

УДК: 159.923

© Шевченко Н.Ф., Желтова М.О., 2015 р.

orcid.org/0000-0002-5297-6588

orcid.org/0000-0002-1267-6476

Н.Ф. Шевченко, М.О. Желтова
Національний університет,
м. Запоріжжя

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ КРЕАТИВНОСТІ ЯК ВАЖЛИВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ЯКОСТІ МАЙБУТНЬОГО ТЕХНОЛОГА ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

У статті висвітлено результати психологічного аналізу креативності як важливої професійної якості майбутнього технолога громадського харчування. Обґрунтовано важливість креативності для фахівців у галузі громадського харчування. Розглянуто різницю між поняттями «творчі здібності» та «креативність». Здійснений аналіз вітчизняних та зарубіжних концепцій креативності. Креативність розглядається як здатність творити, здатність до творчих актів, що ведуть до нового, незвичайного бачення проблеми чи ситуації. Виділено підходи до розуміння креативності як продукту діяльності; процесу впливу зовнішніх умов; творчого процесу; якості особистості. Показано сучасний стан розробленості означеної проблеми та перспективи її вирішення.

Ключові слова: креативність, творчість, обдарованість, творчі здібності, творчий потенціал, креативна особистість, дивергентне мислення, технолог громадського харчування.

Н.Ф. Шевченко, М.А. Желтова ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КРЕАТИВНОСТИ КАК ВАЖНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО КАЧЕСТВА БУДУЩЕГО ТЕХНО- ЛОГА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В статье представлены результаты психологического анализа креативности как важного профессионального качества будущего технолога общественного питания. Обоснована необходимость креативности для специалистов в области общественного питания. Рассмотрены различия между категориями «творческие способности» и «креативность». Проанализированы отечественные и зарубежные концепции креативности. Креативность рассматривается как способность к творчеству, способность к творческим актам, ведущим к новому, необычному видению проблемы или ситуации. Выделены подходы к пониманию креативности как продукта деятельности; процесса влияния внешних условий; творческого процесса; качества личности. Показано современное состояние исследованности этой проблемы и перспективы ее решения.

Ключевые слова: креативность, творчество, одаренность, творческие способности, творческий потенциал, креативная личность, дивергентное мышление, технолог общественного питания.

N.F. Shevchenko, M.O. Zheltova

PSYCHOLOGICAL ANALYSIS OF CREATIVITY AS AN IMPORTANT PROFESSIONAL QUALITY OF A FUTURE CATERING TECHNOLOGIST

The article highlights the psychological analysis's results of creativity as an important quality of a future technologist in catering sphere. The importance of creativity for catering experts has been substantiated. There has been considered the difference between the concepts of "creative abilities" and "creativity". The analysis of domestic and foreign concepts of creativity has been made. Creativity is seen as the ability to create, the ability for creative acts that lead to new and unusual vision of problems or situations. Different approaches to understand creativity as a product of activity; as a process of external conditions' influence; as a creative process; as a quality of a personality have been singled out. There has been shown the elaborated current state of this problem and prospects for its solution.

Keywords: creativity, creative activity, endowments, creative abilities, creative potential, creative personality, divergent thinking, catering technologist.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Проблема формування креативних здібностей майбутніх технологів харчової промисловості є складною та актуальною задачею психології та цілого ряду наукових дисциплін, що певним чином пов'язані з людиною: філософією, історією, біологією, соціологією, економікою тощо. Сьогодні в Україні відбуваються кардинальні зміни, суттєвих перетворень, в умовах фінансово-економічної кризи, зазнав і ресторанний бізнес, – високий рівень конкурентності, дефіцит певних продуктів, непроста демографічна ситуація та спад інтересу у споживачів. Все це, привело до усвідомлення необхідності креативного підходу і пошуку нестандартних рішень для отримання максимального прибутку та виживання в умовах жорсткої конкуренції. Розв'язання непростих задач, що постали перед ресторанним бізнесом, значною мірою залежить від технологів громадського харчування. Незважаючи на широкий спектр досліджень креативних здібностей, у психолого-педагогічній літературі майже не приділяється увага вивченню особливостей формування креативних здібностей майбутніх технологів громадського харчування у процесі фахової підготовки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання проблеми. Існує чотири основні підходи до розуміння креативності. В рамках першого підходу, креативність є продуктом творчої діяльності (Т. Амабайл, Ф. Баррон, Р. Вайсберг, Х. Грубер, Х. Гарднер, В. Дружинін, Ф. Джаксон і С. Мессік, К. Тейлор, П. Торранс, Д. Фельдман та ін.). Другий підхід розуміє креативність як процес впливу зовнішніх умов (С. Бірюков, А. Воронін, Е. Григоренко, В. Дружинін, Т. Тихомирова, Д. Ушаков). Представники наступного підходу вважають,

що креативність – це повністю творчий процес (Ф. Баррон, О. Губенко, Д. Дьюї, В. Козленко, П. Ленглі та Р. Джонс, В. Моляко, Я. Пономарьов, П. Торранс, З. Фрейд, Дж. Уоллес). Четвертий підхід акцентує увагу на вивченні особистості творця: залежність творчості від інтелекту (Г. Айзенк, Д. Векслер); від індивідуальних рис особистості (Г. Альтшуллер, І. Павлов, Р. Стернберг, К. Юнг); дослідження «Я» у зв'язку з креативністю (Г. Айзенк, Ф. Баррон, Х. Гоу, Р. Кеттелл); креативність як важлива характеристика самоактуалізації (А. Маслоу, К. Роджерс).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується означена стаття. В останні роки відмічається поява нового погляду на проблему креативності (В. Моляко, О. Тунік, М. Холодна, Х. Гейвін, Т. Барішева та Ю. Жигалов). Разом із тим, значній кількості ідей у рамках окремих теоретичних підходів не приділяється належної наукової уваги. Перспективною тенденцією є розробка психолого-педагогічної програми, що спрямована на формування та розвиток креативності майбутніх технологів харчової промисловості.

Метою статті є висвітлення результатів психологічного аналізу креативності як важливої професійної якості майбутнього технолога громадського харчування.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. Досліджуючи проблему особливостей формування креативних здібностей майбутніх технологів громадського харчування, необхідним є обґрунтування актуальності цієї теми саме для технологів громадського харчування. Відомим є той факт, що технологи громадського харчування мають чітко дотримуватись технології виробництва, а це означає, що формуванню їхніх креативних здібностей не приділяється належної уваги. З іншого боку, сучасна соціально-економічна ситуація вимагає від технолога громадського харчування нестандартних рішень та креативних технологій. Важливим етапом дослідження є розуміння сутності понять «творчість» та «креативність», а також «творчі здібності» та «креативні здібності», як співвідносяться ці явища та чи існує між ними різниця? Відповіді на ці питання можна отримати лише після теоретичного аналізу зарубіжних та вітчизняних концепцій креативності.

За оцінками дієтологів, людина кожен місяць вживає більше 100 різноманітних продуктів, виробництво яких суворо контролюється, а відповідає за це технолог громадського харчування. Професія технолога громадського харчування з'явилась давно, а назва цієї професії порівняно нещодавно. Перші записи кулінарних рецептів з'являються в письмових пам'ятках Вавилону, Єгипту, Китаю. Своїм кулінарним мистецтвом у добу Середньовіччя прославилась Франція. У XVIII столітті кулінарія як наука

виникла у Росії. З цією подією пов'язана поява підприємств харчування поза місцем проживання: корчми, трактири. Саме в цей час з'являються люди, які управляють закладом харчування та стежать за приготуванням їжі. Сьогодні, у зв'язку з наявністю великої кількості різних підприємств громадського харчування, ця професія не тільки не втрачає своєї актуальності, а й набирає популярності. Технолог громадського харчування – це фахівець, який розробляє, виготовляє, реалізує та контролює якості кулінарної і кондитерської продукції, обслуговує споживачів і надає послуги як технолога на підприємствах громадського харчування. До компетенцій спеціаліста входить широке коло завдань: систематизація напрямків розвитку сучасної кулінарії; кулінарна обробка продуктів; розрахування потреби у сировині, інвестиціях та придбанні ресурсів; впровадження нових, наукового обґрунтованих технологій; вдосконалення виробничої програми; розширення видів послуг; формування меню та його дизайну; розробка нових страв. Багатогранний спектр професійних завдань та обов'язків технолога громадського харчування визначили перелік особистісних якостей, без яких робочий процес є неможливим: здатність аналізувати та прогнозувати; гарний нюх і смакова чутливість; вміння концентруватися і розподіляти увагу; високий рівень розвитку оперативної та довготривалої пам'яті; дисциплінованість, акуратність; рухливість пальців рук, досконала зорово-рухова координація; репродуктивна уява; естетичний смак, креативні здібності; емоційна врівноваженість, комунікабельність [16].

Аналізуючи особливості діяльності технолога громадського харчування та враховуючи особистісні якості фахівця, без яких неможлива професійна діяльність, виникає суперечлива ситуація: з одного боку технолог громадського харчування має суворо дотримуватись технології виробництва, а з іншого – проявляти креативні здібності, а значить створювати щось принципово нове.

Беручи до уваги соціально-економічну ситуацію в Україні та аналізуючи професійну діяльність технологів громадського харчування, можна говорити про те, що в цій сфері відбулися різкі зміни. Якщо у Радянські часи існував готовий збірник рецептів для кожної галузі харчового виробництва та був затверджений у контролюючій організації, фабрикам залишалось лише сформулювати асортиментну політику, закупити сировину та найняти технологів, які б контролювали весь процес дотримання технологій. Сьогодні ж ситуація кардинально змінилася: спад інтересу споживачів, дефіцит певних продуктів, жорстка конкуренція – все це вимагає від технолога громадського харчування нових, нестандартних рішень та креативного підходу для розв'язання професійних задач. А тому, саме від креативних здібностей технолога громадського харчування залежить конкурентність та прибуток організації харчування [16].

Проблема розвитку креативності особистості розглянута українськими вченими (В. Клименко, Є. Лузік, О. Потебня, В. Роменець, Л. Шелестова), російськими (Д. Богоявленська, В. Дружинін, О. Лук, С. Максимова, О. Матюшкін, О. Мороз, Є. Ніколаєва, Я. Пономарьов) та зарубіжними (Г. Алдер, Дж. Гілфорд, А. Маслоу, К. Поппер, К. Роджерс, Е. Торренс) педагогами та психологами. Незважаючи на значну кількість досліджень креативності, науковці й сьогодні не можуть дати єдиного визначення цьому феномену. Термін «креативність» (creativity – «творчість, творчі здібності») вперше був використаний в зарубіжній психології і трактували його як природну здібність, що властива більшості людей як у специфічних сферах діяльності, так і в повсякденному житті. У 1922 році Д. Симпсон визначив «креативність» як здатність людини відмовитися від шаблонних та стереотипних способів мислення [8].

В психологічній науці часто ототожнюють поняття «творчість» та «креативність», «творчі здібності» та «креативність», що мають багато спільних рис. У сучасному психологічному словнику, креативність визначається як «здатність творити, здатність до творчих актів, що ведуть до нового, незвичайного бачення проблеми чи ситуації» [18]. Є. Ільїн під креативністю розуміє «здібність до творчості, перетворення інформації та відмова від стереотипних способів мислення» [8]. Е. Фромм інтерпретує креативність як вміння знаходити рішення в нестандартних ситуаціях, націленість на відкриття нового і здатність до глибокого усвідомлення власного досвіду. Таким чином, аналізуючи визначення поняття «креативність», вчені виокремлюють два аспекти: здатність до творчості та нове, нестандартне бачення проблеми [14].

Дефініція «творчість» дослідниками трактується дещо інакше, наприклад словник С. Ожегова визначає цей феномен як «створення нових культурних та матеріальних цінностей», а засновник гуманістичної психології, А. Маслоу, під творчістю розуміє «універсальну функцію особистості, що має на меті самовираження». Таким чином, «творчість» – це діяльнісний процес, що приводить до нового результату, в той час як «креативність» – це властивість особистості, в рамках якої можливий прояв творчої активності [11].

У психології синонімічними за своїм значенням є такі поняття як «креативність» та «творчі здібності», проте Л. Єрмолаєва-Томіна виокремлює декілька відмінностей. Творчі здібності характеризуються як процес і як автоматизована навичка, а це означає, що вони можуть або включатися у певний вид діяльності, або не включатися. Креативність є особистісною якістю, а тому характеризується стійкістю і проявляється у всіх видах діяльності в будь-який момент. Наступна відмінність пов'язана з тим, що природну основу творчих здібностей складають задатки, що виявляються

у сприятливих умовах, а креативність формується за рахунок соціального середовища. Творчий процес базується на роботі несвідомого та підсвідомого, а вирішення проблеми відбувається на підсвідомому рівні. Креативність – це органічне поєднання свідомого та несвідомого, що виявляється у новій формі – надсвідоме. Якщо для творчого процесу характерно проходження певних стадій – підготовка, пошук та виконання, то креативність включає та поєднує всі три функції: ставить проблему, розробляє стратегію та реалізує художній продукт. Остання відмінність між творчими здібностями та креативністю полягає в тому, що як правило, людина може бути творчою в певній сфері діяльності, найчастіше професійній, а креативна особистість охоплює всі сфери діяльності [7].

Таким чином, між креативністю та творчими здібностями є суттєві відмінності, які яскраво виражені у концепціях креативності.

На початку 60-х рр. ХХ ст. у психологічній науці був накопичений масштабний досвід тестування інтелекту, що поставило перед вченими нові запитання. З'ясувалося, що життєві успіхи людини не завжди залежать від рівня її інтелекту, досвід свідчив про те, що люди з невисоким рівнем інтелекту, в окремих випадках, досягали неабияких успіхів. Спочатку вчені вважали, що причиною цього явища є якості розуму, що не діагностувалися тестами інтелекту, але пізніше науковці дійшли висновку, що вирішення проблеми залежить не від якості знань, а від того, якими способами людина використовує інформацію. Таку властивість назвали креативністю [8].

Найперші дослідження креативності з'явилися в зарубіжній психології у 1950 році, пізніше С. Тейлор дослідив, що у психологічній науці налічується більше 60 визначень креативності. Він розподілив їх у шість груп: креативний процес як руйнування існуючого гештальту для побудови більш досконалого (гештальттерапія); креативність як новизна кінцевого продукту; креативність як процес самовираження творця; креативність як взаємодія Воно, Я, Над Я (психоаналіз); креативність як процес розв'язування задач; в шосту групу потрапили визначення, в яких інтерпретація креативності є нечіткою та розпливчатою [14]. А. Тейлор у своїй роботі «Природа творчого процесу» виокремлює п'ять рівнів здібностей до творчості, наголошуючи, що перші три рівні може досягти кожен, але для цього йому буде потрібна мотивація. Останні два рівні досягають лише генії. Перший рівень – це рівень примітивної експресії, для якого характерне вираження власних емоцій, переживань та думок. Це примітивне мистецтво, адже з одного боку воно сповнене почуттями та переживаннями, а з іншого – призначене для власного задоволення. Наступний рівень – академічний або науково-технічний. Люди, які знаходяться на цьому рівні креативності, володіють широкими знаннями в різних галузях, вико-

ристовують прийоми та методики створення нового знання. Володіння своїми знаннями поєднується з творчою енергією. Третій, винахідницький рівень відкриває можливість творцю експериментувати у межах своїх знань, руйнувати повсякденні правила та виходити за межі академічних знань. Четвертий рівень пов'язаний з використанням інновацій, винахідники, артисти та музиканти долають стандартні ідеї та методи, пропонуючи нові. Останній рівень – це рівень геніальності, що характерне для невеликої кількості людей. Це ті ідеї, які неможливо пояснити звичайним способом, адже вони є унікальними за своєю природою [14].

Однією з ранніх психологічних концепцій креативності є концепція С. Медника. Науковець запропонував психологічну концепцію креативності, в основі якої – асоціації [8]. Вчений вважав, що креативність – це здатність долати стереотипи на етапі мисленнєвого синтезу та у широті поля асоціацій. Творчий процес, за С. Медником – це перебудова асоціативних елементів у нові комбінації, а також подолання стереотипів [8].

Найбільшій популярності термін «креативність» дістав після публікацій робіт Дж. Гілфорда, завдяки яким фактично з'явилась психологія креативності. Вчений зі своїми співробітниками виокремив гіпотетичні інтелектуальні здібності, що характеризують креативність: швидкість (кількість ідей за одиниця часу), гнучкість швидке переключення від однієї ідеї до іншої), оригінальність (ідеї, що відрізняються новизною), допитливість (підвищена чутливість до проблеми, що не викликає зацікавленості у інших), та іррелевантність (незалежність реакції від стимулу). Дж. Гілфорд виділив два базові типи мислення: конвергентне та дивергентне. Конвергентний тип мислення спрямований на аналіз наявних способів вирішення задачі, проте людина може вибрати лише один спосіб розв'язання. Дивергентний тип мислення – це багатогранне мислення, яке реалізується у багатьох напрямках. Наприклад, якщо перед людиною поставити проблемне завдання, то вона може вирішити це завдання багатьма способами, тобто знайти безліч варіантів [14].

Корифеєм психології креативності є Е. Торренс, який визначає креативність як творчі здібності індивіда, що входять у структуру обдарованості як незалежний чинник. Креативні люди характеризуються здатністю створювати нові, незвичайні ідеї, розв'язувати проблемні ситуації незвичними способами. Для Е. Торренса, креативність – це здатність до загостреного сприймання недоліків у знаннях, елементів яких не вистачає. Його модель креативності включає наступні елементи креативності: швидкість, гнучкість та оригінальність [8].

У 70-ті рр. з'являється теорія креативної особистості А. Маслоу, яка внесла нові корективи у розуміння креативності. Сам же А. Маслоу наголошував на тому, що суспільство переживає особливий історичний мо-

мент, що породжує потребу у новому типі людини – креативній особистості. Креативна особистість – це людина, яку зміни надихають, яка здатна до імпровізації, впевнена у собі та сильна духом. Проблема креативності – це проблема креативної особистості, а не продуктів її діяльності або поведінки. Креативність проявляється у сприйнятті, установках, поведінці, а це означає, що вона не може впливати на когнітивну та емоційну сферу особистості [11].

Новий погляд на поняття «креативність» внесла «теорія інвестування» Р. Стернберга та Д. Любарта. Вчені визначають креативність як здатність йти на розумний ризик, готовність долати перешкоди, наявність внутрішньої мотивації, толерантність до невизначеності, готовність протистояти думці оточуючих [9]. Відповідно до цієї теорії, ініціювання оригінальних ідей залежить від когнітивних, особистісних та мотиваційних ресурсів людини. До когнітивних ресурсів особистості відносять такі: пошук проблеми, визнання проблеми як такої, конвергентне та дивергентне мислення, інсайт, оцінка конкурентних ідей та знання. Особистісні ресурси включають: новаторський стиль мислення, толерантність, наполегливість, готовність йти на інтелектуальний ризик, сміливість та незалежність поглядів. До мотиваційних ресурсів автори відносять сконцентрованість на задачі, а не на меті. В теорії інвестування неабияке значення має інтелект (конвергентне мислення) [9].

Однією з найвідоміших концепцій обдарованості в світовій психології є теорія трьох кілець Дж. Рензуллі. Вчений розглянув обдарованість як взаємодію трьох груп людських якостей: інтелектуальних здібностей, істинна захопленість проблемою та високий рівень креативності. Дж. Рензуллі акцентує увагу на тому, що ці компоненти мають бути у взаємодії та рівності. В концепції автора є три важливі аспекти: скептичне ставлення до тестів креативності, розгляд мотивації як ядерного утворення обдарованості, правильний спосіб розвитку обдарованості [14].

Сучасний дослідник креативності Х. Гейвін трактує цей феномен як здібність отримувати цінні результати незвичним способом. Автор вважає, що креативні люди не просто діють певним чином; результати їх дій доцільні та корисні [4].

У російській психології, серед багатьох концепцій, заслуговує на увагу теорія креативності Д. Богоявленської, яка визначає креативність як ситуативну активність, що нічим не стимулюється, тобто це прагнення вийти за рамки заданої проблеми. Автор концепції ввела поняття «креативна активність особистості», що характерна для творчого типу особистості [2]. До показників креативності особистості Д. Богоявленська відносить інтелектуальну активність, що включає три рівні творчості: стимульно-продуктивний (людина приймає задачі та вирішує їх); евристичний (рі-

вень емпіричних відкриттів); креативний (в результаті глибокого теоретичного аналізу формулюється нова проблема) [2].

Російські науковці, В. Дружинін та Н. Хазратова виокремлюють критерій креативності – наявність усвідомленості. Смысловий критерій, дозволяє розмежувати продуктивні та непродуктивні прояви людської активності. Саме смысловий критерій при тестуванні класифікує поведінкові прояви на стереотипні, оригінальні та неусвідомлені [6]. Оригінальні відповіді людина дає тоді, коли виділяє одні явища предметів та ігнорує інші. Оригінальні відповіді займають проміжне положення між стереотипними та неусвідомленими поведінковими проявами. Істотний недолік у тестів креативності В. Дружинін вбачає у можливості виявити креативну особистість та неможливості виявити не креативну особистість [15].

Н. Хрящева під креативністю розуміє здатність людини до конструктивного та нестандартного мислення та поведінки, усвідомленню та розвитку власного досвіду. Автор вважає, що креативність проявляється в багатій уяві, почутті гумору, прихильності до естетичних цінностей, а також вмінні деталізувати образи проблеми. На актуалізацію креативності впливає впевненість в собі [22].

Радянський науковець М. Холодна відзначає, що креативність можна розглядати як у вузькому, так і широкому значенні. Креативність у широкому значенні – це творчі, інтелектуальні здібності, що пов'язані з привнесенням нового. Креативність у вузькому значенні слова – це дивергентне мислення, що пов'язане із готовністю висувати безліч правильних ідей відносно одного й того ж об'єкту [21].

Вітчизняні дослідники креативності визначають цей феномен як механізм продуктивного розвитку, а також як глибинну ознаку особистості.

В. Моляко розробляє системно-стратегічну концепцію мислення, яка є організуючою та регулюючою складовою системи творчої діяльності. Суть концепції полягає у готовності до творчої діяльності, наявності у конкретного суб'єкта умінь та навичок для реалізації цієї діяльності. Результат творчої діяльності – творчий продукт. Автор вважає, що креативність є ядром творчого потенціалу, а творча обдарованість особистості включає сенсорно-перцептивний та інтелектуально-мисленневий компоненти, а також високий рівень продукування образів, фантазії та уяви [13].

Український вчений В. Роменець розуміє творчість як механізм продуктивного розвитку, становлення особистості, що здійснюється за ознакою вчинку [17] У роботах дослідника розкривається вчення про природу і механізми творчості людини. В. Роменець виступає проти інтелектуальної творчості та її отождолення з мисленням. Науковець вирішує питання про психологічний механізм творчості, яким, на його думку, є трансдукція – перехід від суб'єктивно-психічної системи (від задуму) до матеріально-

мовної (втілення задуму у певному предметі) [17].

Ще одним поглядом на природу креативності є концепція вітчизняного вченого С. Максименка. Науковець визначає креативність як природну властивість особистості, що існує з народження людини; як найвищу форму активності особистості. Креативність – це така активність, яка втілюється в продуктах творчості. Завдяки креативності людина проявляє себе, висловлює свій внутрішній світ, змінюючи його. Особистість створює не тільки зовнішній світ, але і свій внутрішній. Велике значення набувають дослідження, результати яких дозволяють відшукати способи вивчення креативності, яка є передумовою розвитку особистості [10].

Сучасні дослідники І. Дерманова та М. Крилова, виокремили нові види креативності: невербальна та вербальна, вербально-символічна, вербально-семантична, вербально-асоціативна та креативність як творче відношення до життя. А також було виявлено, що дані типи креативності не корелюють між собою [5].

У 2005 р. Т. Барішева та Ю. Жигалов розробили теоретичну модель структури креативності як системного психічного утворення, що включає в себе наступні компоненти: мотиваційний, емоційний, інтелектуальний, естетичний, екзистенціальний, комунікативний, компетентнісний. Саме сукупність даних компонентів дозволяє особистості бути готовим змінювати та конструювати власну поведінку відповідно до задач, які висуває оточення. Таким чином, людина має можливість проявити творчий стиль поведінки у різних сферах життєдіяльності. Автори наголошують на різниці між творчістю та креативністю, адже творчість – це як процес, так і результат, а креативність – суб'єктивна передумова творчості [1].

Отже, незважаючи на численні дослідження креативності, зарубіжні та вітчизняні дослідники й досі не можуть дати єдине визначення означеному феномену. Автори зарубіжних концепцій креативності (Дж. Гілфорд, Е. Торренс, С. Тейлор) вивчають його у взаємозв'язку з інтелектом, а також вважають, що основою креативності є дивергентне мислення. Російські дослідники (Д. Богоявленська, В. Дружинін, М. Холодна) вивчають феномен креативності як процес і як якість особистості, проте наголошують на тому, що креативність – це не набір індивідуальних рис, а результат власної індивідуальності. В українських концепціях креативності вчені (С. Максименко, В. Моляко, В. Роменець,) вважають, що креативність є ядром творчого потенціалу та механізмом продуктивного розвитку особистості.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. В процесі психологічного аналізу заявленої проблеми було виявлено, що для технологів громадського харчування є важливим прояв креативності у власній професійній діяльності. Під креативністю,

психологи розуміють здатність творити або здатність до творчих актів, що ведуть до нового, незвичайного бачення проблеми. Креативність формується соціальним середовищем та є властивістю особистості. Креативна людина проявляє власний потенціал у всіх сферах життєдіяльності, а сам процес не вимагає чіткої послідовності стадій.

Перспективними напрямками розвитку заявленої проблеми надалі вбачаються дослідження, які спрямовані на виявлення специфічних особливостей формування креативних здібностей майбутніх технологів громадського харчування.

Література

1. Барышева Т.А. Психолого-педагогические основы развития креативности / Т.А. Барышева, Ю.А. Жигалов — СПб., 2006. — 268 с.
2. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей / Д.Б. Богоявленская — М.: Издательский центр «Академия», 2002. — 320 с.
3. Большой энциклопедический словарь (БЭС) [ред. А.М. Прохоров]. — М.: Норинт, 2004. — 1456 с.
4. Гейвин Х. Когнитивная психология / Гейвин Х.; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2003. — 268 с. — (Концентрированная психология).
5. Дерманова И.Б. Креативность, личностные особенности и стратегии совладения старших школьников / И.Б. Дерманова, М.А. Крылова // [Ананьевские чтения 2004]. — Материалы научно-практической конференции. СПб. 2004. — С. 384-386.
6. Дружинин В.Н. Психология творчества / В.Н. Дружинин / Психологический журнал. — 2005. — №5 — С. 101-109.
7. Ермолаева-Томина Л.Б. Психология художественного творчества: Учебное пособие для вузов. — 2-е изд. / Л.Б. Ермолаева-Томина — М.: Академический проект: Культура, 2005. — 304 с.
8. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е.П. Ильин. — СПб.: Питер, 2009. — 434 с.
9. Любарт Т. Психология креативности / Т. Любарт, К. Муширу, С. Торджман, Ф. Зенасни. — М.: Когито-Центр, 2009. — 215 с.
10. Максименко С.Д. Общая психология / С.Д. Максименко. — Изд-во: Рефл-Бук, 2004. — 523 с.
11. Маслоу А. Мотивация и личность / Маслоу А.; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2003. — 473 с.
12. Методика психодиагностики уровня творческой активности / А.В. Сильверсан, Н.С. Аболина // Экспериментальная психология в России: традиции и перспективы. — М.: Изд-во Ин-та психологии РАН, 2010. — С. 729.
13. Моляко В.О. Здібності, творчість, обдарованість: теорія, методика, результати досліджень / В.О. Моляко. — Житомир.: Рута, 2006. — 320 с.
14. Особов І.П. Деякі аспекти вивчення креативності. Зарубіжний досвід ХХ століття в оцінці сучасних дослідників // Гуманитарные научные исследования.

2011. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2011/10/213> (дата обращения: 26.04.2015).

15. Психология: учебник для гуманитарных вузов / Под общ ред. В.Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2009. — 656 с.

16. Рождественская Л.Н. Креатив в системах общественного питания: границы допустимого / Л.Н. Рождественская, Л.Е. Чередниченко // Креативная экономика. — 2011. — № 7 (55). — С. 136-144.

17. Роменец В.А. Психологія творчості: навч. посіб. — 3-тє вид. / В.А. Роменец. — К.: Либідь, 2004. — 288 с.

18. Современный психологический словарь / Под ред. Б.Г. Мещерякова, В.П. Зинченко. — СПб.: Прайм-ЕВРО-ЗНАК, 2007. — 490 с.

19. Стернберг Р. Инвестиционная теория креативности / Р. Стернберг, Е. Григоренко // Психологический журнал. — 1998. — Т. 19. — № 2. — С. 144-160.

20. Холодная М.А. Перспективы исследований в области психологии способностей / М.А. Холодная // Психологический журнал. — 2007. — № 1. — С. 28-37.

21. Хрящева Н.Ю. Креативность как фактор самореализации личности в изменчивом мире / Н.Ю. Хрящева // Психологические проблемы самореализации личности. — СПб., 1998. — С. 171-175.