

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ХАРКІВСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему: Особливості креативності в осіб, що проживають в житлі різного типу

Студентки 4 курсу групи ЗПС-41  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
освітньо-професійної програми «Психологія» за  
спеціальністю 053 – ПСИХОЛОГІЯ

Марцинкевич Ю.І

Керівник: кандидат психологічних наук, доцент  
кафедри прикладної психології Павленко Г.В

Чотирьохрівнева шкала оцінювання \_\_\_\_\_  
Кількість балів: \_\_\_\_\_

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

(підпис) (прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

|                                                                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                                                | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ УМОВ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ.....</b>                                  | <b>6</b>  |
| 1.1 Визначення поняття креативності. Основні моделі креативності.....                                            | 6         |
| 1.2 Умови формування креативної особистості.....                                                                 | 10        |
| 1.3 Середовище як фактор впливу на розвиток креативності.....                                                    | 13        |
| Висновки до першого розділу.....                                                                                 | 17        |
| <b>РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ КРЕАТИВНОСТІ В ОСІБ, ЩО ПРОЖИВАЮТЬ В ЖИТЛІ РІЗНОГО ТИПУ.....</b> | <b>19</b> |
| 2.1 Мета, завдання та характеристика вибірки дослідження.....                                                    | 19        |
| 2.2 Характеристика методів та процедури дослідження.....                                                         | 21        |
| 2.3 Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.....                                                         | 23        |
| Висновки до другого розділу.....                                                                                 | 31        |
| <b>ВИСНОВКИ.....</b>                                                                                             | <b>32</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>                                                                           | <b>34</b> |
| <b>АНОТАЦІЯ.....</b>                                                                                             | <b>35</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>                                                                                              | <b>37</b> |

## ВСТУП

Умови, за яких формується особистість, що мислить креативно, на сьогодні не вивчені до кінця. Здебільшого науковці в галузі психології вивчали когнітивні навички, пов'язані з креативністю та особистісні риси креативних людей. Ми маємо на меті розглянути зовнішнє середовище, яке, за нашою думкою, також має зв'язок з розвитком креативності. Ми акцентуємо увагу в цьому дослідженні на типі житла, в якому людина провела найбільший відрізок життя. На нашу думку, люди, що більшу частину життя провели в житловому будинку садибного типу можуть бути більш креативними, ніж люди, що провели більшу частину життя у багатоповерховому будинку. Вірогідно, це зумовлено більш насиченим природним середовищем біля будинку садибного типу: різноманітніша флора та фауна, аніж навколо багатоповерхового будинку, більше можливостей щоденно безпосередньо контактувати з живою і неживою природою та отримувати розширений досвід. Так як здебільшого, будинки садибного типу розташовані у селі, передмісті, або приватному секторі міста, де значно менше міського шуму, відмінною рисою проживання у будинку садибного типу є відносна тиша, яка допомагає зосередитись.

Блукання думок та відновлення уваги, які є важливими для творчого процесу (зокрема, процес інкубації) — також більш доступні у природному середовищі (Williams, K. J. H., Lee, K. E., et al 2018).

Проте, є аргументи, які можуть вказувати на те, що проживання в багатоповерхових будинках також може опосередковано впливати на формування креативної особистості. Зокрема, те, що багатоповерхівки переважно розташовані у містах, наводить на думку про можливість людини взаємодіяти з об'єктами мистецтва. Наприклад, з архітектурними спорудами, пам'ятниками або відвідувати музеї, театри, філармонію, оперу, балет, мистецькі школи. Такий досвід також може бути значущим у формуванні креативності, а отримати його в селищах міського типу або в селах, де частіше розташовані будинки садибного типу, важче. Хоча і можливим залишається спосіб вивчати об'єкти мистецтва через телебачення та інтернет.

Актуальність цього дослідження полягає у виявленні значущості або другорядності типу житла для формування креативної особистості. Більш точне розуміння умов формування креативності допоможе людству розуміти як ефективніше впливати на її розвиток.

**Об'єкт:** креативність

**Предмет:** особливості креативності в осіб, які проживають у певному типі житла

**Мета:** вивчення особливостей креативності в залежності від типу житла

**Гіпотези:**

H0: мешканці багатоповерхових будинків та мешканці будинків садибного типу не мають відмінностей у проявах креативності

H1: мешканці будинків садибного типу більш креативні, ніж мешканці багатоповерхових будинків через більш насичене природне середовище

H2: мешканці багатоповерхових будинків більш креативні, ніж мешканці будинків садибного типу, через можливість взаємодіяти з пам'ятниками міської архітектури, відвідувати мистецькі гуртки та заходи.

**Завдання:**

1. Визначити поняття «креативність» та розглянути моделі креативності.
2. Розглянути дослідження, присвячені умовам формування креативності, зокрема впливу природи на креативність.
3. Дослідити взаємозв'язок та типу житла та особливості креативності мешканців будинків садибного типу та багатоповерхових будинків.
4. Проаналізувати особливості креативності мешканців будинків садибного типу та багатоповерхових будинків.

**Вибірка:** жителі багатоповерхових будинків та будинків садибного типу. Всього в опитуванні взяли участь 52 людини, 25 з опитуваних проживали більшу частину життя у квартирах, 27 — у будинках садибного типу, 84% опитуваних жінки, 12% чоловіки. Вік опитуваних 15-53 роки.

**Методи дослідження:** анкетування, субтест-опитувальник творчих характеристик особистості (модифікованої методики креативності Ф.Вільямса в адаптації Н.А Бельскої), вербальна батарея тесту творчого мислення Е.П Торранса.

**Методи математичної статистики:** критерій Колмогорова-Смирнова, критерій Манна-Уїтні, критерій кореляції за Спірменом, якісний аналіз.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ УМОВ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

В цьому розділі ми визначимо поняття креативності та розглянемо основні моделі. Також, розглянемо умови формування креативної особистості. Визначимо, які внутрішні та зовнішні фактори впливають на особливості прояву креативності. Здійснимо огляд емпіричних досліджень впливу природного середовища на креативність.

#### 1.1. Визначення поняття креативності. Основні моделі креативності

За визначенням Американської психологічної асоціації креативність — це здатність створювати або розвивати оригінальну роботу, теорії, техніки чи думки. Для творчої особистості характерні оригінальність, фантазія, виразність (АРА., 2023). За твердженням Оксфордського словника креативність – це використання навичок і уяви для створення чогось нового або створення предмету мистецтва (АРА., 2023).

Протягом другої половини ХХ ст. креативність вивчали за двома основними підходами: когнітивний та особистісний. Тобто, вчені намагалися пояснити креативність або як особливий стиль мислення, або як прояв комбінації певних рис характеру. Пізніше стало зрозуміло, що креативність більш складне явище, з'явилися моделі креативності, що вміщують у собі як когнітивний компонент, так і особистісний. До прикладу, О.В Милославська (Милославська, О. В. 2016) зазначає, що креативність проявляється різноманітно. До її проявів можна віднести живу уяву, почуття гумору, швидкість, оригінальність, точність, вміння деталізувати проблему, а також самовладання і впевненість в собі.

Згодом, вчені почали визначати роль соціуму, середовища та власне творчого процесу. Наведемо популярні моделі креативності.

**Інвестиційна модель Р.Штернберга** визначає креативною особою таку, що вміє знайти нову, ще не оцінену ідею, визначити її потенціал та вигідно продати. Компоненти креативної моделі Р.Штернберга (Sternberg, Robert J, 2006) :

- **Інтелект.** Особливо важливі такі навички: бачення проблем по-новому і уникнення традиційних способів рішення; аналіз рішень, вміння відрізнити ефективні; вміння переконати інших у цінності своїх ідей. Важливо, щоб ці три навички були присутні та задіяні разом.
- **Знання.** Знання специфіки діяльності можуть як зашкодити, так і допомогти у творчості. В стандартних умовах більш ефективними є професіонали, які мають шаблони дій. В нестандартних умовах креативний підхід можуть проявити новачки, які ще не діють в межах встановленого стереотипу.
- **Стиль мислення.** Р.Штернберг виділяє законодавчий стиль мислення як основний для креативної людини. Він включає вміння поставити собі задачу, а також визначити яким саме підходом її вирішити. Наприклад, для креативної людини є властивим мислити «по-новому». Проте, «по-новому» — ще не означає ефективно.
- **Особистісні риси.** Для креатора важливі, насамперед, такі: готовність долати перешкоди, йти на розумний ризик, терпіти двозначність, а також важлива самоефективність. Однак, це не сталі показники, деякі з них можуть бути розвинені в процесі діяльності творця. Також, креативні особистості часто вдаються до озвучення суперечливої позиції відносно суспільства, таким чином врівноважуючи його.
- **Мотивація.** За Р.Штернбергом внутрішня, спрямована на діяльність мотивація також є одним із ключових компонентів моделі креативності. Людина рідко займається творчою діяльністю, яка їй взагалі не до вподоби. Якщо мотивації немає одразу, а потреба у цій діяльності наразі є, людина все одно намагатиметься знайти спосіб зацікавити себе у ній.
- **Середовище.** Під середовищем Р.Штернберг має на увазі коло людей, що підтримують заняття творчою діяльністю. Також, в поняття середовища входить певне місце, де можна поділитися ідеями та отримати зворотній зв'язок від колег. Вплив середовища може бути значним, коли, наприклад, через творчі продукти виникає загроза життю творця. Це блокує творчість.

Наступна модель розглядає власне креативний процес.

**Модель креативного процесу за Г. Волласом (Wallas, 1926)** включає чотири стадії:

1. **Підготовка.** Збір інформації щодо проблеми, попередні способи рішення.
2. **Інкубація.** В цей час відбувається несвідоме опрацювання проблеми. Людина, яка пропустила крізь себе багато інформації щодо питання, яке потрібно вирішити, перестає концентруватися на завданні та займається іншими справами (йде гуляти, приймає ванну, готує їжу).
3. **Осяяння.** Після відпочинку та відволікання від зосередженого вирішення проблеми, відбувається осяяння. За Г. Волласом, перший і другий етапи іноді треба повторювати, якщо результат не відповідає вимогам.
4. **Верифікація.** Остаточне доопрацювання ідеї та надання зрозумілої для інших людей форми.

Розглянемо ще одну модель креативності, запропоновану Мелом Роудсом. Вона, здебільшого, включає особистісні та соціальні компоненти.

**4Р модель Мела Роудса (Rhodes, M, 1961)**, яка включає 4 компоненти (*person, process, press, product*):

- **Особистість (Person).** Мел Роудс ставить питання, чи має вплив на креативність сукупність особливостей людини: звички, самооцінка, риси, фізіологічні особливості, темперамент, захисні механізми, погляди, система цінностей, поведінка. У своїх роздумах, підкріплених науковими роботами колег, він приходить до висновку, що наприклад, лише високого інтелекту недостатньо для того, щоб бути креативним.
- **Процес (Process).** Термін процес застосовується до мотивації, сприйняття, навчання, мислення та спілкування. М.Роудса цікавить, чому є люди, яким недостатньо тих відповідей на питання, що вже існують, які є етапи творчого процесу, чи можна взагалі йому навчитися. Він розділяє ідеї Г.Волласа, щодо етапів формування творчої ідеї. Також, зазначає, що креативності можна навчити.
- **Вплив (Press).** Цей компонент описує взаємодію людей та їх оточення. Особа формує ідеї відповідно до потреб, відчуттів, сприйняття та уяви. Тут автор

розглядає важливість виміряти відповідність або розбіжність між творцем та зовнішнім середовищем, та реакцію зовнішнього середовища на особу творця.

- **Продукт (Product).** Кожен продукт розуму або рук людини представляє собою запис її думок у певний момент часу. Ідея нової машини відтворює конкретні думки винахідника у той момент, коли концепція народжується. І шляхом дослідження назад від моменту натхнення можливо відслідкувати думки та події, що передували ідеї. Коли ідея втілюється в матеріальну форму, вона стає продуктом.

У своєму дослідженні (Rhodes, M, 1961) автор вважає, що креативність — це синтез знань та бачить перспективу у вивченні ідентифікації творчої особи. А також вивченні того, як вимірювати її взаємовідносини з середовищем умовах, що змінюються.

Нещодавно дослідниками (Horikami et al., 2022) була сконструйована **тристороння модель креативного мислення (ТТМС)**, яка визначає креативність як взаємодію між трьома способами мислення: логічним, критичним і латеральним. Використання цих трьох способів мислення зумовлене процесами творчості, зображеними на рисунку 1.1

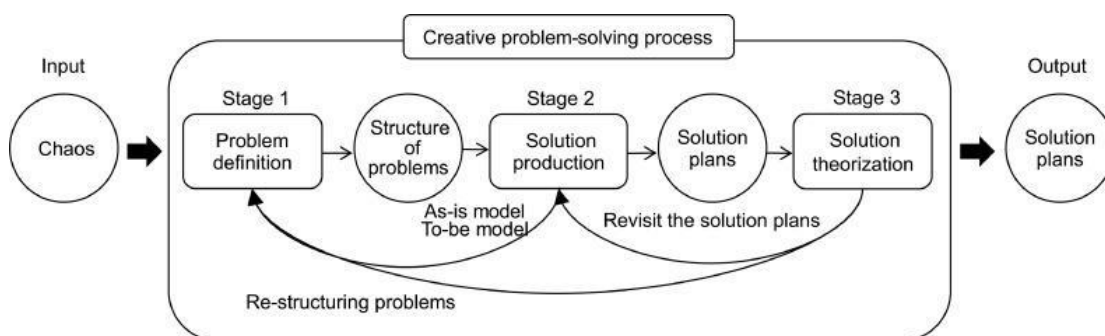


Рис 1.1 Креативний процес вирішення проблеми

На початку ми маємо уявлення «as is model» (модель як є зараз) і «to-be is model» (модель як хотілось би у майбутньому). Проблема — це розбіжність між «як є» і «як хочеться». Етап продукування рішення направлений на пошук максимальної кількості ідей для наближення до стану «як хочеться». Це стан найбільш творчого процесу. З великої кількості ідей треба обрати одну або кілька тих, що найбільше

підходять. На етапі теоретизації створюється детальний план. Ці три етапи не завжди є лінійними і передбачають вільний перехід між ними.

Розглядаючи ці три етапи з точки зору когнітивних і мисленнєвих процесів людини, можна виділити три спільні основні види діяльності.

Перший – логічно організувати. На етапі визначення проблеми вибираються елементи, що становлять проблему, визначаються їхні взаємозв'язки, а моделі «як є» та «має бути» описуються логічно. На етапі виготовлення рішення з кількох альтернатив вибирається найбільш раціональний план рішення. На етапі теоретизації рішень логічно організовуються причини вибору альтернативи та план реалізації. Тобто, на першому етапі відбувається задіювання *логічного мислення*.

Другий – оцінити. Результати кожного основного етапу оцінюються, наприклад, щоб визначити, чи правильно моделі описують проблемну ситуацію, чи пропонує обрана альтернатива найкраще рішення та чи є практичний план впровадження. Тобто, задіюється *критичне мислення*.

Третій — змінити точку зору та ідеї. На кожному етапі, коли стає неможливим просуватися, використовуючи спільні точки зору та ідеї, їх слід змінювати. Тобто, задіювати *латеральне мислення*.

Отже, ми розглянули компоненти декількох моделей креативності. Наразі пропонуємо заглибитись у вивчення умов, які сприяють розвитку креативності.

## 1.2. Умови формування креативної особистості

Ми виділили такі ключові фактори впливу на розвиток креативної особистості:

- Нейрофізіологічні та генетичні особливості
- Соціальне середовище, сім'я
- Фізичне середовище

Розглянемо нейрофізіологічні фактори креативності. Існує декілька досліджень, які підтверджують особливу роль у креативності трьох нейронних мереж: DMN — мережа за замовчуванням, ECN — мережа виконавчого контролю та SN - мережа значущості. У дослідженні зв'язку DMN у висококреативних людей (Beaty et al., 2014) було виявлено, що здатність генерувати творчі ідеї характеризується підвищеним функціональним зв'язком між нижньою префронтальною корою та

мережею за замовчуванням (DMN), що вказує на більшу співпрацю між областями мозку, пов'язаними з когнітивним контролем і процесами уяви.

У статті «Нейральні та генетичні детермінанти креативності» (Liu, Z., 2018) наведені результати дослідження, яке ставило за мету розкрити нейрофізіологічні та генетичні механізми творчого мислення. Для дослідження були використані дані з функціональної магнітно-резонансної томографії та генетичні дані всього геному для аналізу конектому (мапа нейронних зв'язків у мозку) та генетичних варіантів. Результати показують, що висока креативність пов'язана з конкретними мозковими зв'язками. Це зв'язок між мережами виконавчого контролю, уваги та мережами відновлення пам'яті. Генетичне дослідження виявило, що високий рівень креативності корелює з мутаціями генів, які кодують нейротрансмітери збудження та гальмування.

Висновок дослідження показує, що творче мислення має тісний зв'язок із специфічними мозковими процесами, такими як «контроль зверху вниз» (інформація у мозку обробляється верхніми рівнями системи, наприклад, керування власною увагою при виконанні завдання) і процеси «знизу вгору» (інформація у мозку обробляється спочатку нижчими рівнями системи, наприклад, перша реакція на світло), а також з конкуренцією між системами нейротрансмітерів глутамату та гамма аміномасляної кислоти. Тобто, за висновком ми розуміємо, що є певні фізіологічні детермінанти, які зумовлюють розвиток креативної особистості.

Далі розглянемо вплив сімейного середовища на креативність. Автори дослідження «Особистісні риси матерів і клімат для творчості, який вони створюють разом зі своїми дітьми» (Kwaśniewska, J. M., et al, 2017) виявили чотири фактори, які створюють клімат для творчості у стосунках між батьками та дітьми:

- заохочення відчувати новизну та різноманітність,
- заохочення нонконформізму,
- підтримка наполегливості у творчих зусиллях,
- заохочення до фантазування.

За результатами дослідження найбільш важливою рисою матері для виховання креативної особистості є відкритість новому досвіду, адже ця риса стосується кожного з перелічених вище факторів.

У лютому 2021 року було опубліковане дослідження (Jankowska, D. M., & Gralewski, J.), спрямоване на виявлення взаємозв'язку між різновидами конструктивного стилю батьківства, факторами клімату для творчості у відносинах батьки–діти.

Конструктивний стиль батьківства — це підхід батьків до виховання, який базується на позитивній взаємодії з дітьми, стимулюванні їхнього психосоціального розвитку та сприянні формуванню позитивних особистісних рис. Риси конструктивного батьківства, на яких зосередились автори дослідження:

1. Прийняття дитини: батьки, які виявляють прийняття, висловлюють тепло, любов, і підтримку своїй дитині. Вони створюють емоційно безпечне середовище.
2. Надання автономії: конструктивні батьки стимулюють самостійність та незалежність дітей. Вони дозволяють дітям приймати власні рішення та вчитися відповідальності.

Результати показали, що конструктивний стиль батьківства (тобто прийняття дитини та надання автономії) передбачав заохочення до дослідження новизни та різноманітності, підтримку наполегливості в творчих зусиллях та заохочення до фантазування. Матері та батьки по-різному підходять до виховання, як наслідок, по-різному впливають на формування креативної особистості. Тоді як для матерів важливі відносини лише з прийняттям дитини, для батьків важливі як ставлення до прийняття дитини, так і надання автономії, які є важливими для клімату творчості в батьківських відносинах.

В процесі підготовки теоретичної бази для нашого дослідження, ми звернули увагу на такий фактор як підтримка оточення. Ми задались питанням: наскільки важлива для творчої людини підтримка інших людей? Пошуки привели до експерименту індонезійських дослідників (Paramitha, A., & Indarti, N., 2014), які провели дослідження серед 132 працівників ЗМІ і виявили, що підтримка колег впливає на розвиток креативності працівників. Проте, підтримка керівника та сім'ї

не має істотного впливу на креативність. Тобто, найважливішою є думка тих експертів, що знаходяться приблизно на одному професійному рівні.

Наступний фактор, який ми виділили як значущий для розвитку креативної особистості — це фізичне середовище. Тобто, природні, кліматичні умови, особливості місцевості. Так як вивчення впливу середовища, що оточує, є важливою базою для нашого дослідження, зосередимось на ній та розглянемо детальніше у наступному пункті.

### 1.3. Середовище як фактор впливу на розвиток креативності

У 2018 році було проведене дослідження (Гранкіна-Сазонова, Н. В. 2018), що вивчало вплив природи на емоційне благополуччя. Результати вказали, що існує позитивна залежність між близькістю до природи та психологічним благополуччям особистості. Чи може природа так само позитивно впливати на розвиток креативності? Чи є це прямим впливом, або опосередкованим, наприклад, через відчуття благополуччя?

У пошуках думок різних людей на цю тему, ми звернулись до платформи Quora. Це веб-ресурс, де користувачі з усього світу задають питання іншим користувачам та обговорюють їх. Це можуть бути як вузькоспеціальні питання, так і питання загального характеру. Ми знайшли питання, яке досить точно відтворювало наш науковий інтерес: *ви думаєте, що життя в сільській місцевості робить вас більше креативними, ніж в міській?*

Наведемо два приклади відповідей. Перша відповідь належить Робу Уілсону, письменнику, який переїхав до Бердстауна (США, Тенессі), міста з населенням біля 800 людей:

«Я дуже аналітична людина, як на моїй віддаленій денній роботі, так і загалом, але мушу визнати, що відколи ми переїхали сюди [Бердстаун], мене надихає багато речей навколо мене. Це абсолютно захоплююча частина країни для життя, якщо ви любите пейзажі, як я. *Навіть просто сидіти на задньому дворі в гарну погоду та дивитися на озеро достатньо, щоб я відчув себе перевтіленим Хантером С. Томпсоном.* Коли гарна погода, я вранці сиджу там із кавою, читаю електронні

листи та планую свій день, але я завжди бачу, що мій розум переходить до творчих пошуків. Тут також є вплив людей. Так багато людей займаються ручною роботою, а я дуже новачок у ній. Мій перший проект, за який я взявся, — це реставрація старої китайської шафи, яка належала моєму дідусеві і зберігалася після його смерті. Завдяки допомозі кількох моїх сусідів, вона вже готова і стоїть в нашій вітальні. Я виставив туди порцеляну та кришталі моєї матері. Було дуже багато роботи. Я не можу сказати вам, скільки годин я витратив на це, але це було багато. Після того, як я це зробив, рівень задоволення, який я отримав від цього, досяг усього, що я відчував, напевно, з дитинства. Це був величезний підйом впевненості та морального духу, і я не можу дочекатися, щоб розпочати свою наступну роботу. *Я не можу уявити, що коли-небудь спробував би щось подібне, якби я все ще жив у місті. Ніхто з цих людей [хто живе у місті] ніколи б не зробив щось подібне. Якби вони дуже сильно хотіли відреставрувати шафу, вони покликали б когось, а не намагалися зробити це самі.»*

Як ми бачимо, людина визначає два фактори, що вплинули на підвищення креативності: пейзажі, як естетичне задоволення, та оточення, що займалось творчістю (рукоділья).

Користувач Фелікс Іманон відповів наступним чином:

«Однозначно. Без всієї цієї метушні і шуму ви думаєте краще. Необов'язковість постійного стеження за можливими загрозами та повне фокусування на самозахисті залишає мало часу для того, щоб ваша уява могла блукати в хорошому напрямку»

В наведеній відповіді також зазначені два фактори, проте, зовсім інші. Фелікс виділяє відсутність багатьох подразників (зокрема шум) та вищий рівень безпеки, відносно великого міста. З його відповіді можна зробити висновок, що можливість зосередити увагу він визначає як важливу у процесі творчості.

Щоб підтвердити або спростувати думки користувачів платформи, проаналізуємо наявні дослідження з теми впливу природи на креативність.

У 2022 році дослідниками з Тайвані (Yeh, C.-W., Hung, S.-H., & Chang, C.-Y., 2022) було проведено дослідження, яке мало на два завдання: дослідити вплив ступеню природного середовища в міських умовах на відновлення уваги; дослідити, чи

різний ступінь природного середовища впливає на творчу продуктивність. Для цього досліджуванам демонстрували фотографії природного середовища різного ступеню. Високий ступінь природи — це фотокартки густих зелених парків, річок, середній — зелені насадження у місті, низький — будівлі та дороги з мінімальною кількістю рослин. За результатами дослідження високий та середній рівень сприйнятої природності сприяють кращим результатам у творчих завданнях, зокрема у гнучкості, оригінальності та розгортанні ідей. Тобто, з цього ми можемо зробити висновок, що будинки садибного типу, які, зазвичай, мають більш насичене природне середовище можуть краще впливати на розвиток творчої особистості.

Інше дослідження (Plambech, T., & Konijnendijk van den Bosch, 2015) розглядало здатність природного середовища сприяти розвитку творчості. З 17 датськими представниками різних творчих професій провели інтерв'ю. Їх опитували щодо ставлення до природи, а також їхнього досвіду щодо здатності природи стимулювати творчість. Результати цього дослідження показують, що природа має здатність розвивати творчі здібності, може стимулювати творчий спосіб мислення, робити людей більш допитливими, допомагає отримувати нові ідеї. Природа також допомагає відновити нашу спрямовану увагу, необхідну для аналізу та подальшого розвитку ідей. Вона відіграє важливу роль у двох перших фазах творчого процесу: фазі підготовки та фазі інкубації.

У жовтні 2018 року у журналі *Journal of Environmental Psychology* (Williams, K. J. H., Lee, K. E., et al 2018) було опубліковане дослідження, метою якого було не просто вивчити взаємозв'язок природи та творчих здібностей, а зрозуміти як саме це відбувається. Автори виділили два важливі механізми: відновлення уваги та блукання розуму. Теорія відновлення уваги була висунута Стівеном Капланом (Kaplan, R., & Kaplan, S., 1989). Він стверджує, що увага відновлюється, якщо перемикає її на інші стимули, відволіктись. Найкраще для відволікання підходить саме природа. Також, він згадує поняття м'якого захоплення — коли увага без зусиль, м'яко переводиться на щось цікаве, естетичне. На противагу їй можна навести жорстке захоплення, наприклад, різкий звук сигналу автомобіля. За думкою

автора м'яке захоплення є найбільш можливим у природному середовищі, коли людина не має термінових задач, планів, повсякденних турбот та розумової рутини.

У статті розглядається поділ уваги на ендогенну та екзогенну. Ендогенна — це цілеспрямована увага, яка контролюється дорсальною мережею уваги (DAN). Прикладом може стати зосереджене читання статті, коли інші подразники людина просто не помічає. Екзогенна увага — це та, що контролюється вентральною мережею (VAN), а прикладом її прояву є неконтрольоване свідомо людиною захоплення уваги зовнішніми подразниками (дзвінок у двері). К. Вільямс та К. Лі вважають, що під час перебування на природі відбувається низька активація вентральної мережі, яке можна прирівнювати до м'якого захоплення. Через те, що ендогенна мережа під час включення вентральної майже не задіяна, людина відпочиває і відновлює увагу для подальшої роботи.

Блукання розуму — це внутрішньо зосереджена думка, яка не пов'язана з поставленим завданням (Baird та ін., 2012, Smallwood і Schooler, 2015). Дослідники припускають, що через блукання розуму запускається процес створення нових асоціацій, а це, як наслідок, допомагає комбінувати раніше не пов'язані поняття та створювати нові ідеї. На фізіологічному рівні процес блукання думок пов'язаний з мережею за замовчуванням (default mode network, DMN). Вона активна під час згадування епізодів минулого, думок про майбутнє, мисленнєве моделювання, а також такого важливого процесу у творчості як рефлексія. Якщо звернутися до дослідження зв'язку між рефлексивністю та креативністю (Сачок, К. М., & Заїка, Є. В., 2017) ми побачимо, що рефлексивність та креативність має складний зв'язок: низький рівень рефлексивності відповідає низькому рівню креативності, середній рівень рефлексивності відповідає високому рівню креативності, а високий рівень рефлексивності — середньому рівню креативності. Зв'язок між DMN та природою ще не до кінця вивчений, тому наразі ми не можемо однозначно сказати, що природне середовище стимулює роботу мережі за замовчуванням.

За результатами дослідження, обидва процеси (відновлення уваги та блукання розуму) автори вважають такими, що доповнюють один одного у творчому мисленні, хоча в деяких моментах є і контрастними станами. М'яке захоплення уваги виникає

під час спостерігання природи та знижує навантаження на ендогенну мережу. Блукання думок допомагає формувати нові зв'язки під час періоду інкубації коли працює несвідоме.

У відкритому доступі не було виявлено наукових робіт, присвячених взаємозв'язку типу житла та креативності, тому ми почали пошуки робіт, які б задавалися питанням зв'язку сільського та міського середовища з креативністю осіб, які там проживають. Ми проаналізували дослідження різниці показників креативності сільських та міських жителів. У статті «Creativity among urban and rural boys and girls» (Kelgeri, 1989) досліджували вплив місцевості на креативність. За результатами цього дослідження жителі міста показали кращий результат, ніж сільські жителі.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

1. Креативність це здатність створювати або розвивати оригінальну роботу, теорії, техніки чи думки. Творча особистість характеризується як оригінальна, така, що має розвинену фантазію. Різні визначення креативності сходяться на тому, що в результаті її застосування виникає новий продукт. Існує декілька моделей креативності, які об'єднують когнітивні особливості людини, її особистісні риси, фактори середовища, мотивації, процесу.

2. Виділено такі фактори, що впливають на розвиток креативної особистості: 1) Фізіологія; 2) Соціум; 3) Фізичне середовище. З боку фізіології є дослідження, що підтверджують зв'язок між мутаціями у генах, що кодують нейротрансмітери гальмування та збудження з рівнем креативності. Також виявлено, що з креативним процесом пов'язані мозкові мережі виконавчого контролю та мережі за замовчуванням. З боку впливу соціуму на креативність виявлено, що найбільш креативними є діти, батьки яких надавали їм автономію. Щодо дорослих людей та впливу оточення на креативність — для людини творчої професії підтримка є важливою, щоб відчувати себе творчим, проте, це має бути підтримка з боку колег.

3. Робіт, що вивчають взаємозв'язок типу житла та креативності у відкритому доступі не виявлено. Фізичне середовище визначено як важливе для творчості,

зокрема, процесу інкубації. Виділено поняття ступеню природи: високий, середній, низький. Високий та середній ступінь природи є найбільш прийнятними для стимулювання творчості. Виявлено такі процеси як м'яке захоплення уваги, блукання думок, що стимулюють утворення нових зв'язків та появу ідей. Якщо визначити територію біля будинку садибного типу як таку, що належить до середнього або високого ступеню природи, можна припустити, що людина, яка проживає у такому будинку має більший потенціал до розвитку креативності, аніж людина, що проживає у багатоповерховому будинку.

## **РОЗДІЛ 2**

### **ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ КРЕАТИВНОСТІ В ОСІБ, ЩО ПРОЖИВАЮТЬ В ЖИТЛІ РІЗНОГО ТИПУ**

В цьому розділі ми наводимо, аналізуємо та інтерпретуємо результати емпіричного дослідження особливостей креативності осіб, що проживають в певному типі житла. Обговоримо подальші напрямки дослідження та розвиток теми.

#### **2.1. Мета, завдання та характеристика вибірки дослідження**

Це дослідження було проведене нами з метою виявити особливості креативності осіб, що проживають у різних типах житла. Ми визначили два основних типа житла: багатоповерхові будинки та будинки садибного типу. Закон України № z0582-01 (поточна редакція від 15.01.2019, підстава - z1442-18) визначає будинок садибного типу як житловий будинок, розташований на окремій земельній ділянці, який складається із житлових та допоміжних (нежитлових) приміщень. Також зазначає, що будинки садибного типу належать, як правило, до малоповерхової забудови.

Будинок квартирний типу визначається Законом України як дво- або багатоквартирний житловий будинок, у якому квартири є окремими об'єктами нерухомого майна. Будинки квартирний типу можуть бути одноповерховими та багатоповерховими. Як зазначено у Законі України (Закон України z0054-05, поточна редакція — Прийняття від 23.12.2004) малоповерховими будинками вважаються будинки до 4-х поверхів. В створеній для дослідження анкеті ми зазначили, що багатоповерховим будинок вважається від чотирьох поверхів. Завдання, які ми визначили як основні для цього дослідження:

1. Визначити поняття «креативність» та розглянути моделі креативності.
2. Розглянути дослідження, присвячені умовам формування креативності, зокрема впливу природи на креативність.
3. Дослідити взаємозв'язок креативності мешканців будинків садибного типу та багатоповерхових будинків.

4. Проаналізувати особливості креативності мешканців будинків садибного типу та багатоповерхових будинків.

Нами висунуто три гіпотези:

H0: мешканці багатоповерхових будинків та мешканці будинків садибного типу не мають відмінностей у проявах креативності.

H1: мешканці будинків садибного типу більш креативні, ніж мешканці багатоповерхових будинків через більш насичене природне середовище.

H2: мешканці багатоповерхових будинків більш креативні, ніж мешканці будинків садибного типу, через можливість взаємодіяти з пам'ятниками міської архітектури, відвідувати мистецькі гуртки та заходи.

В дослідженні взяли участь 52 особи, 25 з опитуваних проживали більшу частину життя у квартирах, 27 — у будинках садибного типу, 84% опитуваних жінки, 12% чоловіки.

При формуванні групи перед нами постало питання вікових норм формування креативності: чи є певні вікові рамки, на які ми маємо спиратись при вивченні креативності? Для пошуку відповіді ми звернулися до нейрофізіології формування креативних навичок. В креативному процесі важливою ділянкою головного мозку є префронтальна кора, пік формування якої завершується у 20-25 років (Arain M. *et al*, 2013). Проте, креативні процеси включають інші структури мозку, які можуть розвиватися пізніше, як зазначає у статті «Searching for Signatures of Brain Maturity: What Are We Searching For?» гарвардський психолог Лія Сомервіль (Somerville, L. H., 2016). Характер постійного розвитку мозку також підтверджується науковою роботою з нейровізуалізації зміни об'єму мозкової тканини (Bethlehem, R.A. *et al*, 2022). Ми робимо висновок, що формування креативності має певні сплески активності, при цьому формується все життя. Зважаючи на це, було прийняте рішення не обмежувати вибірку у віці. Вік учасників, які взяли участь у опитуванні від 15 до 59 років.

## 2.2. Характеристика методів та процедури дослідження

Опитування респондентів проводилось з 13.11.2023 року до 02.04.2024. Ми використали три методи, які включали методи анкетування для виявлення особливостей проживання осіб, які проходили дослідження. Для того, щоб отримати більш об'ємний та цілісний результат, ми обрали психометричний метод вимірювання креативності (вербальна батарея тесту творчого мислення Е.П Торранса) та суб'єктивно-психометричний (субтест-опитувальник творчих характеристик особистості (вербальної батареї методики креативності Ф.Вільямса у адаптації Н.А.Бельскої).

Також були використані методи математичної статистики, такі як:

1. Критерій Колмогорова-Смирнова для оцінки рівномірності розподілу даних.
2. Критерій Манна-Уїтні для оцінки різниці між двома вибірками;
3. Критерій кореляції Спірмена для виявлення кореляції між типом житла та насиченістю природи.
4. Якісний аналіз, для обробки результатів анкетування та вивчення додаткових факторів.

Розглянемо детальніше використані методи та їх особливості.

### Анкетування

За допомогою цього методу ми:

- сформували дві групи: ті, хто прожив більшу частину життя у багатоквартирних будинках та ті, хто прожив більшу частину життя у будинках садибного типу.
- визначили суб'єктивний рівень креативності кожної з груп
- визначили рівень насиченості природи у будинках садибного типу та багатоповерхових будинках
- зафіксували частоту відвідування мистецьких гуртків, музеїв, театрів в обох групах

Також, в анкеті були поставлені питання, які враховували особливості впливу соціальних факторів (стиль батьківства, наявність творчих людей у оточенні, чи отримує респондент підтримку у творчій діяльності), інші питання виявляли

відношення до природи, як до джерела натхнення, частоту взаємодії з природою). Детальніше з питаннями можна ознайомитись у Додатку А.

### **Субтест-опитувальник творчих характеристик особистості (методика креативності Ф.Вільямса в адаптації Н.А Бельської)**

Ця методика спрямована на виявлення поведінкових, ціннісно-мотиваційних особливостей особистості щодо креативності (Н. А. Бельська, et al., 2021). Вона дозволяє визначити рівень схильності особистості до творчості та вираженість якостей, притаманних творчій особистості. Ф. Вільямс називає такі риси, притаманні креативній людині: ризик, допитливість, уява, складність. В опитувальнику використовується 33 твердження, з якими респондент погоджується або ні. До методики є ключ, який передбачає бал за кожен відповідь, яка демонструє прояв однієї з вказаних вище рис.

Одне твердження було замінене на таке, що більше підходить для дорослої аудиторії: «Я ніколи не оберу гру, з якою не знайомі інші люди в компанії» замінено на «Я ніколи не оберу гру *або активність*, з якою не знайомі інші люди в компанії».

### **Вербальна батарея тесту творчого мислення Е.П Торранса**

Тест творчого мислення Е.П Торранса досліджує такі показники креативності як побіжність (або швидкість, легкість), гнучкість та оригінальність. Респондентам пропонується сім завдань: 1) описати, що відбувається на картинці, 2) виявити можливі причини, 3) виявити наслідки, 4) покращити предмет, 5) знайти нові способи використання для предмету, 6) поставити якомога більше запитань до предмету, 7) описати наслідки зображеного явища. Використаний стимульний матеріал показано у Додатку Б. Для кожного із завдань вимірюються всі три показники креативності, окрім 6, де не фіксується гнучкість. Побіжність вимірюється за кількістю запропонованих відповідей, гнучкість — за кількістю категорій, що запропоновані респондентом, оригінальність вимірюється за показником частоти вживання відповіді у вибірці. При обробці результатів виводяться середні показники побіжності, гнучкості, оригінальності для кожного учасника, а також загальне значення рівня креативності, засноване на цих показниках. Опитування обмежено у часі, онлайн-опитувальник мав таймер на 25

хвилин (по 3 хвилини на кожне завдання та 4 хвилини на ознайомлення з методикою).

### 2.3. Аналіз та інтерпретація результатів дослідження

Розглянемо детально результати дослідження за кожною з використаних методик.

#### *Результати дослідження за анкетуванням*

Одним із важливих питань у анкеті було визначення суб'єктивної оцінки креативності. Респонденти оцінювали рівень власної креативності за шкалою від 1 до 6, де 1 — взагалі не креативна людина, 6 — дуже креативна людина. Ми використали критерій U Манна-Уїтні для незалежних вибірок, щоб встановити чи є відмінності між тими, хто живе у багатоповерхових будинках (Група 1) та тими, хто проживає у будинках садибного типу (Група 2). Отримані значення:  $p$  (Гр.1) = 0,362;  $p$  (Гр.2) = 0,975 (Додаток Д.2). Розподілення є однаковим для обох груп, суб'єктивне сприйняття креативності не відрізняється в залежності від типу житла.

Також, ми додали питання про зайняття будь-яким видом творчості. Результати наступні: 88% з тих, хто живе у багатоповерхових будинках, займається творчою діяльністю, 12% не займаються. 70% з тих, хто живуть у будинках садибного типу займаються творчістю, 30% не займаються. За результатами ми бачимо, що жителі багатоповерхових будинків частіше займаються творчістю.

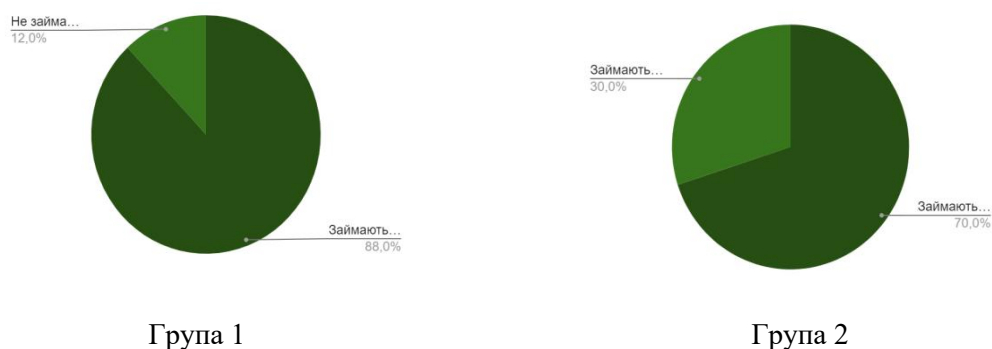


Рис 2.1 Результати опитування щодо творчої діяльності

Далі ми пропонуємо поверхово розглянути додаткові фактори впливу на розвиток креативної особистості, про які ми згадували у Розділі 1: фактор середовища (насиченість природи, можливість та бажання відвідувати мистецькі заходи, гуртки); фактор соціуму (рівень автономії від батьків, підтримка тих, хто оточує).

Визначення ступеню природи є важливим для подальшого дослідження, бо якщо ми спираємось на природу як на фактор, який опосередковано впливає на розвиток креативності, то маємо виміряти, чи є фактична різниця між насиченістю природи навколо багатоповерхових та будинків садибного типу. Ми запропонували учасникам шкалу від 1 до 5, де 1 — це мало рослин, тварин, природного середовища, 5 — багато рослин, тварин, природного середовища. За критерієм Манна-Уїтні при  $p = <.001$ , (Додаток Д.1) є статистично значуща різниця для двох вибірок. Тобто, насиченість природи біля житла відрізняється в залежності від типу житла. Щоб дізнатися, яким чином вона відрізняється, ми провели кореляційний аналіз за критерієм Спірмена (розподілення змінної «насиченість природи» не є рівномірним) між показниками «тип житла» та «насиченість природи». Отримали значення  $p = 0,659$  (Додаток Г), що означає більшу насиченість природи у Групі 2 (будинки садибного типу).

Наступне питання, яке має на меті визначення особливостей середовища стосується відвідування мистецьких гуртків у двох групах. Ми запитали учасників, чи відвідували вони мистецькі гуртки. Для обробки результатів був використаний якісний аналіз.

За результатами у Групі 1 (жителі багатоповерхових будинків): 40% закінчили навчання у мистецькому гуртку, 38% ходили недовго, 24% взагалі не ходили. У Групі 2 (жителі будинків садибного типу): 40% закінчили навчання у мистецькому гуртку, 45% ходили не довго, 15 % взагалі не ходили.



Рис 2.2 Результати опитування щодо відвідування мистецьких гуртків

За отриманими результатами ми бачимо, що відсоток тих, хто закінчив мистецькі гуртки однаковий, жителі будинків садибного типу частіше відвідували гуртки.

Також, ми провели аналіз щодо відвідування мистецьких заходів (театр, музеї). В Групі 1 48% зазначили, що не часто відвідували мистецькі заходи, бо не було можливості, 32% зазначили, що не ходили часто, бо не було бажання, 20% вказали, що ходили, бо завжди було бажання. В Групі 2 результати наступні: 40% зазначили, що не було можливості відвідувати заходи, 40% вказали, що не було бажання, 20% відповіли, що відвідували і завжди було бажання.

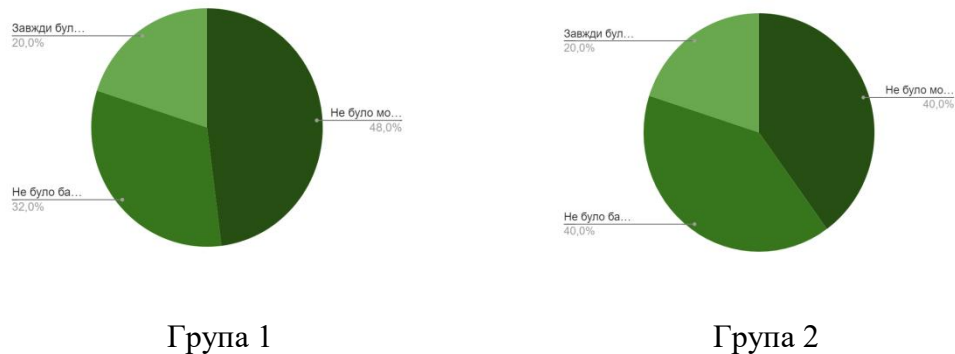


Рис 2.3 Результати опитування щодо відвідування мистецьких заходів

За результатами ми бачимо, що основна відмінність між групами полягає у тому, що жителі багатоповерхівок частіше вказували, що не мали можливості відвідувати мистецькі заходи, всупереч нашій думці, що багатоповерхівки, які переважно розташовані в містах, передбачають більше можливостей походу у театри та музеї.

Ще один важливий фактор, на який ми хотіли звернути увагу — це особисте ставлення до природи, бо якщо людина байдужа до природи як джерела натхнення, сама її наявність, ймовірно, не вплине на розвиток креативності. По-перше, ми запитали, як учасники сприймають природу: позитивно, нейтрально чи негативно. У Групі 1 96% респондентів відповіли, що відносяться позитивно, 4% що відносяться нейтрально. Так само у Групі 2 96% відповідей «позитивно», 4% «нейтрально».

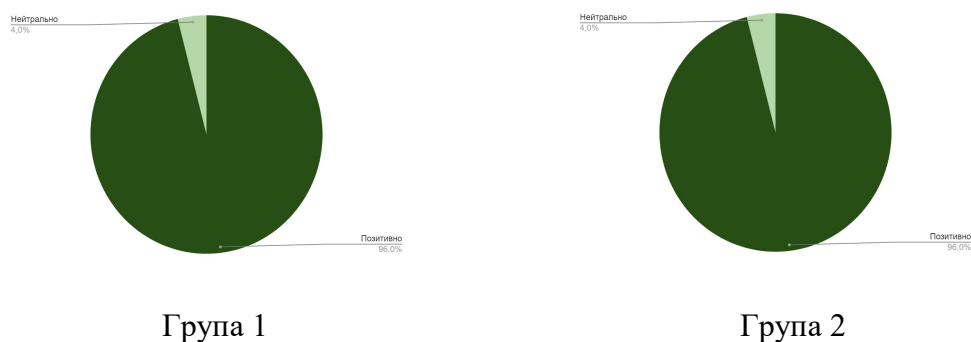


Рис 2.4 Результати опитування щодо відношення до природи

Також, у Групі 1 48% зазначили, що контактують з природою регулярно, щоденно або декілька разів на тиждень, 44% робить це час від часу, 4% рідко і 4% практично не контактують. У той час, як у Групі 2 — 59% опитуваних контактують регулярно, 37% час від часу, 4% рідко.

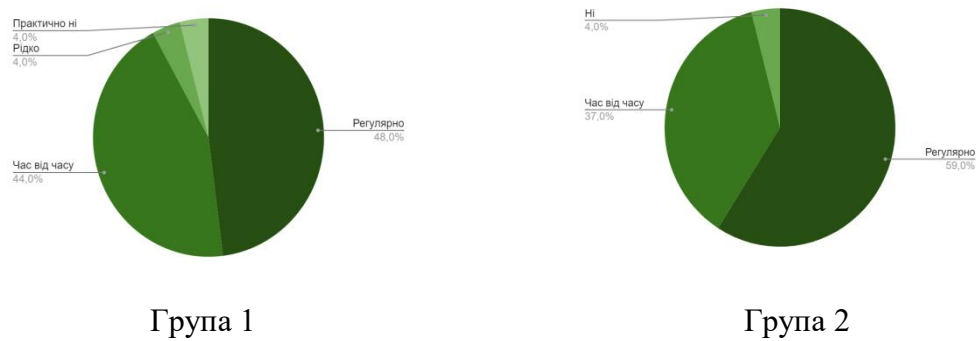


Рис 2.5 Результати опитування щодо частоти контакту з природою

За результатами ми бачимо, що як в Групі 1, так і в Групі 2 значна частка людей регулярно контактують з природою, однак серед мешканців будинків садибного типу контакт відбувається частіше.

Останні питання цього блоку стосувалися відчуття змін у натхненні при переїзді з багатоповерхівки до будинку садибного типу і навпаки. 72% учасників Групи 1 вказали, що відчували прилив натхнення при переїзді з багатоповерхівки до будинку садибного типу, 28% вказали, що не помітили приливу натхнення. В другій групі 70% відчували натхнення, 30% — ні.

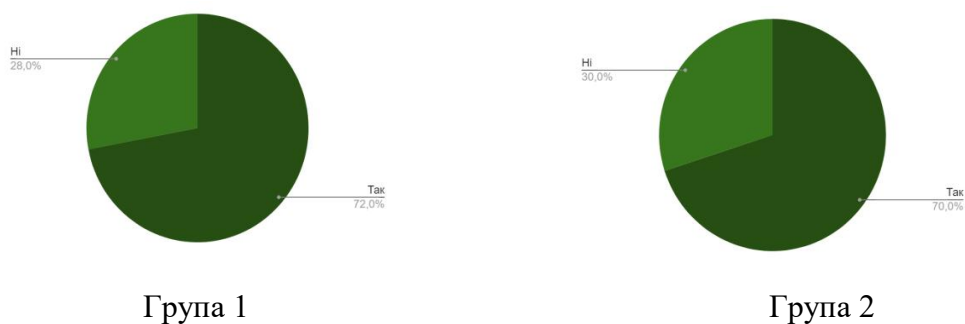


Рис 2.6 Результати опитування щодо відчуття приливу натхнення при переїзді у приватний будинок

Також, ми запитали, чи вони відчували брак натхнення при переїзді з будинку садибного типу до багатоповерхівки. В Групі 1 24% зазначили, що відчули брак

натхнення при переїзді, 76% — ні. У Групі 2 41% відчули брак натхнення, 59% — зазначили, що не відчули змін.

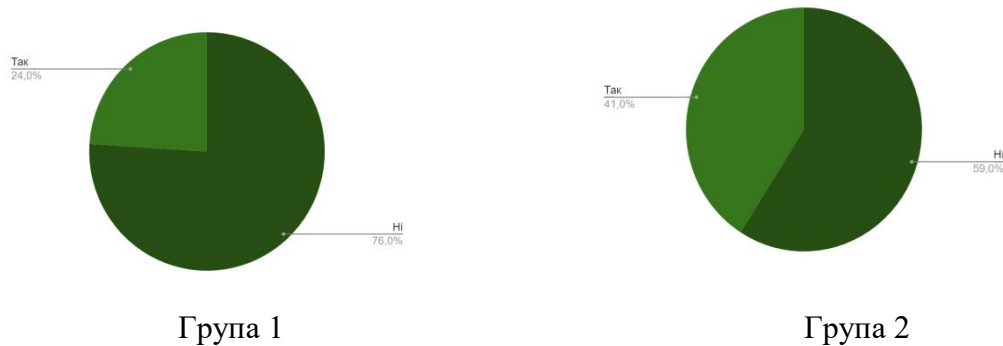


Рис 2.7 Результати опитування щодо відчуття браку натхнення при переїзді у багатоповерховий будинок

Отже, ми бачимо, що більшість представників обох груп відчуває натхнення при переїзді у будинок садибного типу, проте не відчуває особливого браку натхнення при переїзді у багатоповерховий будинок. З огляду на ці результати, перебування у будинку садибного типу виглядає як додаткова, але не основна умова для натхнення. Проте для мешканців будинків садибного типу брак натхнення при переїзді у багатоповерховий будинок є більш відчутним.

Перейдемо до виявлення особливостей соціального фактору. Одне з питань мало на меті визначити якість оточення досліджуваних. Ми запитали, чи мають вони в оточенні творчих людей. Відповіді були такі: Група 1 — 44% мають більшість творчих людей серед друзів та знайомих, 52% мають, але небагато, 4% не мають взагалі; Група 2 — 22% має більшість творчих друзів та знайомих, 74% зазначають, що мають таких друзів, але небагато, 4% не мають взагалі творчих людей у оточенні.

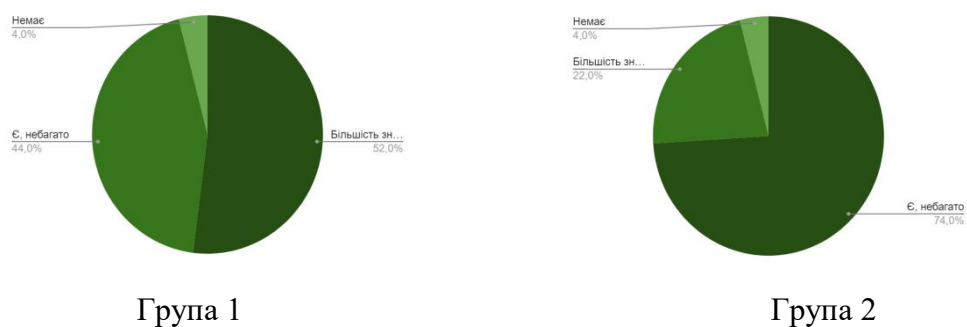


Рис 2.8 Результати опитування щодо наявності творчих друзів у колі спілкування

Отже, з цих результатів ми можемо зробити висновок, що у мешканців багатоповерхівок більше творчих знайомств. Це, ймовірно, корелює з тим, що мешканці багатоповерхівок більше займаються творчістю.

Ще один показник, який важливо врахувати — це відчуття підтримки тих, хто оточує. За результатами опитування у Групі 1 36% отримують підтримку, 60% відчують, що скоріше отримують, ніж не отримують, 4% не відчують підтримку. У Групі 2 33% зазначили, що отримують підтримку, 52% відчують, що скоріше отримують, 7% що скоріше ні, 8% взагалі не отримують.

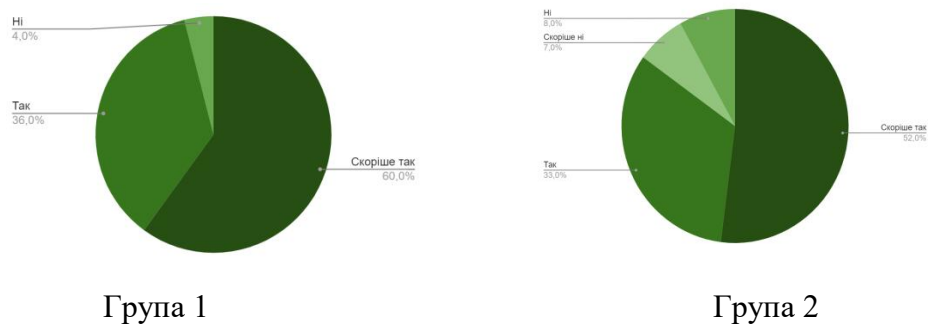


Рис 2.9 Результати опитування щодо відчуття підтримки

Результати опитування демонструють, що жителі багатоповерхівок отримують трохи більше підтримки, аніж жителі будинків садибного типу.

Щодо відчуття рівня незалежності батьків (автономія як риса конструктивного батьківства, яке сприяє розвитку креативної особистості) результати такі: у Групі 1 16% оцінили рівень автономії у 2 бали (за шкалою від 1 до 5, де 1 — я взагалі нічого не вирішував, батьки опікували мене повністю, 5 — батьки давали мені незалежність, наскільки це було можливо), 32% зазначили рівень у 3 бали, 40% у 4, 12% у 5; у Групі 2 лише 4% зазначили, що рівень автономії 1 бал, 19% оцінили в 2 бали, 25% у 3 бали, 33% у 4 бали та 19% у 5 балів.

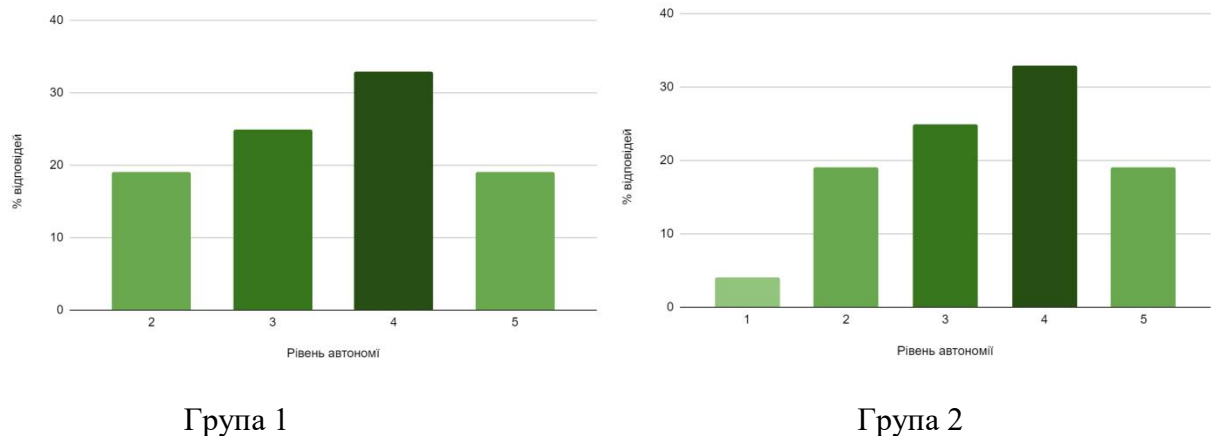


Рис 2.10 Результати опитування щодо відчуття рівня автономії в дитинстві

Ми не бачимо значних розходжень у відчутті рівня автономії в дитинстві.

Цікавий коментар до теми дослідження в цілому додала одна з респонденток: *«Я все ж вважаю, що на те, чи буде людина творчою чи різносторонньою — залежить дуже багато факторів виховання і взаємин з іншими. Більше, ніж форма житла. Моє житло вплинуло на мене — бо воно завжди було завішане татовими картинами. Мама теж любила малювати, а тато часто робив замовлення з графічного дизайну вдома».*

Як ми бачимо, учасниця опитування визначила соціальний фактор як більш впливовий, ніж тип житла. Також, у процесі пошуку учасників опитування, ми стикнулися з проблемою комунікації з жителями села. Якщо мешканці міста та передмістя відкриті і, здебільшого погоджувались пройти опитування, то мешканці села проявляли занепокоєність або ігнорували пропозицію. Важко робити висновки лише через онлайн-комунікацію, але завдяки цій особливості ми можемо припустити, що міська культура більш відкрита, через що легше проявляє себе у творчості (88% мешканців багатоповерхівок зазначили, що займаються творчістю, у той час, як з мешканців приватних будинків — 70%). Через брак мешканців сіл у опитуванні, на жаль, ми не маємо повної картини на сьогодні.

Окремо було проаналізовано результати дослідження за субтестом-опитувальником творчих характеристик особистості (модифікованої методики креативності Ф.Вільямса у адаптації Н.А Бельської).

Обробка результатів за методикою Ф.Вільямса за критерієм Колмогорова-Смирнова виявила, що розподілення нерівномірне  $p = 1$  (Додаток Е). За критерієм U

Манна-Уїтні (Додаток Д.4) розподілення є однаковим для обох груп і має значення  $p = 1,126$ . Це означає, що групи не відрізняються за рівнем креативності.

Середній рівень креативності Групи 1 — 8,32, середній рівень креативності групи 2 — 8,25.

Обчислення результатів за критерієм Колмогорова-Смирнова даних за методикою визначення вербальної креативності Е.П Торранса виявило, що розподілення нерівномірне,  $p = 0,637$  (Додаток Е). Обробка результатів за тестом Торранса за критерієм U Манна-Уїтні показала, що розподілення для обох груп (жителі багатоповерхових будинків та будинків садибного типу) є однаковим,  $p = 0,375$  (Додаток Д.3). Це означає, що статистично значущої різниці між двома групами не виявлено.

Середній рівень креативності Групи 1 — 1,2, середній рівень креативності групи 2 — 1,3.

Ми помітили, що результати обох груп за методикою Е.П Торранса досить низькі. Ймовірна проблема полягає у особливостях онлайн-опитування, коли немає можливості уточнити завдання та більш детально його пояснити.

Значна кількість респондентів мала досить розгорнуті та оригінальні відповіді, але через те, що це лише одна відповідь, респондент не отримував більше одного балу за побіжність та часто за гнучкість. Здебільшого, такі відповіді демонструють здатність до деталізації, що також є ознакою креативного мислення, але не враховується тестом як окрема риса.

Також, ми винесли окремо значення побіжність, гнучкість, оригінальність. Статистично значущої різниці між двома групами за цими показниками не виявлено, за критерієм U Манна-Уїтні значення такі: для оригінальності  $p = 0,331$ , для гнучкості  $p = 0,897$ , для побіжності  $p = 0,862$  (Додаток Д.5). Отже, ми не можемо стверджувати, що між мешканцями житла садибного типу та мешканцями багатоповерхового будинку є значущі відмінності у проявах креативності. Ми пов'язуємо такий результат з тим, що соціальний фактор є більш значущим для розвитку креативної особистості, аніж фактор середовища.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

1. Проведено дослідження особливостей креативності мешканців багатоповерхових будинків та мешканців будинків садибного типу з використанням методики субтеста-опитувальника творчих характеристик особистості (методика креативності Ф.Вільямса в адаптації Н.А Бельської), вербальної батареї тесту творчого мислення Е.П Торранса. Для обробки даних використані критерій Колмогорова-Смирнова, критерій U Манна-Уїтні, критерій кореляції Спірмена. Також було використане анкетування з метою визначити суб'єктивну оцінку креативності, наявність творчої зайнятості, рівень насиченості природи, відношення до неї як до джерела натхнення та регулярність взаємодії, виявити особливості соціальних факторів, встановити факти відвідування мистецьких гуртків та заходів.

2. За результатами опитування різниці у суб'єктивній оцінці креативності між двома групами не виявлено.

Вищий рівень насиченості природи притаманний групі респондентів з будинків садибного типу. Також, є відмінності у частоті взаємодії з природою: 59% мешканців будинків садибного типу контактують з природою регулярно в порівнянні з 48% мешканцями багатоповерхових будинків, які регулярно контактують з природою.

Існує відмінність у двох групах за заняттям творчістю: 88% займається творчістю у групі мешканців багатоповерхових будинків в порівнянні з 70% у групі мешканців будинків садибного типу.

Також, є різниця у наявності творчого оточення у двох групах: 44% мешканців багатоповерхових будинків мають більшість творчих людей у оточенні в порівнянні з 22% мешканцями будинків садибного типу. Також, жителі багатоповерхових будинків отримують більше підтримки у творчій діяльності, аніж жителі будинків садибного типу.

## ВИСНОВКИ

1. Креативність — це здатність створювати або розвивати оригінальну роботу, теорії, техніки чи думки. Існує значна кількість моделей креативності, зокрема: інвестиційна модель Р. Штернберга, яка включає інтелект, знання, стиль мислення, особистісні риси, мотивацію; модель креативного процесу Г. Волласа, яка перелічує такі етапи: підготовка, інкубація, осяяння, верифікація; 4Р модель М. Роудса, яка вміщує 4 компоненти ( особистість, процес, вплив, продукт); тристороння модель креативного мислення, яка визначає креативність як взаємодію логічного, критичного та латерального мислення.

2. Дослідження, присвячені безпосередньо впливу типу житла на креативність не виявлено у відкритому доступі. З огляду на це ми зосередились на пошуку досліджень щодо факторів, які сприяють розвитку креативної особистості, зокрема фактору природного середовища, яке оточує житло. Фізичне середовище визначено як важливе для творчості, зокрема, процесу інкубації. Виділено поняття ступеню природи: високий, середній, низький. Високий та середній ступінь природи є найбільш прийнятними для стимулювання творчості. Виявлено такі процеси як м'яке захоплення уваги, блукання думок, що стимулюють утворення нових зв'язків та появу ідей.

3. Більшу насиченість природи виявлено у респондентів з групи, які проживають у будинках садибного типу. Результати обробки даних підтверджують, що в оточенні таких будинків більше зелених насаджень, річок, представників фауни. Відмінностей у рівні креативності не виявлено, кореляційний зв'язок відсутній. Обидві групи демонструють приблизно однаковий рівень креативності як за психометричними, так і за суб'єктивно-психометричними методиками.

4. За результатами підтвердилась гіпотеза, що мешканці багатоповерхових будинків та мешканці будинків садибного типу не мають відмінностей у проявах креативності.

Фактором, який ми визначили як такий, що опосередковано впливає на розвиток креативності є природне середовище. Ми визначили, що будинки садибного типу мають дійсно більш насичену природу, проте це не відбивається на особливостях креативності.

Також, за результатами опитування, у обох груп немає значущої відмінності у можливості та бажанні відвідувати гуртки та мистецькі заходи. Респонденти, які прожили більшу частину життя у багатоповерхівках, зазначили, що не мали можливості відвідувати мистецькі заходи (48% опитуваних), в той час, як респонденти, які проживали у будинках садибного типу, зазначили, що не мали такого бажання (40% опитуваних). Це означає, що в даному випадку ми не можемо стверджувати, що жителі міста могли б бути більш креативними, бо мають можливість відвідувати мистецькі заходи.

Результати опитування щодо особливостей соціального середовища показали деякі відмінності між групами. Серед жителів багатоповерхових будинків виявився вдвічі більший відсоток людей мають багато творчих особистостей в оточенні (44%), ніж серед жителів будинків садибного типу (22%). Також, дещо вищий відсоток (36%) мешканців багатоповерхівок отримують підтримку у творчій діяльності, на відміну від мешканців будинків садибного типу (33%). Отже, ми підходимо до думки, що роль соціальних відносин може бути більш сильним фактором впливу, аніж природне середовище.

Напрямок подальших досліджень особливостей креативності ми вбачаємо вивчення соціального середовища, питань соціальної взаємодії та підтримки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вербальна батарея тесту творчого мислення Е.П Торранса  
<https://vseosvita.ua/library/diahnostychnyi-test-p-torrensa-673165.html>
2. Гранкіна-Сазонова, Н. В. (2018). NATURE RELATEDNESS AS A FACTOR OF PSYCHOLOGICAL WELLBEING. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. A Series of «Psychology», (64), 20-25. Retrieved from <https://periodicals.karazin.ua/psychology/article/view/10946>
3. Діагностика креативності у профорієнтаційній роботі : методичні рекомендації / Н. А. Бельська, М. Ю. Мельник, М. М. Новгородська. – Київ : Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2021. – 72 с.
4. Милославська, О. В. (2016). До проблеми розвитку творчого мислення в студентів. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Психологія, (1150). вилучено із <https://periodicals.karazin.ua/psychology/article/view/5107>
5. Сачок, К. М., & Заїка, Є. В. (2017). Cognitive activity and creativity of seniors connection with the levels of reflexivity. The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. A Series of «Psychology», (61), 44-48. Retrieved from <https://periodicals.karazin.ua/psychology/article/view/8210>
6. Arain M, Haque M, Johal L, Mathur P, Nel W, Rais A, Sandhu R, Sharma S. Maturation of the adolescent brain. Neuropsychiatr Dis Treat. 2013;9:449-61. doi: 10.2147/NDT.S39776. Epub 2013 Apr 3. PMID: 23579318; PMCID: PMC3621648.
7. Baird, B., Smallwood, J., Mrazek, M. D., Kam, J. W., Franklin, M. S., Schooler, J. W., ... & Melcher, D. P. (2012). Inspired by distraction mind wandering facilitates creative incubation. Psychological Science, 23(10), 1117-1122.
8. Beaty, R. E., Benedek, M., Wilkins, R. W., Jauk, E., Fink, A., Silvia, P. J., ... & Neubauer, A. C. (2014). Creativity and the default network: A functional connectivity analysis of the creative brain at rest. Neuropsychologia, 64, 92-98. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2014.09.019>
9. Bethlehem, R.A.I., Seidlitz, J., White, S.R. *et al.* Brain charts for the human lifespan. *Nature* **604**, 525–533 (2022). <https://doi.org/10.1038/s41586-022-04554-y>
10. Horikami, A., & Takahashi, K. (2022). The Tripartite Thinking Model of Creativity. Thinking Skills and Creativity, 44, 101026. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.101026>
11. Jankowska, D. M., & Gralewski, J. (2021). The familial context of children’s creativity: Parenting styles and the climate for creativity in parent–child relationship. Creativity Studies, Advance online publication. <https://doi.org/10.3846/cs.2022.13449>

12. Kapel, R., & Kaplan, S. (1989). The experience of nature: A psychological perspective. University of Cambridge, Cambridge. Retrieved from Google Scholar
13. Kelgeri, Khadi, P. B., & Phadnis. (1989). Creativity among urban and rural boys and girls. *Indian Journal of Behaviour*, 13(4), 10–14
14. Kwaśniewska, J. M., Gralewski, J., Witkowska, E. M., Kostrzewska, M., & Lebuda, I. (2017). Mothers' personality traits and the climate for creativity they build with their children. *Thinking Skills and Creativity*, 26, 42-52. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2017.11.002>
15. Liu, Z., Zhang, J., Xie, X., Rolls, E. T., Sun, J., Zhang, K., ... & Feng, J. (2018). Neural and genetic determinants of creativity. *Neuroimage*, 174, 164-176. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2018.02.067>
16. Paramitha, A., & Indarti, N. (2014). Impact of the environment support on creativity: Assessing the mediating role of intrinsic motivation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 293-300. <https://doi.org/10.1016/J.SBSPRO.2014.02.419>
17. Plambeck, T., & Konijnendijk van den Bosch, C. C. (2015). The impact of nature on creativity – A study among Danish creative professionals. *Urban Forestry & Urban Greening*, 14(2), 255-263. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2015.02.006>
18. Quora. (2021, 17.12). Do you think that living in rural areas makes you more creative than in urban ones? Доступно за адресою: <https://qr.ae/pKMAbD>
19. Quora. (2021, 17.12). Do you think that living in rural areas makes you more creative than in urban ones? Доступно за адресою: <https://qr.ae/pKMA84>
20. Rhodes, M. (1961). An Analysis of Creativity. *The Phi Delta Kappan*, 42(7), 305–310. <http://www.jstor.org/stable/20342603>
21. Smallwood, J., & Schooler, J. W. (2015). The science of mind wandering: Empirically navigating the stream of consciousness. *Annual Review of Psychology*, 66, 487-518
22. Somerville, L. H. (2016). Searching for signatures of brain maturity: What are we searching for? *Neuron*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2016.10.059>
23. Sternberg, R. J. (2006). The Nature of Creativity. *Creativity Research Journal*, 18(1), 87-98. DOI: 10.1207/s15326934crj1801\_10
24. Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. New York: Harcourt, Brace & Company
25. Williams, K. J. H., Lee, K. E., Hartig, T., Sargent, L. D., Williams, N. S. G., & Johnson, K. A. (2018). Conceptualising creativity benefits of nature experience: Attention restoration and mind wandering as complementary processes. *Journal of Environmental Psychology*, 59, 36-45. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2018.08.005>

26. Yeh, C.-W., Hung, S.-H., & Chang, C.-Y. (2022). The influence of natural environments on creativity. *Frontiers in Psychiatry*, 13, Article 895213. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.895213>

АНОТАЦІЯ. Марцинкевич Ю.І., Павленко Г.В. Особливості креативності в осіб, що проживають в житлі різного типу: кваліфікаційна робота бакалавра[Рукопис]/Ю.І. Марцинкевич, Г.В. Павленко. — Х.:ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2024. — 33 с.

У дослідженні розглянуто особливості креативності осіб, що проживають в будинках садибного типу та багатоповерхових будинках. Ми ставили на меті виявити, чи може тип житла вплинути на розвиток креативної особистості. Основна гіпотеза полягала в тому, що мешканці будинків садибного типу більш креативні, ніж мешканці багатоповерхових будинків через більш насичене природне середовище. Альтернативна гіпотеза стверджувала, що мешканці багатоповерхових будинків більш креативні, ніж мешканці будинків садибного типу, через можливість взаємодіяти з пам'ятниками міської архітектури, відвідувати мистецькі гуртки та заходи. В дослідженні взяли участь 52 респонденти, 25 з опитуваних проживали більшу частину життя у квартирах, 27 — у будинках садибного типу. За результатами дослідження відмінностей між групами не виявлено, тобто ми не можемо стверджувати, що тип житла є таким фактором, що впливає на розвиток креативної особистості. Також, опитування показало, що жителі багатоповерхових будинків частіше займаються творчістю та мають більш широке коло творчих знайомств.

*Ключові слова:* креативність, тип житла, будинок садибного типу, багатоповерховий будинок, природа, насиченість природи, природне середовище

ABSTRACT. Martsynkevych Y.I., Pavlenko G.V. Features of Creativity in Individuals Residing in Various Types of Housing: Bachelor's Qualification Paper [Manuscript]/Y.I. Martsynkevych, G.V. Pavlenko. — Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University, 2024. — 33 p.

## **DISTINCTIVE FEATURES OF CREATIVITY IN INDIVIDUALS RESIDING IN VARIOUS TYPES OF HOUSING**

In the study, the characteristics of creativity among individuals living in detached houses and apartment buildings were examined. Our aim was to determine whether the type of

housing could influence the development of a creative personality. The main hypothesis suggested that residents of detached houses are more creative than those living in apartment buildings due to the richer natural environment. The alternative hypothesis posited that residents of apartment buildings are more creative than those living in detached houses due to the opportunity to interact with urban architectural monuments and attend art clubs and events. The study involved 52 respondents, with 25 having spent most of their lives in apartments and 27 in detached houses. The results of the study did not reveal any significant differences between the groups, so we cannot claim that the type of housing is a factor influencing the development of a creative personality. Additionally, the survey showed that residents of apartment buildings engage in creative activities more often and have a wider circle of creative acquaintances.

*Keywords: creativity, type of residence, estate-type house, multi-story building, nature, richness of nature, natural environment*