**Пятак Н.М.**

**ОСОБЛИВОСТІ КРЕАТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ-ДИЗАЙНЕРІВ**

В умовах жорсткої конкурентності однією з вимог роботодавця до дизайнера, поряд з професійною освітою, є володіння такою професійною компетентністю як креативність. Дослідження у різних сферах психологічної науки дали змогу визначити креативність як складне, багатокомпонентне психологічне явище. Перспективною тенденцією сьогодні є пошук способів дослідження креативності як особливої психічної реальності, встановлення зв’язків між факторами, які впливають на креативність.

На основі аналізу літератури (Д. Б. Богоявленська, О. В. Брушлинський,В. М. Дружинін, Є. П. Ільїн, В. О. Моляко, Я. О. Пономарьов, С. Л. Рубінштейн та ін.)виникло припущення, що креативність особистості буде проявлятися в різних сферах психічної діяльності і буде взаємопов'язана з типом мислення, рівнями і вербальної та невербальної креативності.

Для вирішення поставлених завдань з вивчення особливостей креативності була розроблена наступна діагностична програма, представлена стандартизованими методиками: діагностика невербальної креативності (Е. Торренса, адаптовано А. Н.Вороніним, 1994), діагностика вербальної креативності (С. Мєднік, адаптовано А. Н.Вороніним, 1994), методика визначення особливостей творчої особистості «Діагностика особистісної креативності (Е. Е. Тунік)», методика визначення типів мислення і рівня креативності ( Дж. Брунер),

У дослідженні взяли участь 30 студентів факультету дизайну 1-4 курсів.

За результатами дослідження отримали результати,зв'язок величин, сила зв'язку та їх залежність охарактеризована коефіцієнтом кореляції r-Пірсона. Виявили статистично достовірну позитивну кореляцію між *показниками креативності* за методикою О. Є.Тунік та рівнем *образного мислення*, а саме з *допитливістю*, з *уявою*, *потягом до ризику, складністю* та *креативністю* (r ≥ 0,671, p < 0,001). Також виявлений статистично достовірний позитивний зв'язок між *креативністю* за тестом Дж. Брунера та *рівнем образного мислення* (r = 0,63, p < 0,001), а також «*кодом оригінальності*» (r = 0,594, p < 0,001) та *«кодом унікальності»* (r = 0,368, p < 0,05) (Мєднік), та показником *«абстрактність назви»*(Торенса) (r = 0,484, p < 0,01). Також показник вербальної креативності *«абстрактність назви»,* що виражає здатність виділяти головне, здатність розуміти суть проблеми, передати її, виразити почуття або філософію, достовірно корелює з *допитливістю* та *уявою,* (r = 0,364, p< 0,05; r = 0,355, p < 0,1), рівнем *образного мислення* (r = 0,466, p < 0,02) та *«розробленістю»*(r = 0,365, p < 0,02) (Торенс). В той же час *«розробленість»* достовірно позитивно корелює також з показником *«опір замиканню»* (r = 0,379, p < 0,02) та показниками вербальної креативності *«індексом оригінальності»* та *«індексом унікальності»* (r = 0,407, r = 0,427, p <0,02)*.*

Таким чином в нашому експерименті ми підтвердили припущення, що саме ці особливості креативності стають передумовою здатності бачити об'єкт під різними кутами зору та розширяючи поле зору, відкривати нові зв'язки, образи. Тож ці особливості у поєднанні з високим рівнем образного мислення обумовлюють високий рівень креативностi.