

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМІРЮВАННЯ КРЕАТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ІНОЗЕМНИХ МОВ

У статті обґрунтовується важливість проблеми оцінювання креативності для теоретичних досліджень креативності та практичних розробок ефективних моделей її формування. Наведено приклади тестів, головною рисою яких визнано одноаспектність, тобто врахування лише одного із багатьох граней креативності, яка визначається як багатовимірне поняття. У статті описано сучасний метод оцінювання креативного потенціалу (Evaluation of Potential Creativity, EPoC), який дозволяє охопити всі грані креативності.

Ключові слова: оцінювання креативності, креативний потенціал, креативний розвиток, оцінювання креативного потенціалу (EPoC).

Основною вимогою сучасного світового суспільства є спроможність людини швидко реагувати на зміни, які постійно відбуваються у всіх сферах життя, вміти знаходити оригінальні рішення старих проблем, правильно формулювати нові. Для цього необхідно формувати здатність бачити непередбачувані ракурси питань і явищ, мислити нестандартно, уникати стереотипів і шаблонів. Ці риси входять до складу багатосферного поняття креативності, що відіграє важливу роль в успішному та гармонійному розвитку сучасної особистості, її суспільному та економічному успіхові.

У сучасних умовах цілі вищої освіти, в тому числі й фахової підготовки вчителів іноземних мов не можуть зводитися до формування компетенцій вузьких спеціалістів для конкретної області знань, а мають бути спрямовані на всебічний розвиток особистості вчителя. Завдання професійної освіти – забезпечити умови у вищій для становлення професіоналів, здатних до сприйняття нового, позбавлених неохоти (боязні нового), мотивованих на досягнення життєвого успіху, готових до навчання впродовж життя.

Разом із тим, репродуктивний характер традиційної системи освіти суперечить потребі суспільства в креативній системі розвитку особистості. *Актуальною* проблемою як для теоретичних досліджень креативності, так і для практичних моделей формування креативності в освітньому просторі є розробка та застосування ефективних методів її вимірювання.

У США та Європі проблема креативності займає важливе місце в області наукових досліджень, практичних розробок методів вимірювання та моделей формування та сприяння розвитку креативного потенціалу (Sternberg, Lubart, Amabile, Sawyer, Runco, Weisberg, Plucker, Renzulli, Wallace, Gardner та ін.) [4]. Європейський Союз бере участь у підтримці сприяння розвитку креативності на рівні політики. Це проявляється в діяльності Центру дослідження та навчання впродовж життя (the Center for Research on Lifelong Learning), Головного управління об'єднаного дослідницького центру Європейської комісії (the Directorate-General Joint Research Center of the European Commission), Головного управління освіти та культури. Їх конференція під назвою 'Can creativity be measured?' ("Чи можливо виміряти креативність?") мала за мету сприяти розумінню різних способів вимірювати креативність та оцінити реалізованість вимірювання креативності у міжнародному порівняльному сенсі [7, с. 3].

На питання, для чого вимірювати креативність, Європейська комісія заявляє у документах (наприклад, Комюніке березня 2008 р.), що Європі потрібно підтримувати розвиток креативності своїх громадян через соціальні та економічні причини. Європейська організація економічної кооперації та розвитку (OECD) – це організація урядів тридцяти демократичних держав, які разом вирішують економічні, соціальні та екологічні виклики глобалізації, розповсюджують конвенції, нормативи, принципи, які покликані зрозуміти та допомогти урядам адекватно реагувати на нові проблеми. В об'єднаному виданні OECD та Статистичного бюро європейських спільнот (Eurostat) 2005 р. *інновація* визначається як вироблення нового продукту чи процесу, нового ринкового методу, організаційного методу в бізнесі та ін. Далі йдеться про те, що інновація не може відбутися без креативності [6, с. 146].

У згаданому документі тридцяти європейських суспільств постулюється, що освітні системи мають змінитися, щоб бути більш проактивними для сприяння креативності. Першим питанням, яке має бути вирішене на шляху до формування креативності студентів, стосується того, які її компоненти можуть бути вимірні та за допомогою яких методів, що і є *метою* цієї статті.

Починаючи з другої половини ХХ ст., дослідження креативності різко зросло. Фактично, до 50-х років сам термін "creativity" не вживався систематично, хоча інтерес до дослідження творчості був явний у філософських роботах, в інтроспективних описах наукових відкриттів видатних науковців. Фактично, дослідження творчості було пов'язане з дослідженням обдарованих і талановитих індивідів, тому

оцінювання *креативності як здатності до творчої продуктивності* не було першочерговим завданням [2, с. 59].

Починаючи з виступу Гілфорда про креативність у 1950 р., особливо з 60-х рр. зросла кількість описів та визначень креативності, технік вимірювання та оцінювання. Після 90-х рр. особливо збільшилася кількість досліджень креативності, з'явилися нові наукові журнали, міжнародні конференції. Основою Гілфордівської концепції креативності як універсальної пізнавальної творчої здатності стала розроблена ним кубовидна модель структури інтелекту, до якої входить велика кількість здатностей, необхідних для обробки інформації різними способами. Поряд із категорією *змісту* (візуальний, аудитивний, символічний, семантичний та поведінковий) та *продукту* (елементи, класи, відношення, системи, трансформації, імплікації), у категорії *операцій* Гілфорд виділяє 6 видів (пізнання, оперативна, довготривала пам'ять, конвергентна та дивергентна продукція, оцінювання) [3, с. 47–51].

Гілфорд вважає, що проблема креативності нехтувалася через те, що творчі успіхи пояснювалися рівнем інтелекту. Вчений стверджує, що креативність та творча продуктивність виходять далеко за його межі. Базою творчого процесу і джерелом креативності Гілфорд вважає *дивергентне* мислення – продукування не одного, а якомога більше оригінальних рішень і бачень проблеми, що приводить до неочікуваних висновків та результатів. На противагу, *конвергентне* мислення означає знаходження єдино правильного рішення проблеми і співвідноситься з інтелектом. Вчений також виділяє спільні риси для всіх сфер творчості: *сенситивність до проблем; продуктивність (або швидкість); гнучкість та оцінювання*. Для оцінювання усіх цих здатностей Гілфорд пропонує і детально описує різні види психометричних тестів [3].

До сучасності, існує неточність у визначенні креативності, що є причиною труднощів її вимірювання. Починаючи від початку сучасної ери дослідження креативності (з 1950-х рр.) її дослідження проходило у ракурсах трьох "P": Person, Product і Process – "людина (персона), продукт, процес", до яких Rhodes у 1961 р. додав четверте "P" – Press, "тиск середовища" [4, с. 450].

У попередніх наших дослідженнях, що стосувалися опису різних підходів до трактування креативності, ми дійшли висновку, що всі численні його дефініції усе ж погоджуються принаймні на двох складових креативності: оригінальності та цінності [1]. У зв'язку з цим, виникає необхідність вимірювання саме цих аспектів креативності. Щодо першого, за визначенням Британського національного комітету креативної та культурної освіти (NACCSE), *оригінальність* імплікує відмінність від норми, але визначення ступеню оригінальності відбувається у різних площинах, відповідно до поставленої мети: як нове для особистості, для сфери чи для галузі. *Цінність* має визначатися компетентними в певній області знань експертами [7, с. 10].

Ще з виступу Гілфорда 1950 р. креативність почала вважатися широко розповсюдженою серед загалу та такою, що може бути виміряна та розвиватися [3, с. 33–39]. Цей новий підхід до поняття ознаменував початок сучасного інтересу у дослідженні якраз "щоденної" креативності ('everyday', 'little c' creativity), на противагу "історичній", "видатній", "креативності з великої літери", або "генію" ('historical', 'eminent', 'big-C' creativity or genius). Щоденна креативність ('little c' creativity) є у кожного і може проявлятися у звичній людській діяльності (приготування вишуканого блюда зі звичних інгредієнтів, чи-то творче рішення організаційної проблеми) [5, с. 1].

Американські дослідники креативності Kaufman та Beghetto запропонували так звану "модель чотирьох "C" ('Four C' Model), що розширює дихотомію 'Big-C'/'little-c' креативності. Для врахування креативних інсайтів та досягнень у процесі навчання переживаються студентами під час вивчення нового матеріалу, вони запропонували нову категорію, так би мовити, 'little-c' для 'little-c', і назвали її 'mini-c' creativity. Для нашого дослідження, пов'язаного з проблемою формування креативності студентів – майбутніх учителів іноземних мов, ця категорія має найбільш продуктивне значення, оскільки головна мета її створення – охопити креативні прояви саме у сфері освіти – навчання, виховання, професійної підготовки студентів у виші. 'Mini-c' creativity визначається як нова та особистісно значуща інтерпретація досвіду, подій, певної діяльності [5].

У процесі спостереження за дітьми, учнями чи студентами вишів можна помітити велику кількість оригінальних ідей, що продукуються щоденно. Завдання педагогів у тому, щоб помічати і розпізнавати їх, приділяти їм належну увагу. Наприклад, у процесі вивчення ІМ, студентам пропонуються такі завдання, що спонукають придумувати якомога більше оригінальних ідей, студенти заохочуються подивитися на предмет, чи то ідею, проблему, з абсолютно нових, навіть протилежних точок зору. Помітно, що деякі студенти охоче включаються і продукують велику кількість оригінальних ідей, інші намагаються все ж дотримуватися стандартного мислення, пропонують те, що б уписалося в "доцільне", "логічне", бояться відійти від стереотипів. Завдання педагога – допомогати студентам долати бар'єри і страхи перед вираженням несподіваних думок; пояснювати, що незвично – це не погано, що треба не боятися виражати те, на що здатен твій розум, уява, твоя творча суть.

"Модель чотирьох "C" ('Four C' Model) знаходить продуктивні відповіді на питання про вимірювання креативності. Пропонується виходити з типу креативності, що вимірюється в певний момент, з певною метою. Наприклад, головною метою оцінювання на рівні 'mini-c' creativity буде підтримати креативну ідею (мислення, здатність до формування і сприйняття ідей), та сприяти студентській креативності. На цьому рівні, Kaufman та Beghetto вважають найбільш доцільним самооцінювання та мікрогенетичні методи. Самооцінювання корисне, оскільки воно спонукає студентів рефлексувати та обмірковувати власну

креативність, допомагає педагогам та батькам розпізнати студентів, у яких пробуджується креативний потенціал та інтереси у різних областях, а також тих, хто може почуватися так, наче у них зовсім нема або мало креативної здатності [5, с. 8].

Нагадаємо, що на сьогодні вже є загальноприйнятим, що жодна здатність чи риса не є ключовою для креативності. Насправді, креативність включає комбінацію когнітивних (переробка інформації), конативних (особистісні риси, мотиваційні аспекти), та емоційних факторів (афективні стани, риси), які динамічно взаємодіють із оточенням. Більшість технік спрямовані на вимірювання тільки одного компонента креативності. Тому вони не можуть дати повної картини про весь творчий потенціал. Наприклад, для вимірювання *когнітивних факторів* (ідентифікація, визначення проблеми, вибіркоче кодування, дивергентне мислення, оцінювання ідей, асоціативне мислення та гнучкість) розроблені психометричні тести Torrance, Wallach&Kogan, Guilford – завдання, які оцінюють здатність індивіда генерувати багато ідей за обмежений проміжок часу, тобто дивергентне мислення); тести на вимірювання здатностей, ключових у процесі рішення проблем, а також Тест віддалених асоціацій Mednick, який використовується для опису асоціативного мислення (оригінальне сполучення елементів, які зазвичай не асоціюються разом).

Для вимірювання *конативних факторів*, що стосуються переважних способів поведінки, використовуються самооцінювальні методики (Barron-Welsh Art Scale, the Creative Perception Inventory, Gough's Adjective Checklist). У них індивідам пропонують оцінити себе та перевірити особистісні риси, що відносяться до творчих (наполегливість, терпимість до багатозначності, відкритість, індивідуалізм (незалежність, неконвенційні рішення), готовність ризикувати, самоприйняття, самовпевненість, неконформність та ін.).

Мотиваційні фактори можуть бути оцінені тестуванням (the Work Preference Inventory, the Torrance Creative Motivation Scale). Тут, внутрішня мотивація (intrinsic motivation) передбачає вищий ступінь творчості ніж зовнішня мотивація (спрямована на винагороду – reward oriented motivation).

Щоб подолати обмеження вищеописаних методів, Barbot, Besancon та Lubart розробили методику "Оцінювання креативного потенціалу" (the Evaluation of Potential for Creativity (EPOC), яка є синтезом та розширенням кількох вимірювальних традицій. Вона базується на теоретичних засадах, що розглядають креативність як багатогранний, специфічний для певної сфери конструкт, який включає багато компонентів. Виходячи з поліваріантного підходу до креативності, головні принципи EPOC припускають, що, по-перше, можна категоризувати численні мікропроцеси, задіяні в творчому потенціалі, у дві основні групи, що називаються *дивергентно-дослідницькі* та *конвергентно-інтегративні* процеси. По-друге, якщо креативність хоча б частково (якщо не першочергово) специфічна для сфери, важливо, щоб методика вимірювання творчого потенціалу брала до уваги сферу креативного вираження.

Отже EPOC вимірює обидві групи мікропроцесів (divergent-exploratory та convergent-integrative), на протигагу попереднім методам, які зазвичай вимірювали єдиний компонент. В межах EPOC припускається, що обидві групи способів відбуваються циклічно протягом творчого процесу. *Дивергентний* дослідницький спосіб (манера) мислення стосується процесу розширення спектру рішень у процесі творчого вирішення проблеми і включає такі фактори, як гнучкість, дивергентне мислення, вибіркоче кодування, які підтримуються такими особистісними рисами як відкритість досвіду та внутрішня процесуальна мотивація.

Конвергентно-інтегративне мислення відноситься до дії комбінування елементів новими способами, що є другим фундаментальним аспектом творчої роботи. Ця здатність включає мікропроцеси, такі як асоціативне мислення, вибіркоче порівняння та комбінування, дозволяючи синтезу різноманітних гетерогенних елементів зійтися в унікальний оригінальний продукт. Відповідні конативні фактори конвергентно-інтегративного мислення включають: терпимість до неоднозначності, наполегливість, ризикованість та мотивація досягнення. У завданнях дивергентно-дослідницького типу дітям пропонують генерувати багато ідей у відповідь на певний стимул або проблему (включаючи підхід, оснований на процесі, фокусуючись на кількості даних відповідей). У той же час, завдання конвергентно-інтегративного типу складаються з продукування інтегрованого твору, який є більш розроблений та завершений. Також, EPOC включає вербальні та графічні субтести [2].

Загалом, цей метод – перший в історії креативного оцінювання засіб, який об'єднує підходи за сферою креативного вираження та за способом мислення з метою охоплення різноманітності креативних здібностей. Цей сучасний підхід пропонує ширший погляд на креативний потенціал та виявляється ефективним інструментарієм у керуванні процесом розвитку креативності.

Наразі, EPOC є сучасним (розроблений 2011 р.) засобом вимірювання креативності для учнів початкової та середньої школи. Зараз знаходяться в процесі подальші його розробки:

- 1) переклад та адаптація в декількох країнах (включаючи розробку місцевих норм);
- 2) розробка норм для юнацького віку (від старшокласників до студентів вишів);
- 3) розширення тестування для нових сфер креативного вираження (включаючи соціальну, наукову та музичну сфери);
- 4) передбачається комп'ютерна версія. Для нашого дослідження вважаємо доцільним та перспективним продовжити вивчення цього методу з метою його адаптації та застосування для вимірювання та формування креативності студентів – майбутніх учителів іноземних мов.

Використані джерела

1. Мороз Л. М. Основні підходи до інтерпретації креативності в зарубіжних дослідженнях // Наукові записки. Серія "Психолого-педагогічні науки" (Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя) / [за заг. ред. проф. Є. І. Коваленко]. – Ніжин: Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2013. – №1.
2. Barbot В., Besancon М., Lubart Т. I. Assessing Creativity in the Classroom / The Open Education Journal. – 2011, Volume 4. – p. 58-66.
3. Guilford J. P. Creativity Research: Past, Present and Future / Frontiers of Creativity Research. – P. 33 – 65 [Режим доступу: <http://www.cpsb.com/research/articles/creativity-research/Creativity-Research-Guilford.pdf>]
4. Handbook of Creativity / edited by R. Sternberg. – UK: Cambridge University Press, 1999. – 479 p.
5. Kaufman J. С., Beghetto R. А. Beyond Big and Little: The Four C Model of Creativity / Review of General Psychology. – 2009. – Vol. 13, #1. – p. 1 – 12.
6. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data // A joint publication of OECD and Eurostat / The Measurement of Scientific and Technological Activities. – Paris: OECD, 2005. – 164 p.
7. Villalba E. On Creativity: Towards an Understanding of Creativity and its measurements / European Commission Joint Research Center. – \$European Communities, 2008 (Italy). – 39 p.

Moroz L.

CREATIVITY MEASUREMENTS OF THE TEACHER TRAINEES OF FOREIGN LANGUAGES

The author discusses the importance of assessing creativity reliably in the educational context, to study the efficiency of the educational intervention programs aiming to promote student creativity. This article provides a presentation of creativity assessment since Guilford from traditional divergent thinking tasks, to current theoretical models of creativity assessment which allow creativity to be assessed in different domains, capturing the multidimensionality of creative potential (e.g. EPoC). These techniques and alternative assessment tools are contextualized by addressing their interest for educational program of forming creativity of the teacher trainees of foreign languages.

Key words: *creativity assessment, creative development, creative potential, creativity measurements, assessment tools, evaluation of potential for creativity, EPoC.*

Стаття надійшла до редакції 10.06.13