://www.youtube.com/watch?v=vy0yL22mjzc
Чіппендейл	Торговець	https://www.youtube.com/watch?v=AU0xhiu8w0I