

УДК 331.1

Кліпкова О. І.,

zawksana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3262-0768,

Researcher ID: F-1910-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту і соціального забезпечення, Університет банківської справи, м. Львів

ВПЛИВ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА РЕАЛІЗАЦІЮ КРЕАТИВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ІНДИВІДА

Анотація. У матеріалах статті розкрито сутність понять “емоційний інтелект” та “креативність”, відображено взаємозв’язок між досліджуваними категоріями у працях Дж. Гілфорда, П. Торренса, У Векслера, А. Маслоу та Е. де Боно. Проведено аналіз дефініцій понять “емоційний інтелект” та “креативність”. Досліджено і структуровано досвід Дж. Гілфорда щодо впливу способів та обставин мислення на формування у працівника креативних навичок. Запропоновано модель у вигляді куба, в якій координатними осями виступають матеріали, операції та результати. Актуалізовано дослідження П. Торренса, в якому основним фактором формування та виявлення креативності виступають фактори несприятливого зовнішнього середовища. Відзначено актуальність твердження Е. де Боно про формування креативності як інтегральної характеристики наявних фізичних та інтелектуальних здібностей, а також поведінкових характеристик особистостей. Описано рушійні сили та перешкоди розвитку креативних здібностей за Р. Стернбергом. Виявлено, які компетенції емоційного інтелекту призведуть до розвитку креативного мислення за Д. Гоулманом. Виявлено високий рівень кореляції схильностей та здібностей індивідів із високим рівнем емоційного інтелекту та креативності. Відзначено шляхи розвитку емпатичної складової емоційного інтелекту. Запропоновано концепцію організації інноваційного спрямування з урахуванням цілей та важелів розвитку. Зроблено висновок, що поняття креативності фіксує сукупність тих особливостей психіки та інтелекту, які забезпечують продуктивні перетворення в діяльності особистості, розвиваючись, з’єднуючись із її провідними мотивами і виявляючись як здатність до продуктивних змін. Виявлення тісного взаємозв’язку між емоційним інтелектом та креативністю дасть змогу кадровому менеджеру за інтегральними ознаками здійснити відбір найоптимальнішого за складом персоналу.

Ключові слова: емоційний інтелект, креативність, креативне мислення, інноваційність, інновації.

Klipkova O. I.,

zawksana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3262-0768,

Researcher ID F-1910-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Social Welfare, University of Banking, Lviv

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON THE IMPLEMENTATION OF CREATIVE POSSIBILITIES OF AN INDIVIDUAL

Abstract. The article reveals the essence of the concepts of "emotional intelligence" and "creativity", reflects the relationship between the categories studied in the works of J. Guilford, P. Torrens, Y. Wexler, A. Maslow and E. de Bono. The analysis of the definitions of "emotional intelligence" and "creativity" was accomplished. J. Guilford's experience in the influence of ways and circumstances of thinking on the formation of an employee's creative skills is studied and structured. A model in the form of a cube is proposed, in which the coordinate axes act as materials, operations and results. The research of P. Thorens is actualized, in which the main factor of formation and revealing of creativity are the factors of unfavorable external environment. The relevance of E. de Bono's statement about the formation of creativity as an integral characteristic of existing physical and intellectual abilities, as well as behavioral characteristics of individuals is noted. R. Sternberg's driving forces and obstacles to the development of creative abilities are described. It is revealed which competencies of emotional intelligence will lead to the development of creative thinking according to D. Goleman. A high level of correlation of predispositions and abilities of individuals with a high emotional intelligence and creativity was revealed. The ways of development of the empathic component of emotional intelligence are defined. The concept of the organization of an innovative direction taking into account the purposes and levers of development

is proposed. It is concluded that the concept of creativity captures a set of features of psychics and intelligence that provide productive transformations in the individual's activities, developing, connecting with his leading motives and manifesting itself as the abilities to productive changes. Identifying the close relationship between emotional intelligence and creativity will allow the HR manager to select the most optimal staff in terms of integral features.

Key words: emotional intelligence, creativity, creative thinking, innovativeness, innovations.

JEL Classification: M12

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-62-12>

Постановка проблеми. Управління персоналом на основі дослідження психологічних та поведінкових особливостей на сьогодні є трендом сучасного менеджменту. Працівник – це основний фактор формування цілей розвитку бізнесу, стратегії та тактики управління; зважаючи на таке твердження, аналіз взаємовпливу та взаємозв'язку емоційного інтелекту та креативності є завданням, актуальним для сучасного менеджменту.

Аналіз досліджень та постановка завдання. Вивчення категорій “креативність” та “емоційний інтелект” активізувалося в останні десятиліття, але формування дефініцій бере свій початок на початку ХХ століття. Провідними дослідниками концепції емоційного інтелекту були: Д. Гоулман, П. Селовей, Дж. Мейер, Д. Карузо, Г. Гарднер, Р. Бар-Он, С. Хейн, Р. Купер, А. Саваф, Х. Вайсбах, У. Дакс, К. Кеннон, Дж. Готтман та ін. Вивченню та аналізу категорії “креативність” присвятили свої роботи Дж. Гілфорд, К. Тейлор, Г. Грубер, Е де Боно, Я. Пономарьов, Е. Торренс, Д. Векслер, Р. Уайсберг, Г. Айзенк, Л. Термен, Р. Стенберг, А. Танненбаум, А. Олох, Д. Богоявленська, А. Маслоу тощо. Кожен із дослідників виявляв ознаки та характеристики, які в тій чи іншій мірі пов'язували креативне мислення з рівнем інтелекту індивіда.

Постановка завдання. Основними завданнями дослідження є вияв високого ступеня кореляції між поняттями “емоційний інтелект” та “креативність” з метою формування ефективної організації з інноваційним спрямуванням.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні визначається високим рівнем уваги до формування та застосування емоційного інтелекту особистості при реалізації процесу прийняття рішень як в особистій, так і у професійній сферах.

Саме поняття “емоційний інтелект” визначається як сукупність не тільки інтелектуальних можливостей людини, але і її здатності до емпатії, до контролю і врахування своїх власних дій ті дій оточуючих. Отже, можемо сказати, що це інтегральна характеристика суб'єктивного та об'єктивного сприйняття зовнішнього та внутрішнього “себе”.

Вперше поняття емоційного інтелекту описали наприкінці ХХ століття Джон Меєр та Пітер

Селовей. В процесі дослідження висувалися різні гіпотези щодо ролі емоційного інтелекту в формуванні навиків, досвіду та перспектив індивіда. Емі Чан та Пітер Капуті виявили пряму залежність між рівнем EQ та рівнем задоволення від отримуваних благ. А Тревіс Бредбері побачив залежність між зростанням рівня EQ та просуванням про службовій драбині, але така залежність існує при досягненні середньої ланки управління. Парадокс EQ-вища ланка управління визначається кількістю та масштабом впливу факторів середовища на індивіда. Кожна з цих гіпотез має право на існування за інших рівних умов, тобто без врахування всієї множини зовнішніх та внутрішніх факторів [1].

Наявність можливостей врахування дій інших робить емоційний інтелект тим фактором, який повинен бути врахований при розвитку креативних навиків та креативної поведінки індивідів. “Креативність” у перекладі з латинської означає “створення з нічого”. Хибним є ототожнення понять “творчість” та “креативність”. Творчість – це створення чогось принципово нового, нерідко того, що має художню цінність. У свою чергу, креативність – це пошук нестандартних та найкращих рішень вирішення проблеми, генерування ідей, які здатні генерувати новий ефект від підприємницької діяльності в цілому та від кожної дії зокрема.

Дослідження дотичності емоційного інтелекту та креативності слід починати з тих економічних шкіл та дослідників, які вивчали ці поняття в їх взаємозв'язку та взаємозалежності; так, ототожнення понять “творчі здібності” та “креативність” і, як результат, формування думки про креативність як властивість, яка не залежить від інтелекту, здійснювали Дж. Гілфорд та Е. Торренс [2].

Дж. Гілфорд стверджував, що спосіб впливу на напрям мислення допомагає обрати варіант рішення у кожній ситуації. Його дослідження дозволили сформуванню кубоподібну модель, векторами якої були:

- матеріали;
- операції;
- результати.

Кожна точка у кубі відповідає за формування однонаправленого логічного (конвергентного) та різнонаправленого (дивергентного) (рис. 1).

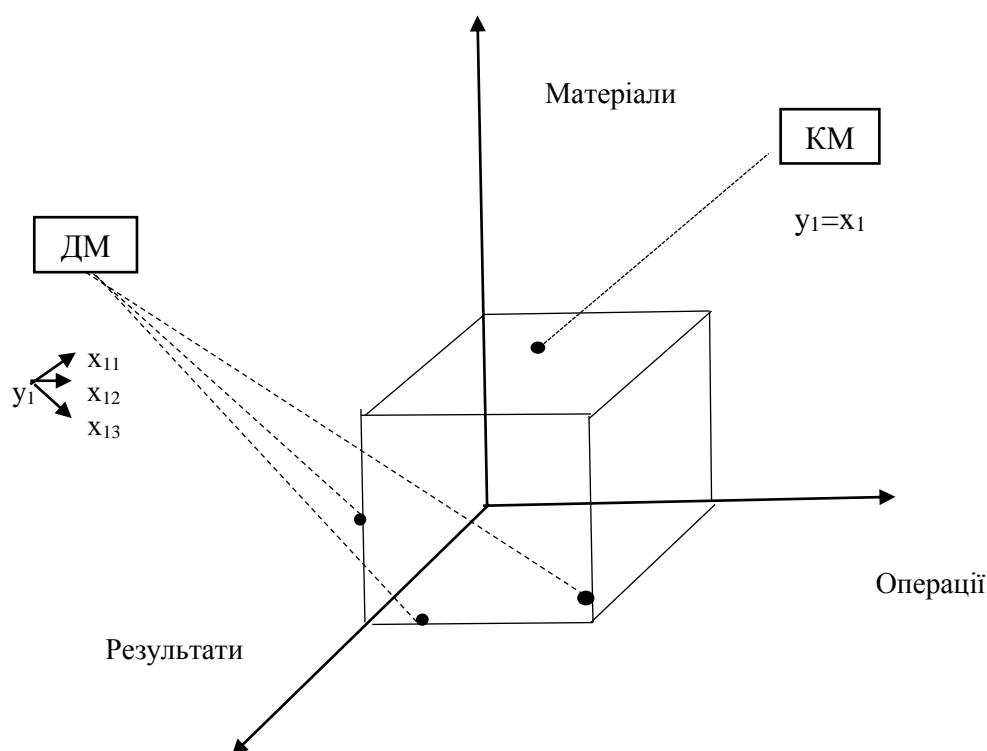


Рис. 1. Кубоподібна модель креативних можливостей Дж. Гілфорда

Конвергентне мислення (КМ) використовується суб'єктом у тому випадку, коли необхідно за обмеженого часу та обмеженої множини альтернатив прийняти єдино правильне рішення ($y_1=x_1, y_2=x_2, \dots, y_n=x_n$), а дивергентне мислення (ДМ) допускає існування необмеженої кількості правильних рішень і, як результат, формування нестандартних, оригінальних ідей. Дж. Гілфорд зазначав, що креативність як природний творчий потенціал людини визначена генетично.

П. Торренс переконував, що креативність генерується при настанні несприятливих умов прийняття рішень, структурних зрушеннях та дисгармонії; отже, можна стверджувати, що креативність – це своєрідний інстинкт [3].

Послідовники Дж. Гілфорда М. Волах і Н. Коган вважали, що креативність та інтелект взаємопов'язані не тільки на рівні якостей особистості, але й на рівні цілісного пізнавального процесу [4].

На протипагу Дж. Гілфорду Д. Векслер та Р. Уайсберг відзначали, що креативність особистості є наслідком її високого інтелектуального розвитку, можливостей до самозростання та самовдосконалення. Тобто, перефразовуючи цю тезу в аспекті дослідження, варто зауважити, що креативність прямо корелює з емоційним інтелектом людини і перебуває у прямому причинно-наслідковому зв'язку.

Один із фахівців цілеутворення та визначення ієрархії цінностей А. Маслоу заперечував існування творчих здібностей як особливостей людини. Він стверджував: формування креативної ініціативи здійснюється під впливом мотивації, життєвих цінностей та емоційного стану особистості [5].

Однією з останніх за часом виникнення концепцій креативності є так звана “теорія інвестування”, запропонована Р. Стернбергом і Д. Лавертом [6]. Р. Стернберг вважає, що людина може не реалізувати свій креативний потенціал у двох випадках:

- 1) якщо вона висловлює ідеї передчасно;
- 2) якщо вона не виносить їх на обговорення занадто довго і тоді вони стають очевидними, “застарівають”.

Креативність визначається як інтелектом, стилем мислення та поведінковими особливостями індивіда, так і зовнішніми для нього чинниками: мотивацією, корпоративною культурою тощо.

До рушійних чинників зростання креативності особистості належать:

- 1) синтетична здібність (інноваційний погляд на звичний процес прийняття рішень);
- 2) аналітична здібність (виявлення ідей для подальшої розробки);
- 3) практичні здібності (уміння переконувати інших у цінності ідеї).

Р. Стернберг провів додаткові дослідження для того, щоб виявити роль аналітичних інтелектуальних здібностей у структурі креативності. Вербальний, просторовий і математичний інтелекти вимірювали за допомогою тесту STAT (Stemberg Triarchic Abilities Test).

Е. де Боно в своїх працях зосереджує увагу на суттєвих відмінностях творчості та креативності, визначає “творчість” як те, чого можна навчитися, натомість креативність – інтуїтивна. Реалізація креативних здібностей залежить від інтелектуального потенціалу індивіда, а відтак від рівня реалізації EQ [7].

Згідно з теорією Е. де Боно креативність виникає поступово, із збільшенням знань, її зростання відбувається до певної межі, а потім, із подальшим збільшенням знань, починається падіння, оскільки володіння більшими знаннями приводить до стандартизації ідей. Отже, з одного боку, мислення неможливе без певної інформації про предмет дослідження, але, з іншого боку, абсолютно повна інформація робить мислення непотрібним [8]. Вчений, ототожнюючи творчі здібності і креативність (творчість), увів 1967 року поняття “латеральне мислення” (“нестандартне”, “нелінійне мислення”), яке вже занесене до Оксфордського словника сучасної англійської мови.

Під латеральним мисленням Е. де Боно розуміє процес опрацювання інформації для виходу поза межі звичайного та стереотипного процесу прийняття рішень, формування на базі отриманої та перегрупованої інформації концептуально нових ідей розвитку подій. Отже, основною метою латерального мислення є генерування нових ідей, які в результаті поєднання можливостей окремих особистостей та сильних сторін організації

приведуть до оптимального, можливо, нестандартного, але ефективного варіанта вирішення проблеми.

Психоаналітичний підхід до вивчення креативності можна вважати найбільш раннім із основних наукотворчих підходів ХХ століття (З. Фрейд, П. Вернон, Е. Кріс, Л. Кубі тощо).

Психоаналітичні роботи з дослідження креативності вказують на важливість як первинного (неусвідомленого проникнення у свідомість), так і вторинного (уважного аналізу інформації у свідомості) процесів. Поза сумнівом залишається той факт, що психоаналітичний підхід запропонував глибоке розуміння окремих аспектів креативності; але психоаналіз, починаючи з 50-х років, не займає центральне місце у науковій психології, більшість ідей, що запропоновані в його межах, ніколи не були розвинуті.

Узагальнюючи вищесказане, варто розглянути визначення поняття “креативність” та “емоційний інтелект” у дослідженнях інших науковців, які описані у табл. 1.

Таблиця 1

Дефініції понять “креативність” та “емоційний інтелект”

№ з/п	Автор	Визначення	Автор	Визначення
1	А. Матвеев [9]	Креативність – це здатність людини до нестандартного, оригінального мислення й поведінки, що має творчий, конструктивний характер	Дж. Мейер, П. Селовей	Емоційний інтелект - підмножинність соціального інтелекту, яка включає в себе здібність контролювати свої емоції та емоції інших людей, розрізняти їх і використовувати отриману інформацію для управління мисленням і діями інших людей
2	Г. Коджа-спирова [10]	Креативність – це функція цілісної особистості, залежна від цілого комплексу її психологічних характеристик	Д. Гоулман	Емоційний інтелект - здібність людини тлумачити власні емоції та емоції оточуючих для того, щоб використати отриману інформацію для реалізації власних цілей
3	А. Долматов, В. Дружинін [11]	Креативність є загальною здатністю до творчості, що характеризує особистість у цілому, проявляється в різних сферах її активності й розглядається як відносно незалежний фактор обдарованості	Р. Бар-Он	Емоційний інтелект - це сукупність найрізноманітніших здібностей, які забезпечують можливість людині успішно діяти в будь-яких ситуаціях [12]
4	А. Маслоу [5]	Креативність – це, насамперед, здатність приймати блискавичні, творчі рішення	Е. Торндайк	Емоційний інтелект – це здатність розуміти людей, уміння поводитися з людьми і розумно діяти у відносинах з людьми
5	Д. Чернилевський [13]	Креативність – це здатність індивіда створювати нові поняття й формувати нові навички, тобто здатність до творчості	Г. Оллпорт	Емоційний інтелект - “особливий соціальний дар”, що забезпечує гладкість у відносинах з людьми, продуктом якого є соціальне пристосування, а не глибина розуміння [14]

Більшість визначень базується на твердженні: креативність є здатністю до формування навичок, прийняття таких рішень, що дозволять індивіду не тільки реалізувати свій рівень інтелекту в практичному вимірі, але й задовольнити найвищий рівень потреб, що визначається самовдосконаленням та саморозвитком. А у визначеннях емоційного інтелекту передусе соціальна взаємодія та взаємодія особистостей.

Центральною в процесі креативної діяльності індивідів є стадія пошуку чи креативного мислення. Креативне мислення – це комбінація особистих властивостей і особливостей характеру, якими ми володіємо для обробки інформації, що надходить із зовнішнього середовища.

Поняття креативного мислення охоплює як методику та інструменти, які використовуються при прийнятті рішень про створення об'єктів інтелектуальної власності, так і підсумок або досягнутий результат. Саме на цій стадії реалізується первинний задум. Основними етапами цієї стадії вважаються: генерування ідей; визначення принципів вирішення проблеми; виявлення позитивних та негативних ефектів, що можуть супроводжувати використання різних принципів вирішення проблеми, аналіз різних варіантів такого розв'язування і вибір найоптимальніших із них [15].

Отже, креативність – це інтелектуальна складова індивіда, яка характеризує готовність до прийняття і створення принципово нових ідей, що відхиляються від традиційних або прийнятих схем мислення, входять в структуру обдарованості як незалежний чинник та враховують поведінку інших індивідів у момент прийняття рішень.

Креативність є властивістю, що актуалізується лише тоді, коли це дозволяє оточуюче середовище. Таку властивість можна розглядати як ту, що формується за принципом: “якщо..., то...”. Середовище, в якому креативність могла б актуалізуватися, має високий ступінь невизначеності і потенційної багатоваріативності (багатство можливостей). Невизначеність стимулює пошук власних орієнтирів, багатоваріативність забезпечує можливість їх накопичення (табл. 2).

Для розвитку креативного мислення Д. Гоулман описав такі компетенції емоційного інтелекту:

- самосвідомість, тобто розуміння власних емоцій;
- самоконтроль, тобто управління власними емоціями;
- соціальне розуміння, тобто розуміння емоцій інших людей;
- управління взаємовідносинами, тобто управління емоціями інших людей [3].

Емоційна та емпатична складові емоційного інтелекту є тими компонентами, які забезпечують досягнення значних синергічних ефектів у професійній діяльності та особистій сфері. Їх розвиток залежить від здатності індивіда усвідомлювати, виявляти та розуміти причини їх виникнення та уміти на них реагувати, не створюючи міжособистісних та внутрішньоособистісних конфліктів. При цьому варто застосовувати ненасильницьку комунікацію, що базується на почуттях, на особистісних станах іншої людини у діалозі. Інструментарієм реалізації такої комунікації є реалізація схеми: факт (подія, дія) – почуття (спрямовані на іншу особу) – потреби (обґрунтування очікувань) – прохання (спонукання до конкретних дій) – врахування позиції співрозмовника.

Техніка емпатії складається з процесу генерації ідей, базованих на спостереженні за користувачами існуючих продуктів чи послуг, або просто спостереженні за поведінкою людей в тій чи іншій сфері роботи, і виявлення, які продукти або послуги спрямовані на покращення рівня задоволення їх потреб.

Порівняльна характеристика табличних даних дозволяє припустити, що у більшості випадків особи, що мають високий рівень емоційного інтелекту, є носіями креативного мислення. Якщо припущення правильне, то, зважаючи на високий рівень кореляції між цими поняттями, варто додати у співвідношення таку характеристику, як інноваційність. Взаємозв'язок між цими поняттями набуває вигляду: високий рівень EQ – креативне мислення – інноваційність.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика ознак індивідів із високим рівнем EQ та високим рівнем креативності

Ознаки індивідів із високим рівнем емоційного інтелекту (EQ)	Ознаки індивідів із високим рівнем креативності
<ul style="list-style-type: none"> - не бояться змін, усвідомлюють, що зміни — це частина життя, і готові бути гнучкими; - можуть назвати свої сильні сторони та зони росту, точно знають, над чим варто працювати і що розвивати, а також, яким чином це робити; - вміють проявляти емпатію, розуміти почуття інших та реагувати на них; - шукають та знаходять баланс у професійному та особистому житті; - відкриті до нового, люблять досліджувати та цікавитися новинками. 	<ul style="list-style-type: none"> - створюють нове з існуючого; - вирішують проблеми абсолютно новим неординарним способом; - відмовляються від стереотипного мислення (гнучкість і оригінальність) - схильні до аналізу і синтезу; - володіють здатністю інтуїтивно відчувати правильний напрямок думки (вміння генерувати велику кількість ідей); - володіють здатністю до нового незвичного бачення проблеми або ситуації [16]

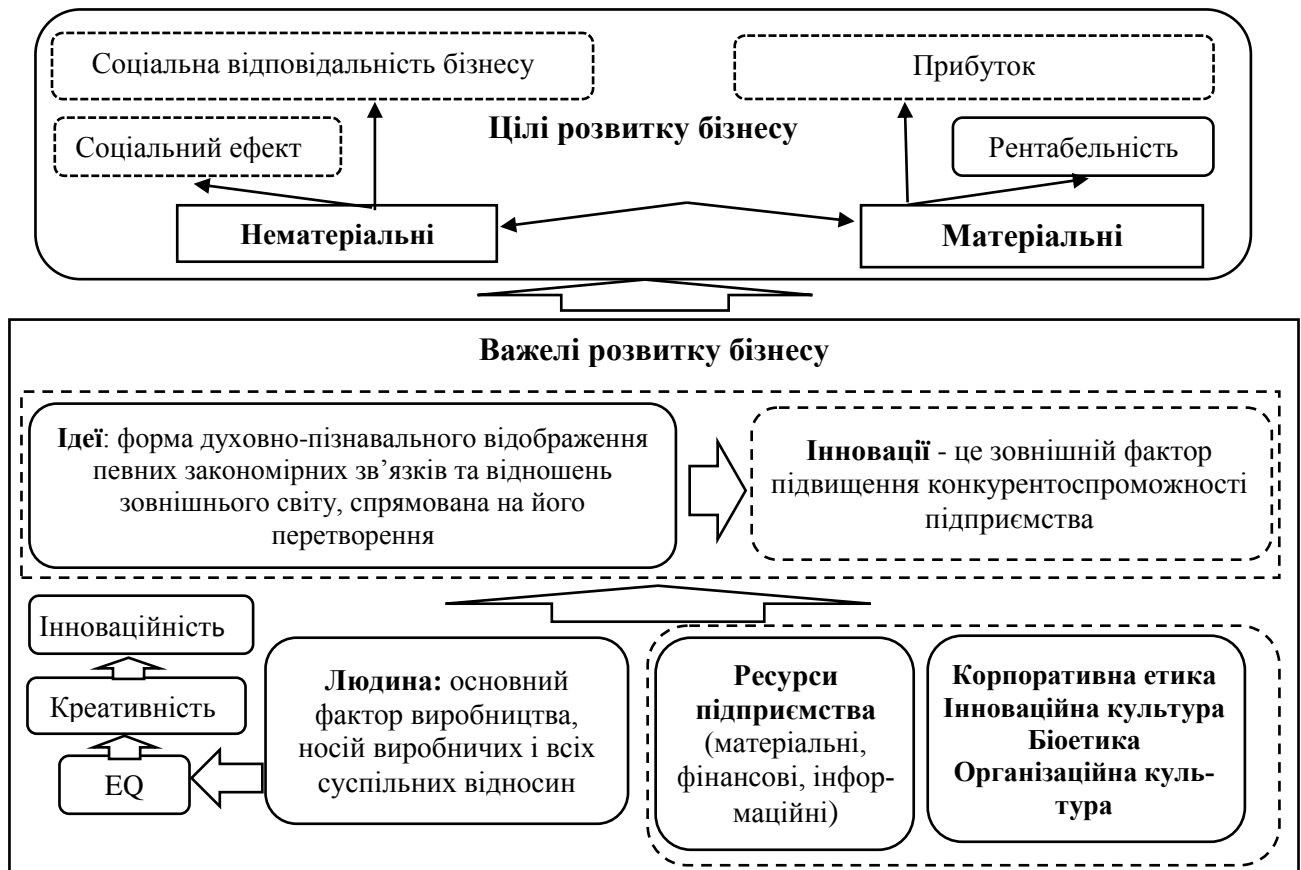


Рис. 2. Структура організації з інноваційним спрямуванням

Джерело: сформовано автором

Відкритість до інновацій, схильність до виправданого ризику робить осіб із високим рівнем емоційного інтелекту основою організації інноваційного спрямування (рис. 2).

Фундаментальною ціллю реалізації бізнесу є економічне зростання (галузі – регіону – національної економіки – світового економічного простору), що забезпечується поєднанням досягнення нематеріальних (соціальних) цілей та матеріальних (комерційних) цілей. Важелем розвитку інноваційної бізнес-структури в сучасному соціально-економічному просторі є мережева система процесу генерації інноваційних ідей працівниками з високим рівнем емоційного інтелекту.

Креативний менеджер у компанії інноваційного спрямування несе відповідальність за весь комплекс творчих завдань, здатний ставити значні нові суспільно корисні цілі, володіє технікою виконання творчих завдань, відстоює свої цілі і витримує критику прихильників “традиційних” рішень при досягненні очікуваного результату.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, поняття креативності фіксує сукупність тих особливостей психіки та інтелекту, які забезпечують продуктивні перетворення в діяльності особистості, розвиваючись, з’єднуючись із її провідними мотивами і виявляючись як здатність до продуктивних змін. Виявлення тісного взаємозв’язку між емоційним

інтелектом та креативністю дасть змогу кадровому менеджеру за інтегральними ознаками здійснити відбір найоптимальнішого за складом персоналу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Яблонська Х. Як прокачати емоційний інтелект, щоб спілкуватися з колегами результативно [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/how-to-develop-eq/>.
2. Guilford J. P. Intellectual factors in productive thinking / J. P. Guilford // Productive thinking in education. – The National Education Association, 1968. – P. 5-21.
3. Ярошинська О. Креативність як провідний принцип освітнього середовища у вищому навчальному закладі / О. Ярошинська // Проблеми підготовки сучасного вчителя. – 2010. – № 1. – С. 113-119.
4. Павленко В. В. Креативність: сутнісна характеристика поняття / В. В. Павленко / Павленко В. В. // Креативна педагогіка : [наук.-метод. журнал] / Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки “Полісся”. – Житомир, 2016. – Вип. 11. – С. 120-131.
5. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – [3-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 352 с.

6. Симоненко С. М. Особливості впливу індивідуально-психологічних властивостей на творчу діяльність особистості / С. М. Симоненко, О. М. Чебан // Наука і освіта. – 2013. – № 7. – С. 270-277.

7. Сурмяк Ю. Р. Розвиток креативності учнів у навчально-виховному процесі / Ю. Р. Сурмяк, Л. Г. Кудрик // Науковий вісник Державного університету внутрішніх справ. – 2017. – № 1. – С. 109-115.

8. Новікова О. В. Проблема розвитку творчого мислення в системі Едварда де Бона : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.01 / О. В. Новікова; АПН України, Інститут психології ім. Г.С. Костюка. – К., 2008. – 20 с.

9. Барышева Т. А. Теоретические и методические аспекты проектирования электронно-коммуникативных технологий как средства развития креативных свойств личности / Барышева Т. А. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2004. – Т. 4. – № 9.

10. Коджаспирова Г. М. Словарь по педагогике (междисциплинарный) / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. - М. : ИКЦ “МарТ”, 2005. – 254 с.

11. Полякова І. В. Змістовий аспект поняття “креативність” у контексті підготовки майбутнього вчителя [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum. – Т. 20.

12. Ракітянська Л. Сутність та зміст поняття “емоційний інтелект” / Л. Ракітянська // Педагогічний процес: теорія і практика (Серія Педагогіка). – 2018. – № 4 (63). – С. 35-42.

13. Чернилевский Д. В. Креативная педагогика и психология : [учеб. пособие для вузов] / Д. В. Чернилевский, А. В. Морозов. – М. : МГТА, 2001. – С. 66.

14. Савчук М. Р. Теоретичні основи дослідження емоційного інтелекту / Електронний журнал “Ефективна економіка”. – 2017. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5608>.

15. Кліпкова О. І. Комерціалізація об’єктів інтелектуальної власності креативних індустрій інноваційних систем розвитку : моногр. / В. І. Куцик, О. І. Кліпкова. – Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. – 268 с.

16. <http://lzdu.zosh.zt.ua/kreatyvnyist-golovna-yakist-lyudyny-v-21-stolitti/>.

REFERENCES

1. Yablons'ka Kh. Yak prokachaty emotsiynij intelekt, schob spilkuvatysia z kolehamy rezul'tatyvno, available at: <https://dou.ua/lenta/articles/how-to-develop-eq/>.

2. Guilford, J. P. (1968), Intellectual factors in productive thinking, *Productive thinking in education*, The National Education Association, p. 5-21.

3. Yaroshyn'ska O. (2010), Kreatyvnyist' iak providnyj pryntsyyp osviti'noho seredovyscha u vyschomu navchal'nomu zakladi, *Problemy pidhotovky suchasnoho vchytelia*, № 1, s. 113-119.

4. Pavlenko, V. V. (2016), Kreatyvnyist': sutnisna kharakterystyka poniattia, *Kreatyvna pedahohika* : [nauk.-metod. zhurnal], Akademiia mizhnarodnoho spivrobotnytstva z kreatyvnoi pedahohiky “Polissia”, Zhytomyr, vyp. 11, s. 120-131.

5. Maslou A. (2006), *Motyvatysia y lychnost'*, 3 nd ed, Pyter, SPb., 352 s.

6. Symonenko, S. M. and Cheban, O. M. (2013), Osoblyvosti vplyvu individual'no-psykholohichnykh vlastyvostej na tvorchu diial'nist' osobystosti, *Nauka i osvita*, № 7, s. 270-277.

7. Surmiak, Yu. R. and Kudryk, L. H. (2017), Rozvytok kreatyvnosti uchniv u navchal'no-vykhovnomu protsesi, *Naukovyj visnyk Derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav*, № 1, s. 109-115.

8. Novikova, O. V. (2008), Problema rozvytku tvorchoho myslennia v systemi Edvarda de Bono : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. psykhol. nauk : spets. 19.00.01 ; APN Ukrainy, Instytut psykholohii im. H.S. Kostiuka, K., 20 s.

9. Barysheva, T. A. (2004), Teoretycheskye y metodycheskye aspekty proektyrovanyia elektronno-kommunikatyvnykh tekhnolohiy kak sredstva razvytia kreatyvnykh svojstv lychnosti, *Yzvestyia Rossyiskoho hosudarstvennoho pedahohycheskoho unyversyteta im. A.Y. Hertseny*, Т. 4, № 9.

10. Kodzhaspyrova, H. M. and Kodzhaspyrov, A. Yu. (2005), Slovar' po pedahohyke (mezhdystryplynarnyj), YKTs “MarT”, M., 254 s.

11. Poliakova, I. V. Zmistovyj aspekt poniattia “kreatyvnyist'” u konteksti pidhotovky majbutn'oho vchytelia, available at: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum. – Т. 20.

12. Rakitians'ka L. (2018), Sutnist' ta zmist poniattia “emotsiynij intelekt”, *Pedahohichnyj protses: teoriia i praktyka* (Serii Pedahohika), № 4 (63), s. 35-42.

13. Chernylevskiy, D. V. and Morozov, A. V. (2001), Kreatyvnaia pedahohyka y psykholohyia : [ucheb. posobyie dlia vuzov], MHTA, M., s. 66.

14. Savchuk, M. R. (2017), Teoretychni osnovy doslidzhennia emotsiynoho intelektu, *Elektronnyj zhurnal “Efektyvna ekonomika”*, № 5, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5608>.

15. Klipkova, O. I. and Kutsyk, V. I. (2017), Komertsializatsiia ob'ektiv intelektual'noi vlasnosti kreatyvnykh industrij innovatsiynnykh system rozvytku : monohr., Vyd-vo L'viv'skoho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu, L'viv, 268 s.

16. <http://lzdu.zosh.zt.ua/kreatyvnyist-golovna-yakist-lyudyny-v-21-stolitti/>.

Стаття надійшла до редакції 22 листопада 2020 р.