

**Шевченко Н. Ф.***доктор психологічних наук,  
професор кафедри психології  
Запорізького національного університету  
ORCID: 0000-0002-5297-6588***Орел О. В.***магістрант кафедри психології  
Запорізького національного університету  
ORCID: 0009-0007-5800-4003***Орел Л. М.***магістрантка кафедри психології  
Запорізького національного університету  
ORCID: 0009-0007-5611-9640*

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФАХІВЦІВ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

## FEATURES OF THE CREATIVE POTENTIAL DEVELOPMENT OF INTERNET ADVERTISING SPECIALISTS

В статті представлено результати емпіричного дослідження особливостей прояву творчого потенціалу та його психологічних чинників у фахівців інтернет-реклами. Актуальність дослідження визначається швидкими змінами в соціальному, економічному та технологічному середовищі, що потребують від фахівців здатності генерувати нові ідеї та впроваджувати інноваційні рішення. Особливо важливим є вивчення творчого потенціалу фахівців інтернет-реклами, де креативність і адаптивність визначають ефективність кампаній і конкурентоспроможність у динамічному цифровому середовищі. Творчий потенціал визначено як інтегративне психічне утворення, структура якого визначається поєднанням когнітивного, мотиваційного та діяльнісного компонентів. Обґрунтовано комплекс психологічних чинників розвитку творчого потенціалу фахівців інтернет-реклами, до яких віднесено: пізнавальну допитливість, високий рівень когнітивної складності, мотивацію досягнення успіху, готовність до ризику. Результати дослідження засвідчили переважання середнього рівня розвитку творчого потенціалу серед респондентів, що вказує на наявність базових особистісних якостей, сприятливих для креативності, але ще не повністю реалізований потенціал. Результати дослідження показали середній рівень когнітивної допитливості, що свідчить про загальну зацікавленість без глибокого самостійного пізнання; високі показники за шкалами «Уява» і «Складність» вказують на творче мислення та здатність долати інтелектуальні труднощі; чоловіки проявляють вищу готовність до ризику, що свідчить про ініціативність і незалежність, тоді як жінки – більшу обережність. Аналіз результатів показав переважання середнього рівня мотивації досягнення успіху, що свідчить про достатнє прагнення до цілей, наполегливість і психологічну стійкість більшості респондентів. Результати кореляційного аналізу показали, що виділені чинники мають статистично значущі позитивні кореляції з творчим потенціалом, що підкреслює їхню важливу роль у формуванні та розвитку творчих здібностей фахівців інтернет-реклами. Отримані дані дозволили підтвердити висунуте припущення.

**Ключові слова:** творчий потенціал, дивергентне мислення, креативність, когнітивна складність, пізнавальна допитливість, готовність до ризику, мотивація досягнення успіху.

The article is devoted to presenting the results of an empirical study of the specifics of creative potential manifestation and its psychological factors in internet advertising specialists. The relevance of the study is determined by rapid changes in the social, economic, and technological environment, which necessitate specialists' capacity to generate new ideas and implement innovative solutions. The study of the creative potential of internet advertising specialists is particularly important, since creativity and adaptability determine campaign effectiveness and competitiveness in a dynamic digital environment. Creative potential has been defined as an integrative psychological construct, the structure of which is determined by a combination of cognitive, motivational, and activity-related components. A complex of psychological factors for the development of creative potential in internet advertising specialists has been substantiated, including: cognitive curiosity, a high level of cognitive complexity, achievement motivation, and risk-taking propensity. The research results have demonstrated a prevalence of the average level of creative potential among the respondents, which indicates the presence of basic personal qualities favorable for creativity, but also a potential that is not yet fully realized. The study results have shown an average level of cognitive curiosity, indicating a general interest without deep, independent cognition; high scores on the "Imagination" and "Complexity" scales have pointed to creative thinking and the ability to overcome intellectual difficulties; men have exhibited a higher readiness for risk, which signifies initiative and independence, while women have shown greater caution. An analysis of the results has revealed the prevalence of an average level of achievement motivation, which indicates a sufficient striving for goals, persistence, and psychological resilience in the majority of respondents. The results of the correlation analysis have shown that the identified factors have statistically significant positive correlations with creative potential, which underscores their important role in the formation

and development of creative abilities in internet advertising specialists. The data obtained have made it possible to confirm the hypothesis put forward.

**Key words:** creative potential, divergent thinking, creativity, cognitive complexity, cognitive curiosity, risk-taking propensity, achievement motivation.

**Вступ.** Динамічні зміни в соціальному, економічному та технологічному середовищі суспільства підвищують потребу в людях, здатних не тільки реагувати на виклики часу, але й створювати нове, розвивати нестандартні ідеї та впроваджувати інноваційні рішення. Творчий потенціал особистості стає необхідною якістю для ефективного вирішення складних проблем і адаптації до швидко змінюваного світу. Вивчення творчого потенціалу важливе для розуміння механізмів його розвитку і формування у людей здатності до інновацій та творчої самореалізації.

Особливо актуальним є дослідження творчого потенціалу серед фахівців інтернет-реклами, оскільки ця сфера постійно розвивається та вимагає високої здатності до адаптації та швидкого реагування на змінювані тренди, технології та потреби ринку. Враховуючи специфіку інтернет-реклами, де креативність є ключовим чинником успіху, важливо вивчати, як розвивається творчий потенціал у фахівців цієї галузі. Це дозволить оптимізувати процеси створення реклами, покращити комунікацію з цільовою аудиторією та підвищити ефективність рекламних кампаній у конкурентному середовищі цифрового маркетингу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження проблеми ґрунтується на працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. В. Моляко [4] досліджував структуру творчого потенціалу, В. Роменець [8] – природу творчості, О. Хорошун [12] – особливості розвитку творчого потенціалу старшокласників. Н. Шевченко, С. Абдуллаєва та О. Чепішко [14] дослідили чинники розвитку творчого потенціалу студентської молоді, а В. Кремень [10] зосередив увагу на стратегіях формування творчої особистості. Зарубіжні науковці Дж. Рензуллі [19] вивчав характеристики творчого потенціалу, а Дж. Гілфорд [17], Р. Стернберг [20] та Е. Торренс [21] – розвиток креативності.

Водночас, аналіз літератури засвідчив, що переважна кількість досліджень творчого потенціалу стосується осіб дошкільного, молодшого шкільного та підліткового віку, залишаючи поза увагою інші вікові періоди, зокрема дорослих людей. Така ситуація є досить обмеженою, оскільки творчий потенціал важливий не тільки для молоді, а й для професіоналів у різних сферах діяльності, зокрема для фахівців інтернет-реклами. Вивчення творчого потенціалу в цій галузі є надзвичайно актуальним, оскільки саме креативність є ключовим фактором успіху в розробці рекламних кампаній. Інтернет-реклама постійно еволюціонує, і здатність фахівців генерувати нові та нестандартні ідеї має величезне значення для залучення уваги аудиторії, формування ефективних комунікацій та просування брендів. Тому дослідження творчого потенціалу серед

фахівців інтернет-реклами допоможе краще зрозуміти механізми творчої діяльності, сприяти розвитку нових підходів та методів у рекламі та підвищити конкурентоспроможність на ринку.

**Мета статті:** представити результати емпіричного дослідження особливостей прояву творчого потенціалу та його психологічних чинників у фахівців інтернет-реклами.

**Виклад основного матеріалу.** Творчий потенціал особистості розглядається як складне інтегративне утворення, що виявляється у здатності до створення нового, оригінального, соціально значущого продукту в різних видах діяльності [4; 8; 11; 16]. Творчий потенціал має динамічний характер і розглядається як внутрішній резерв людини, який може бути реалізований за сприятливих умов навчання, виховання, самореалізації чи професійної діяльності [1–3; 10; 12].

Огляд зарубіжних [18; 19; 20] і вітчизняних [4; 8; 13; 14] досліджень показав, що немає єдиного загальноприйнятого уявлення про структуру творчого потенціалу особистості. В нашому дослідженні ми спираємося на наукові підходи, які розглядають творчий потенціал як інтегративне психічне утворення, структура якого визначається поєднанням когнітивного, мотиваційного та діяльнісного компонентів.

Аналіз особливостей рекламної діяльності дозволив зробити висновок про необхідність наявності у фахівців з реклами комплексу професійно важливих якостей, які забезпечують ефективне виконання їхніх функцій [5; 8]. Зважаючи на специфіку рекламної сфери – її динамізм, конкурентність, орієнтацію на вплив, інформування та переконання – особливого значення набуває не лише аналітичне мислення чи комунікативна компетентність, а насамперед – високий рівень творчого потенціалу. До ключових складових творчого потенціалу фахівця з реклами ми відносимо: уяву та образне мислення; дивергентне мислення; естетичний смак і художню інтуїцію; креативність [6].

Аналіз проблеми творчого потенціалу та його узгодження зі специфікою професійної діяльності фахівців реклами дозволив виділити комплекс психологічних чинників розвитку їх творчого потенціалу: пізнавальна допитливість, високий рівень когнітивної складності, мотивацію досягнення успіху, готовність до ризику. Пізнавальна допитливість спонукає фахівця досліджувати нові інструменти, платформи та алгоритми цифрової взаємодії, забезпечуючи постійний професійний розвиток і здатність залишатися конкурентоспроможним у динамічному середовищі [18; 21]. Високий рівень когнітивної складності сприяє гнучкості мислення, критичному аналізу та адаптації рекламних стратегій до змін технологічних і соціальних умов [4; 17]. Мотивація

досягнення успіху, виступаючи фундаментальним психічним процесом, активізує творчий потенціал, підсилює інноваційність і стимулює прагнення до самореалізації, самовдосконалення та професійного зростання [13; 15]. Водночас готовність до ризику забезпечує здатність діяти в умовах невизначеності, приймати сміливі рішення та шукати нестандартні підходи до комунікації з аудиторією, що є необхідним для ефективної діяльності у сфері інтернет-реклами, де успіх визначається швидкістю реакції, оригінальністю мислення й інноваційністю [14; 20].

В основу дослідження покладено припущення про те, що творчий потенціал фахівців інтернет-реклами формується під впливом комплексу взаємопов'язаних психологічних чинників, таких як пізнавальна допитливість, високий рівень когнітивної складності, мотивація досягнення успіху, готовність до ризику.

Вибірку респондентів склали 140 фахівців інтернет реклами SMM, рекламних та маркетингових агенцій, з них – 80 чоловіків (I група), 60 жінок (II група).

Інструментарій дослідження склали такі тестові методики: «Ваш творчий потенціал» (І. Періг [7, с. 76–78]); «Діагностика особистісної креативності» [12]; «Діагностика мотивації досягнення успіху» (Т. Елерс) [7].

Результати діагностики за методикою «Ваш творчий потенціал» засвідчили, що творчий потенціал респондентів обох груп перебуває на середньому рівні з тенденцією до високого (у чоловіків – 44,83 балів (70%), у жінок – 46,17 балів (66,67%)), що свідчить про наявність у них важливих психологічних якостей, які створюють сприятливе підґрунтя для розвитку творчості. Особи з таким рівнем потенціалу зазвичай характеризуються пізнавальною активністю, вірою у власні сили, амбітністю, прагненням до незалежності, здатністю до абстрагування, розвинутою пам'яттю та вмінням зосереджуватися, що забезпечує ефективність у творчій діяльності. Водночас реалізацію творчого потенціалу можуть стримувати внутрішні (невпевненість, страх критики, сумніви у власній оригінальності) та зовнішні (нестача підтримки, ресурсів, сприятливого середовища) бар'єри, подолання яких є умовою досягнення вищого рівня творчості й самореалізації.

Високий рівень творчого потенціалу продемонстрували 25% чоловіків і 26,67% жінок, що свідчить про наявність у них значних творчих ресурсів, розвинених креативних здібностей, уміння генерувати нові ідеї та самовиражатися. Такі респонденти відзначаються відкритістю до нового досвіду, активністю у пізнавальній діяльності, сміливістю мислення, здатністю до ризику, високою саморегуляцією, упевненістю у власних можливостях, гнучкістю мислення та схильністю до рефлексії, що забезпечує їхню здатність адаптуватися до змін і знаходити нестандартні рішення в різноманітних ситуаціях.

Низький рівень творчого потенціалу, виявлений у 5% чоловіків і 6,67% жінок, свідчить про недо-

статню сформованість якостей, що забезпечують реалізацію творчості, зокрема допитливості, віри у власні сили, гнучкості мислення та здатності до уяви. Такі респонденти рідше проявляють ініціативу, генерують оригінальні ідеї чи виходять за межі звичних шаблонів, однак цей рівень не означає відсутності здібностей і може бути зумовлений зовнішніми умовами або етапом професійного становлення; за сприятливих умов і психологічної підтримки їхній творчий потенціал має перспективу розвитку.

Отримані результати свідчать про переважання середнього рівня творчого потенціалу з тенденцією до високого, що вказує на наявність у більшості фахівців інтернет-реклами розвинених креативних якостей і позитивну динаміку зростання їхньої професійної креативності попри наявні внутрішні та зовнішні бар'єри самореалізації.

Наступним етапом дослідження стало вивчення психологічних чинників розвитку творчого потенціалу фахівців реклами. За допомогою методики «Діагностика особистісної креативності» ми дослідили такі показники, як допитливість, уява, когнітивна складність і готовність до ризику.

За шкалою «Допитливість» середні показники становлять 19,15 балів у чоловіків і 20,02 балів у жінок, що свідчить про середній рівень її вираженості в обох групах. Це означає, що більшість респондентів виявляють пізнавальну активність, відкритість до нової інформації та інтерес до тенденцій у сфері інтернет-реклами, однак їхня допитливість має переважно ситуаційний характер. Такий рівень може бути зумовлений як зовнішніми обмеженнями (дедлайни, стандартизованість завдань, перевтома), так і недостатньою внутрішньою мотивацією до постійного пізнання нового.

За шкалою «Уява» виявлено високі показники – 21,09 балів у чоловіків і 24,5 балів у жінок, що свідчить про розвинену уяву в обох групах і її більший прояв у жінок. Уява, як ключовий компонент творчого потенціалу, забезпечує здатність до образного мислення, відходу від шаблонів і генерування нових ідей, що є необхідним для креативної діяльності у сфері інтернет-реклами. Високі показники за цією шкалою відображають внутрішню потребу до творчої самореалізації, схильність до альтернативного бачення та ментального експериментування, що підсилює загальний рівень креативності досліджуваних.

За шкалою «Складність» виявлено високі показники (у чоловіків – 22,19 балів, у жінок – 21,89 балів), що свідчить про розвинену когнітивну складність і приблизно однаковий рівень цієї якості в обох групах. Такий результат відображає здатність респондентів ефективно вирішувати складні, нетипові завдання, застосовувати аналітичне й нестандартне мислення, а також прагнення до пізнання, самостійного аналізу та інтелектуального самоствердження. Розвинена когнітивна складність виступає важливим чинником формування творчого потенціалу, оскільки забезпечує наполегливість, гнучкість мислення та орієнтацію на дослідницьку й інноваційну діяльність у сфері інтернет-реклами.

За шкалою «Готовність до ризику» виявлено відмінності між групами: чоловіки показали високий рівень (22,34 балів), а жінки – середній (20,16 балів). Це свідчить про більшу схильність чоловіків до прийняття нестандартних рішень, сміливості у досягненні цілей, толерантності до невдач і незалежності суджень, що сприяє активнішій реалізації творчого потенціалу. Натомість жінки демонструють помірну схильність до ризику, обережність і орієнтацію на стабільність, що забезпечує зважений підхід у професійній діяльності, але може дещо обмежувати прояв креативних ініціатив у ситуаціях невизначеності.

Ще одним чинником розвитку творчого потенціалу фахівців інтернет-реклами визначено домінування мотивації досягнення успіху. Результати, отримані за методикою Т. Елерса, засвідчили переважання в респондентів середнього рівня мотивації досягнення успіху: у чоловіків – 16,09 бала (55%), у жінок – 14,89 балів (60%), що свідчить про здатність до продуктивної діяльності, відповідальність і орієнтацію на результат, проте внутрішній імпульс до самоперевершення та прагнення бути першим не є домінуючим. Респонденти потребують зовнішньої мотивації або чітких цілей і можуть не завжди проявляти ініціативу в умовах невизначеності.

Жоден із респондентів не показав низького рівня мотивації досягнення успіху, а високий рівень зафіксовано у 40% чоловіків і 40% жінок, що свідчить про наявність у значної частини респондентів вираженої орієнтації на результат, ініціативності, відповідальності та прагнення до самореалізації. Водночас у 5% чоловіків виявлено надмірно високий рівень мотивації, який може супроводжуватися тривожністю, самокритичністю та униканням ризику, що іноді стримує прояв ініціативи й гнучкість у творчій та професійній діяльності.

З метою перевірки висунутого припущення ми здійснили кореляційний аналіз за К. Пірсоном. В ході кореляційного аналізу ми розрахували коефіцієнти кореляції між загальним рівнем творчого потенціалу фахівців реклами та показниками визначених психологічних чинників:

**Творчий потенціал і допитливість** ( $r=0,56$ ;  $p\leq 0,01$ ), що вказує на помірний і статистично значущий позитивний зв'язок. Пізнавальна допитливість сприяє постійному пошуку нових знань і розширенню інтелектуальних горизонтів, що є основою для генерації оригінальних ідей. Особи з високим рівнем допитливості більш відкриті до нових вражень і готові досліджувати незнайоме, що безпосередньо підвищує їх творчий потенціал.

**Творчий потенціал і когнітивна складність** ( $r=0,48$ ;  $p\leq 0,05$ ), що також свідчить про значущий позитивний зв'язок. Когнітивна складність відображає здатність особистості сприймати й опрацювати складні, багатогранні явища, що забезпечує більш глибоке і різностороннє мислення. Це дозволяє знаходити нестандартні шляхи вирішення проблем і продукувати творчі рішення, що є ключовими для реалізації творчого потенціалу.

**Творчий потенціал і уява** ( $r=0,62$ ;  $p\leq 0,01$ ). Розвинена уява забезпечує здатність моделювати нові образи, сценарії та ідеї, які ще не існують у реальності. Ця якість сприяє формуванню інноваційного підходу до професійних завдань, що вкрай важливо для фахівців інтернет-реклами, оскільки дозволяє створювати креативний та оригінальний контент. Кореляційний коефіцієнт між творчим потенціалом і уявою дорівнює, що свідчить про досить сильний та значущий зв'язок.

**Творчий потенціал і готовність до ризику** ( $r=0,42$ ;  $p\leq 0,05$ ). Готовність до ризику характеризує здатність особистості долати невизначеність і не боятися експериментувати з новими підходами, що необхідно для творчої діяльності. Вона стимулює пошук нестандартних рішень і розширює межі можливого, що позитивно впливає на реалізацію творчого потенціалу.

**Творчий потенціал і мотивація досягнення успіху** ( $r=0,51$ ;  $p\leq 0,01$ ), що свідчить про помірний позитивний та статистично значущий зв'язок. Мотивація досягнення успіху виступає внутрішнім рушієм, що підштовхує людину до активної реалізації свого творчого потенціалу. Вона стимулює наполегливість, цілеспрямованість і прагнення до вдосконалення, що є важливими чинниками успішної творчої діяльності.

Отже, усі зазначені змінні демонструють статистично значущі позитивні кореляції з творчим потенціалом, що підкреслює їхню важливу роль у формуванні та розвитку творчих здібностей фахівців інтернет-реклами. Отримані дані підтверджують припущення про те, що творчий потенціал фахівців інтернет-реклами формується під впливом комплексу взаємопов'язаних психологічних чинників, таких як пізнавальна допитливість, високий рівень когнітивної складності, мотивація досягнення успіху, готовність до ризику.

**Висновки.** В статті представлено результати емпіричного дослідження особливостей прояву творчого потенціалу та його психологічних чинників у фахівців інтернет-реклами. Обґрунтовано комплекс психологічних чинників розвитку творчого потенціалу фахівців інтернет-реклами: пізнавальна допитливість, високий рівень когнітивної складності, мотивація досягнення успіху, готовність до ризику. Дані діагностики засвідчили переважання середнього рівня розвитку творчого потенціалу серед досліджуваних, що свідчить про наявність базових особистісних якостей, сприятливих для креативності, але ще не повністю реалізований потенціал. Отримані результати показали середній рівень когнітивної допитливості, що свідчить про загальну зацікавленість без глибокого самостійного пізнання; високі показники за шкалами «Уява» і «Складність» вказують на творче мислення та здатність долати інтелектуальні труднощі; чоловіки проявляють вищу готовність до ризику, що свідчить про ініціативність і незалежність, тоді як жінки – більшу обережність. Аналіз результатів показав переважання середнього

рівня мотивації досягнення успіху, що свідчить про достатнє прагнення до цілей, наполегливість і психологічну стійкість більшості респондентів. Результати кореляційного аналізу показали, що виділені чинники мають статистично значущі позитивні кореляції з творчим потенціалом, що підкреслює їхню важливу роль у формуванні та розвитку творчих здібностей фахівців інтернет-

реклами. Отримані дані підтвердили висунуте припущення.

Перспективним напрямом подальшого розвитку наукової проблематики вважаємо розробку та апробацію тренінгової програми в умовах освітнього середовища з метою емпіричної перевірки її ефективності щодо розвитку креативності майбутніх фахівців у сфері реклами.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білуха Т., Педченко О. Актуалізація творчого потенціалу майбутніх психологів у процесі опанування методами психологічної допомоги. *Психологічний журнал*. 2025. Вип. 15. С. 100–107. DOI: 10.31499/2617-2100.15.2025.342127.
2. Дун. Ц. Проблема формування творчого потенціалу студентів факультетів мистецтв у сучасних наукових дослідженнях. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота», №1(50), 2022. С. 94–97. <https://doi.org/10.24144/2524-0609.2022.50.94-97>
3. Костроміна Г., Свідло Т., Школяр Л. Творчий потенціал особистості: основні механізми розвитку. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. Том 31. № 2-3 2021. С. 39–46. [https://doi.org/10.33930/ed.2019.5007.31\(2-3\)-4](https://doi.org/10.33930/ed.2019.5007.31(2-3)-4)
4. Моляко В. О. Стратегії творчої діяльності : монографія ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. К. : Освіта України, 2008. 702 с.
5. Оверчук В. А. Психологія рекламних комунікацій. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2023. 380 с.
6. Орел О. Творчий потенціал в професійній діяльності фахівців інтернет-реклами. *Молода наука-2025: матеріали XVIII університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених (14–18 квітня 2025 року)*. Запоріжжя: ЗНУ.
7. Практикум з психології: психодіагностичні методики для самопізнання. упорядник Періг І.М. Тернопіль : СМП «Тайп», 2017. 116 с.
8. Роменець В. А. Психологія творчості : навч. посіб. 3-тє вид. К. : Либідь, 2004. 288 с.
9. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О.О. Євенок, 2018. 208 с.
10. Стратегії формування творчої особистості: методи, прийоми, форми: колективна монографія / авт. кол.: В. Г. Кремень, В. В. Ільїн, Є. Р. Борінштейн, М. С. Гальченко, М. В. Ліпін, Д. В. Погрібна, Н. В. Савчук, О. А. Федорчук. Київ: Інститут обдарованої дитини НАПН України, 2020. 320 с.
11. Функціонування творчого мислення в умовах інформаційної невизначеності: матеріали XXIV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 23 травня 2024 року / за ред. В. О. Моляко. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2024. 140 с.
12. Хорошун О.О. Психологічні особливості розвитку творчого потенціалу старшокласників спеціалізованих шкіл: автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Харків, 2009. 20 с.
13. Шевченко Н. Ф., Желтова М. О. Творчий потенціал фахівця: теоретичний та прикладний виміри. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. 218 с.
14. Шевченко Н., Абдуллаєва С., Чепішко О. Особливості творчого потенціалу та психологічні чинники його розвитку в студентській молоді. *Psychological patterns of social processes and personality development in modern society*. Riga: "Baltija Publishing. 2023. С. 494–511.
15. Шевченко С., Варіна Г. Психологічні чинники прояву особистісної креативності у юнацькому віці. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2023. Вип. 6. С. 126–131.
16. Afanasenko V., Stets V. Creativity problem in scientific research in the XIX–XX centuries. *Проблеми гуманітарних наук. Психологія*, 49, 2021. Р. 9–21. doi: <https://doi.org/10.24919/2312-8437.49.257566>
17. Guilford J.P. Creativity. *Am. Psychologist*. 1950. V. 5. P. 444–454.
18. Lubart T., Barbot B., Besançon M. Creative potential: assessment issues and the EPoC Battery. *Estudios de Psicología*, 40(3), 2019. P. 540–562. <https://doi.org/10.1080/02109395.2019.1656462>
19. Renzulli J.S. What Makes Giftedness? Reexamining a Definition. *Phi Delta Kappan*, №60(3), 1978. P. 180–184.
20. Sternberg R. J. Identifying and Developing Creative Giftedness. *Roeper Review*. 2000. Vol. 23. No. 2. P. 60–64. <https://doi.org/10.1080/02783190009554067>
21. Torrance E. P. Myers R. E. Creative learning and teaching. New York: Dodd, Mead Co. *Gifted Child Quarterly*, №15(2), 1971 <https://doi.org/10.1177/001698627101500202>

Дата першого надходження рукопису до видання: 18.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 16.12.2025

Дата публікації: 31.12.2025