

на нашу думку, у подальшому є вивчення індивідуальної ієрархії критеріїв при оцінці особистісного благополуччя та особливостей її побудови на різних етапах життєвого шляху.

Дерев'янюк С. П.

ЗВ'ЯЗОК МІЖ ЕМОЦІЙНОЮ КРЕАТИВНІСТЮ ТА МОТИВАЦІЄЮ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ

Проблема емоційної креативності виникла у 1990-х рр. на перетині психології емоцій та психології творчості. Вчені неодноразово намагалися дослідити питання: *«Як пов'язані емоції та творчість людини?»*. Ідея, що кожна людина здатна до нових емоційних переживань, до самотворчості в емоційній сфері була уособлена Дж. Ейверіллоу у понятті «емоційна креативність» (Everill, 1999).

Оскільки емоції мають потужний спонукальний потенціал (поняття «емоції» походить від латинського слова «emovere», що означає «збуджувати», «хвилювати»), ми припустили, що емоційна креативність тісно пов'язана з мотивацією. За результатами аналізу даних наукових досліджень (Oriol, 2016; Zareie, 2014) ми з'ясували, що емоційна креативність пов'язана з самоефективністю та успішністю навчальної діяльності студентів. Поряд із тим, ми не знайшли достатньо даних щодо висвітлення зазначеної проблематики стосовно студентів психологічних спеціальностей. Актуальність вивчення теми зв'язку емоційної креативності та мотивації студентів-психологів обумовлена наступними чинниками. По-перше, дослідження феномену емоційної креативності сприятиме операціоналізації цього поняття, та розширить наукові дані щодо ролі емоційної креативності у виборі професії психолога. По-друге, всебічний аналіз зв'язку емоційної креативності та мотивації студентів-психологів дасть можливість визначити ресурсні складові їх емоційної креативності і в подальшому організувати відповідну психологічну допомогу.

Мета нашого дослідження полягає у встановленні зв'язку між емоційною креативністю, навчальною мотивацією та мотивами трудової діяльності студентів – майбутніх психологів.

Авторські положення, які було покладено в основу нашого емпіричного дослідження: (1) структура емоційної креативності містить усвідомлюваний та неусвідомлюваний компоненти, кожний з яких включає в себе певні складові. Відповідно до цього твердження виділяються два різновиди емоційної креативності – усвідомлена та неусвідомлена. Усвідомлена емоційна креативність характеризується прагненням 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. (2) Емоційна креативність є професійно важливою якістю практичного психолога.

Для проведення даного емпіричного дослідження були залучені студенти НУЧК імені Т. Г. Шевченка загальною кількістю 50 осіб – студенти I-II курсів, які навчаються за спеціальністю «Психологія» (середній вік – 20 років). В якості дослідницького інструментарію було використано: для вивчення емоційної креативності – опитувальник «ЕСІ» (Emotional Creativity Inventory) і тест емоційних тріад за авторством Дж. Ейверілла; з метою дослідження професійної мотивації – методика «Мотивація навчання у ВУЗі» (Т. Ільїна) і методика «Діагностика структури мотивів трудової діяльності» (Т. Бадоев). Емпіричне дослідження передбачало єдину методичну процедуру: встановлення зв'язку між показниками емоційної креативності та мотивації навчальної й трудової діяльності студентів-психологів засобом застосування кореляційного аналізу Пірсона. Статистична обробка даних здійснювалася за допомогою комп'ютерної програми SPSS для Windows (V. 20).

Аналіз кореляцій між показниками емоційної креативності та мотивації студентів-психологів показав: по-перше, існує велика кількість зв'язків між досліджуваними змінними (у зв'язку з цим, в даному випадку, ми аналізували лише найбільш високі кореляції з коефіцієнтом вище 0,5 при $p \leq 0,01$). По-друге, між показниками мотивації та неусвідомленої емоційної

креативності нами було зафіксовано більш однозначний характер зв'язку (або позитивний, або негативний), ніж між показниками мотивації та усвідомленої емоційної креативності.

Було встановлено, що неусвідомлена емоційна креативність позитивно пов'язана з отриманням майбутньої професії ($r = 0,506$), та негативно – з прагненням набути знання ($r = -0,607$). Усвідомлена емоційна креативність позитивно пов'язана з орієнтацією на знання ($r = 0,566$), проте зв'язок з професією виявився, як зазначалося вище, неоднозначним: нові емоційні переживання («новизна») сприяють професійній спрямованості ($r = 0,502$), проте набуття нового емоційного досвіду («підготовленість») гальмує професійні прагнення ($r = -0,530$). З нашої точки зору, останнє можна пояснити появою самодостатності – нові емоції спонукають до набування професійних знань, а їх накопичення викликає перенасичення («я і так усе знаю»).

Кореляції емоційної креативності з мотивами трудової діяльності виявляються за тією ж схемою, як і з мотивами навчальної діяльності. Зокрема спостерігаються істотні зв'язки позитивного характеру між загальною неусвідомленою емоційною креативністю та «престижністю професії» ($r = 0,747$), «діяльністю» ($r = 0,598$), «потребою у самовираженні» ($r = 0,536$), «можливістю творчості» ($r = 0,514$). Зв'язок між усвідомленою емоційною креативністю (її складовими) та трудовою мотивацією, знову ж таки неоднозначний. З мотивом «стосунки в колективі» позитивно пов'язана «новизна» ($r = 0,566$), проте «підготовленість» і «автентичність / ефективність» пов'язані негативно (відповідно $r = -0,707$ та $r = -0,522$). Це означає, що нові емоційні переживання стимулюють прагнення взаємодіяти з колегами, проте уникнення цієї взаємодії виникає у випадку рефлексії нових переживань та необхідності щиро їх виражати.

З показником «потреба у спілкуванні», навпаки, «новизна» корелює негативно ($r = -0,741$), проте «підготовленість» і «автентичність / ефективність» – позитивно ($r = 0,701$ та $r = 0,581$). Це свідчить про те, що нові переживання зменшують бажання спілкуватися з іншими, вірогідно, внаслідок перенасиченості, і при цьому осмисленість нових переживань, їх

доречне вираження сприяють посиленню прагнення спілкуватися знову.

Між показником «можливості творчості» та усвідомленою емоційною креативністю спостерігається негативний характер зв'язку як загального показника, так і всіх складових усвідомленої емоційної креативності (коефіцієнт $r = -0,5$ та вище). Тобто рефлексія нових емоцій, їх вираження, накопичення має місце набагато частіше у випадку ігнорування можливості реалізації своїх творчих прагнень. Вірогідно осмисленість нових переживань несумісна з виникненням натхнення, яке є необхідною умовою творчості.

З показником «загальна задоволеність роботою» позитивно пов'язана підготовленість» ($r = 0,594$); «новизна» і «автентичність / ефективність» корелюють негативно (відповідно $r = -0,523$ та $r = -0,625$). Можна констатувати, що накопичення нового емоційного досвіду буде сприяти задоволенню своєю роботою у психолога, оскільки відобразатиме результативність його діяльності; набуття нових емоційних переживань та необхідність їх виражати пов'язана з процесуальністю, незавершеністю дій, тому може супроводжуватися невдоволеністю в силу своєї нескінченності.

Таким чином, дані дослідження презентували: існує тісний зв'язок між показниками емоційної креативності та мотивації студентів-психологів. Неусвідомлена емоційна креативність найбільш пов'язана з навчальним мотивом «професія» та трудовими мотивами «престижність професії», «діяльність», «потреба у самовираженні», «можливості творчості». Усвідомлена емоційна креативність більш за все пов'язана з навчальним мотивом «знання» і трудовим мотивом «задоволеність роботою».

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у порівнянні показників емоційної креативності серед студентів різних професійних профілів.