

2. Нартова-Бочавер С.К. Теория приватности как направление зарубежной психологии. *Психологический журнал*. 2006. Т. 27. № 5. С. 28–39.
3. Чеснокова Л.В. Gemütlichkeit (уют) как один из ключевых концептов немецкой культуры. *Философия и культура*. 2013. № 8. С. 1121–1130.
4. Coolen H. The Measurement and Analysis of Housing Preference and Choice. N.Y.: Springer, 2011.
5. Kytta M. The extent of children's independent mobility and the number of actualized affordances as criteria for child-friendly environments. *Journal of environmental Psychology*. 2004. Vol. 24. P. 179–198.

УДК 159.9

Ковтун Т.

здобувач другого (магістр) рівня вищої освіти

Харківського національного педагогічного

університету імені Г. С. Сковороди

Поєзднік О.

аспірант кафедри психології та соціальної роботи

Західноукраїнського національного університету

ПРОБЛЕМА СОЦІАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОСТІ У ПСИХОЛОГІЇ

Феномен соціальної креативності сьогодні привертає увагу все більшого числа науковців [5]. Соціальна креативність – це такі творчі здібності, що виникають у соціальних взаємодіях або соціальній діяльності. Зокрема, це стосується індивідуальних характеристик, які людина використовує для вирішення соціальних проблем оригінальними, унікальними та адекватними ситуації способами [6]. Соціальна креативність – це континуум двох параметрів: міжособистісна соціальна креативність, представлена людьми у процесі роботи з особистими стоунками (наприклад, індивідуальне керівництво в повсякденному житті), та соціальна креативність, що впливає на важливі аспекти соціального життя (наприклад, соціальна креативність видатних релігійних або політичних лідерів); соціальна креативність є найпоширенішим типом креативності, поєднанням пізнання, дії та відповідних рис особистості, сформульованих на основі основних адаптивних навичок [7].

Це важлива здатність до висунення та вирішення всіх видів соціальних проблем, що вміщує та організовує суспільне життя, забезпечує ефективні соціальні рішення та підтримує хороше психічне здоров'я. Соціальна креативність не зводиться до соціальних навичок, здібностей, що спрямовані на вирішення соціальних проблем, або навичок соціального лідерства, оскільки перші дві

визначають загальну соціальну адаптацію людини, доцільність та корисність методів вирішення проблем, тоді як соціальне лідерство підкреслює індивідуальну здатність керувати та організувати міжособистісні відносини. Натомість соціальна креативність є більш високим рівнем та більш комплексною характеристикою, що включає здатність до підтримки всіх типів міжособистісних стосунків та вирішення соціальних проблем [2].

Соціальна креативність проявляється в нестандартному вирішенні особистістю соціальних завдань, дозволяє створювати щось нове у сфері міжособистісної взаємодії і властива здебільшого соціально адаптованим особам, які не відчують ситуаційної напруги в соціальній взаємодії (Макаренко, 2008).

Соціальна креативність є багатовимірною, складною структурою, представленою комунікативно-особистісним потенціалом, певними характеристиками самосвідомості, соціальними перцепціями, мисленням, уявою і уявленнями, здатністю до моделювання соціальних явищ, розумінням людей та їхніх рушійних мотивів [2].

Х. Таджфель і Дж. Тернер [9] визначили соціальну креативність як одну із стратегій, що використовується особистістю для звернення або збереження позитивної відмінності для груп чи соціальних категорій, з якими вона ідентифікує себе. Замість того, щоб шукати шляхи покращення статусу в групі за допомогою соціальної конкуренції – наприклад, відкритої ворожості – з відповідною зовнішньою групою, соціальна креативність ґрунтується на переосмисленні або переозначенні міжгрупового порівняння у сприятливий спосіб.

Окремим питанням постає визначення структури соціальної креативності. У роботах Є. Яковлевої [4] описана трикомпонентна структура соціальної креативності, що містить: 1) пізнавальну систему, представлену розвиненим соціальним інтелектом, соціальною компетентністю, здатностями соціального мислення, зокрема до проблематизації, трансформації та імплікації соціальних ситуацій; синергічністю та інтуїцією; дивергентними характеристиками соціального мислення: швидкістю, гнучкістю, оригінальністю, розвинутою уявою, створенням образів неіснуючих моделей соціального світу, його оригінальних комбінацій і форм; 2) поведінкову систему, представлену надситуативною активністю, виходом за межі соціальної ситуації, активним соціальним пізнанням, пошуком нового досвіду взаємодії з соціальною реальністю; трансгресивними діями, що розширюють і перетворюють соціальний простір особистості, неригідністю в поведінці і незалежністю від соціальних норм і стереотипів; 3) афективною системою, представленою соціальним інтересом, почуттям цікавого, що спонукає до соціальної активності, творчим ставленням до простору

соціальних явищ, дивергентним відчуттям і гнучким емоційним ставленням до соціального світу.

На думку А.Є. Ільїних [1], структура соціальної креативності містить:

– мотиваційний компонент, представлений творчою позицією особистості, її прагненням до самовдосконалення, особистісного зростання;

– когнітивний компонент, представлений вербальною оригінальністю та її нестандартним застосуванням у спілкуванні, особливостями словникового запасу, пошуком нових мовних зворотів у повсякденній комунікації;

– комунікативний компонент, представлений різними видами сензитивності – вербальною, невербальною і поведінковою, що дозволяють адекватно інтерпретувати поведінку інших людей, а також використовувати різні поведінкові стилі у взаємодії з іншими людьми;

– емоційний компонент, представлений продуктивною взаємодією з людьми, прагненням зрозуміти і відчувати емоційний стан партнера; емпатією як структурним компонентом, що супроводжує міжособистісну взаємодію, сприяє підтримці оптимального емоційного фону в умовах соціальної творчості;

– екзистенційний компонент, представлений автентичністю особистості, наявністю у неї життєвих цілей, свідомістю життя і відчуття тимчасових перспектив.

Структура соціальної креативності виступає багатофакторним гетерономним утворенням особистісної природи, а в її структурі більш вагомо проявляються чинники низького рівню особистісної тривожності, вираженої сили «Я», гнучкості поглядів, схильність до незалежності; низького рівню агресивності, розвиненої емпатії, легкість у спілкуванні, схильність до самопрезентації, низька конфліктність, емоційна стійкість у спілкуванні, схильність до маніпулювання, експресивність, комунікативна компетентність [3].

Вивчення компонентів соціальної креативності є нагальним завданням сучасної психології.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ильиных А.Е. Социальная креативность личности: психологическая структура. *Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2011. № 11. 3. С. 76–87.
2. Куницына В.Н., Казаринова Н.В., Погольша В.М. Межличностное общение: учеб. для вузов. Санкт-Петербург: Питер, 2003.
3. Саврасов М.В., Єрмоленко К.В. Психологічний аналіз теоретико-методологічних передумов дослідження соціальної креативності майбутніх психологів. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*. Миколаїв: МНПУ, 2016. № 1 (16). С. 188–192.

4. Яковлева Е.Л. (1996). Развитие творческого потенциала личности как цель образования. *Мир психологии*. 1996. № 2. С. 104–105.
5. Baer J. Creativity and divergent thinking. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1993.
6. Gu C. Social creativity psychology. Peking: China Social Science Press, 2011.
7. Mouchiroud C., & Lubart, T. I. Social creativity: Across-sectional study of 6- to 11-year-old children. *International Journal of Behavioral Development*. 2002. № 26. P. 60-69.
8. Mouchiroud C., & Bernoussi A. An empirical study of the construct validity of social creativity. *Learning and Individual Differences*. 2008. № 18. P. 372–380.
9. Tajfel H., & Turner J. C. An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.). *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Brooks/Cole, 1979.
10. Gu C., Hu B.J., Ngwira F., Jing Z., Zhou Z. The Effect of General Creative Personality and Freedom of Task Choice on Adolescents' Social Creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 2014. P. 1-18.

УДК 159.9

Ландарь Е.

*здобувач другого (магістр) рівня вищої освіти
Харківського національного педагогічного
університету імені Г. С. Сковороди*

Савостіна П.

*здобувач другого (магістр) рівня вищої освіти
Харківського національного педагогічного
університету імені Г. С. Сковороди*

Задоя І.

*здобувач другого (магістр) рівня вищої освіти
Харківського національного педагогічного
університету імені Г. С. Сковороди*

СТАВЛЕННЯ ДО СВОГО ТІЛА ТА ЗОВНІШНОСТІ У ЖІНОК І ЧОЛОВІКІВ

У сучасному суспільстві проблема незадоволеності людей власною зовнішністю досягла істотних масштабів. Багато в чому це пов'язано із впливом соціокультурних факторів на формування образів ідеальної зовнішності, культивуванням певних стандартів поведінки в догляді за зовнішністю, ототожненням привабливої зовнішності з життєвою успішністю, заможністю, благополуччям.