

**Секція 6**  
**Інновації у підготовці фахівців**  
**для текстильної та фешн індустрії**

КОЛОДЯЖНА А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну,  
Україна

**КРЕАТИВНІСТЬ У ГРУПАХ З РІЗНИМ**  
**СПРЯМУВАННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Мета.* Теоретично обґрунтувати та емпірично дослідити залежність вираженості креативності від спрямування на діяльність.

*Ключові слова:* творче мислення, креативність, спрямування діяльності

*Постановка завдання.* Креативність є провідною властивістю особистості, яка набуває здатності вирішувати завдання, пов'язані з створенням практично значимих образів та об'єктів, відповідно до спрямування професійної діяльності.

*Методи досліджень.* З метою вирішення поставлених дослідницьких завдань в роботі використані емпіричні методи, а саме: метод психолого-діагностичного обстеження; методи математико-статистичного аналізу даних – метод порівняльного аналізу отриманих результатів, метод математичної статистики (середні показники, непараметричний критерій Q-Розенбаума).

*Результати досліджень.* Було зроблено припущення про те, що в групі з дизайнерським спрямуванням діяльності рівень вираженості креативності перевищує рівень її вираженості у групі з економічним спрямуванням. Для цього були розглянуті окремі характеристики творчих властивостей особистості за методикою Н.Ф.Вишнякової. Дослідження показало, що дизайнери мають вищі середні показники творчих властивостей за окремими шкалами методики. Причому, переважання показників простежується майже за всіма шкалами методики, окрім шкали «почуття гумору». Це надає підстави для висунування гіпотези, що досліджувані з дизайнерським спрямуванням діяльності перевершують особистостей, які мають економічне спрямування за рівнем вираженості творчих властивостей.

Для підтвердження гіпотези використовувався непараметричний критерій Q-Розенбаума. Було розглянуто рівень статистичної значимості у групах, які порівнюються, окремо за шкалами, що відображають творчі властивості особистості. Обчислення представлені у табл 1.

*Таблиця 1 Оцінка достовірності показників творчих властивостей особистості (за методикою Н.Ф.Вишнякової)*

Творчі властивості особистості	Показники			
	S <sub>1</sub>	S <sub>2</sub>	Q <sub>емп</sub>	p (рівень достовірності)
Творче мислення	10	0	10	0,01
Допитливість	3	0	3	–
Оригінальність	8	0	8	0,05
Уява	2	0	2	–
Інтуїція	1	0	1	–
Емпатійність	3	0	3	–
Почуття гумору	1	2	3	–
Творче ставлення до професії	10	9	19	0,01

Як видно з табл. 1, показники за шкалами «Творче мислення» ( $Q_{емп} = 10$ ;  $p \leq 0,01$ ), «Оригінальність» ( $Q_{емп} = 8$ ;  $p \leq 0,05$ ) та «Творче ставлення до професії» ( $Q_{емп} = 19$ ;  $p < 0,01$ ) мають більш високу вираженість у групі дизайнерів. Інтерпретуючи отримані дані, можна стверджувати, що дизайнерів відрізняє вміння аналізувати, інтегрувати та синтезувати інформацію, альтернативність у підходах до вирішення завдань, дослідницька, творча активність, здатність висувати нові, несподівані ідеї, які відрізняються від широковідомих, відповідати на подразники нестандартним способом. Характерним для них є бажання займатися діяльністю через інтерес, коли вона стимулюється не почуттям обов'язку, не прагненням здобути винагороду, а насамперед – самою діяльністю. За іншими шкалами не були отримані статистично підтвержені різниці.

**Висновок.** Результати дослідження надали можливість виявити відмінність рівня креативності в зазначених групах та підтвердити гіпотезу про те, що у групі з дизайнерським спрямуванням діяльності рівень креативності, як формально-динамічний показник творчих проявів, перевищує рівень креативності у групі з економічним спрямуванням.

### Література

1. Творчість і індивідуалізація особистості / А.В. Колодяжна //Матеріали XXXIX Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. – Переяслав-Хмельницький, 2018. – Вип. 39. – 665 с. – С. 314-317