

## **КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДИКИ КАК СРЕДСТВО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПОИСКА ИДЕИ**

**Цой В. В.**

**Оренбургский государственный университет**

В условиях современного рынка, традиционными направлениями для креативности считается дизайн и реклама. Это можно объяснить в первую очередь спецификой профессиональной деятельности дизайнеров и маркетологов, однако, если вспомнить о том, что креативность – это процесс создания оригинальных и нестандартных решений, очевидно, что не существует ограничений в сферах применения креативности, ведь креативность в условиях глобализации становится важным конкурентным преимуществом.

Проблема рождения креативных идей уже много лет волнует исследователей. Существует распространённое мнение, что креативность – это врожденное качество, как гениальность. Однако это предположение опровергают специалисты, они утверждают, что креативность может развить в себе каждый, оптимальным вариантом для развития креативности являются качественные тренинги, но существуют методики развития креативности, они помогают четче формулировать задачи, сокращать время нахождения идей, и увеличивать их количество, а также контролировать ментальные блокады. В определении методик креативности говорится, что это совокупность методов и техник, способствующие процессу генерации оригинальных идей, нахождения новых подходов к решению известных проблем и задач. Методики дают направление хода мыслей и увеличивают вероятность получения хороших идей.

Развитие креативности является очень важным этапом как на стадии обучения дизайнеров, так и в их профессиональной деятельности. Креативные методики помогают организовать и сделать более эффективным сам процесс поиска идеи. Многие специалисты в области тренингов креативности утверждают, что у каждого человека существуют свои барьеры, блоки и комплексы, мешающие мыслить по-настоящему творчески, в связи с этим возникает необходимость в подборе индивидуальных путей высвобождения творческой энергии, которые у каждого специалиста могут быть свои.

На сегодняшний день существует очень большое количество методик и подходов к решению творческих задач, вот некоторые из них:

- Методики поиска решения по «опорной сетке»;
- Методики ассоциативного поиска;
- Инсайтные методики.

Перед более детальным рассмотрением методик развития креативности и определения целей восприятия понятия «креативность», которое может иметь несколько отличные интерпретации в силу абстрактного характера самого явления, следует остановиться на природе креативности и уточнить общее представление о креативности, ее отличительные особенности от смежных понятий.

Феномену креативности люди придавали оттенок мистического, усматривая в творениях талантливого человека черты божественного. По мнению ведущих современных исследователей творческих процессов, которые анализируют субъектов творчества начиная от гениальных ученых, художников, музыкантов, создают модели креативных процессов в попытке заставить искусственный интеллект мыслить креативно.

При рассмотрении сущности креатива психолог Э. Фромм в 1959 г. дал определение: «Креативность - это способность удивляться и познавать, умение находить решения в нестандартных ситуациях, это нацеленность на открытие нового и способность к глубокому осознанию своего опыта» [2].

А. Прети и П. Миотто отмечают: «Многие исследования признают креативность когнитивной способностью, отдельной от других умственных функций и в особенности отличной от комплекса способностей, сгруппированных под словом «интеллект». По их мнению, креативность невозможно отождествлять с интеллектом. Хотя интеллект – способность обрабатывать и усваивать большие объемы информации – способствует развитию творческого потенциала, он не совпадает с креативностью» [3].

М. Боуден в своем эссе «Креативное мышление» [4] отмечает, что креативность «подразумевает не только пылкий интерес, но и уверенность в своих силах. Человек должен обладать здоровой самоуверенностью, чтобы не бояться выступить с новаторскими идеями и делать ошибки, не обращая внимания на критику. Без сомнений тоже нельзя обойтись, но они не всегда могут брать верх. Чтобы нарушать общепринятые правила или даже слегка превышать их, необходима уверенность в себе. Чтобы делать это опять и опять, невзирая на скептицизм и насмешки, необходимо что-то большее».

Креативная, или творческая, деятельность иногда носит откровенно бунтарский революционный характер, поскольку призвана разрушать устоявшиеся стереотипы мышления и поведения.

В творческой деятельности важен мотив достижения, т.е. внутренне побуждение сделать работу наилучшим образом. Степень удовлетворенности достигнутыми результатами работы взаимосвязана с самооценкой творца, таким образом, неудовлетворенность потребности в самоуважении может служить достаточно сильным стимулом к активизации творческого труда.

В данном контексте уместно привести закон, сформулированный философом У. Джемсом:

$$\text{Самооценка} = \text{Успех} / \text{Уровень притязания}$$

Но что делать, если уже поставлена задача, найти для нее нестандартное решение жизненно необходимо, и времени на посещение тренинга нет? В связи с этим возникает необходимость в применении одной или нескольких креативных методик. Креативные методики хороши тем, что требуют для проведения минимальные требования по материалам: бумага, наклейки, карандаши, флома-

стеры — как правило это более чем достаточно для поиска новых идей. Различают три вида методик: открывающие, исследовательские и закрывающие.

Открывающие креативные методики:

**Метод Киплинга** этот метод основывается на последовательной постановке вопросов: Кто? Что? Когда? Где? Как? Почему? и подробных ответов на них в рамках поставленной задачи. Другое известное названия метода — 5W1H, от английских вопросов (What, When, Why, Who, Where and How). Вопросы могут видоизменяться (дополняться) в зависимости от ситуации. Цель. Метод позволяет открыть новые точки зрения на проблему. Также он полезен при выборе идеи для дальнейшего развития. Методика рассматривается через 6 основных вопросов, затем можно задать неограниченное количество дополнительных вопросов, важно не пропускать вопросы и записывать ответы.

**Ролевой мозговой штурм** - одна из базовых техник для поиска свежих решений со множеством вариаций. Ролевой мозговой штурм предполагает примерку на себя нестандартного для участника образа, например, актера Большого театра и т.д. Ограничений в выборе персонажа нет. Цель. Придумать решения, которые прежде было невозможно представить. Это весело, а с помощью смеха и веселья участники проще делятся своими идеями. Суть метода: на стену крепится большой формат бумаги, каждый участник входит в выбранную роль, и делаясь своими идеями на бумаге, ему нужно действовать, как актёру. В конце, когда все роли сыграны, а мысли записаны, лучшая идея выбирается с помощью голосования. Существует так же противоположный метод - **обратный мозговой штурм**, эта методика направлена на создание абсолютно ужасных зеркальных и провальных решений, такой подход позволяет получить новый взгляд на проблему, заметить детали, которые казались бесполезными. Наряду с вышеизложенными методами есть **мозговой штурм на основе изображений** – этот метод базируется на принципе, что все люди мыслят образами, цель отвлечься от слов, и включить воображение. При изучении группы методов, объединенных принципом мозгового штурма, следует обратить внимание на еще один метод - **визуальный мозговой штурм**. При визуальном мозговом штурме участники бессистемно делают рисунки. Это стимулирует невербальную активность правого, полушария, что полезно при поиске новых точек зрения, идей и мыслей относительно проекта [5].

**Яблоки**- это простое упражнение, направленное на активизацию творческой мысли участников. Выполнение упражнения может носить групповой или индивидуальный характер. Участники в тишине, на листах бумаги рисуют, заполняют его как можно большим количеством нарисованных яблок за 10-15 минут.

Исследовательские креативные методики:

**120 комнат**

Этот метод — настоящий вызов: участникам нужно «заселить» свои идеи в 120 комнат. Цель метода - ситуации, в которых необходимо подтолкнуть

группу и ускорить работу над проектом. Методика – в доме 120 комнат, для каждого помещения есть свое предназначение, оставлять комнаты пустыми нельзя. Участники должны продумать содержание и функции каждой комнаты. Участники могут мыслить абсурдно.

**Случайные слова.** Суть метода заключается в поиске (записи) новых ассоциаций к случайным словам, историям, или фразам в течении 1 минуты. Затем проводится параллель с решаемой проблемой.

Закрывающие креативные методики:

**Обратная связь «для чайников»** - самый эмоциональный метод.

Описание. Обратная связь важна для подведения итогов работы группы от 2-х до 20-ти человек. Но иногда принимать её бывает достаточно трудно: каждый воспринимает фидбэк по-своему. Этот метод может привести обратную связь к равномерному распределению рекомендаций для каждого из участников.

Цель метода - обеспечить каждого участника указаниями по поводу дальнейшей работы. Раздайте каждому участнику стокеры из расчета  $(N - 1) \times 3$ , где  $N$  — количество участников группы. Каждый в итоге должен получить наборы из стокеров со словами «продолжай», «перестань» и «пора начать». Таким образом, участники высказываются о друг друге на стокерах, затем обмениваются ими в спокойном месте [5].

**Голосование за лучшую идею** В случае наработки массы идей, самым демократичным способом выбора становится голосование за лучшую идею.

**4 элемента.** Модель этой методики состоит из четырёх элементов и описывает важные вопросы, необходимые для организации качественной работы над выбранной идеей. Необходимо проверить идею по 4 критериям.

Увлечение. Увлекает ли вас эта идея? Если нет, скорее всего, команда потерпит поражение, и клиент это заметит.

Сочетания. Сократите число идей, не вычеркивая их совсем: многие из них могут быть похожи и станут полезными дополнениями основной идеи.

Дискуссия. Примите сторону одной из идей и проведите дискуссию с участниками группы. Затем поменяйтесь идеями и вновь проведите дискуссию.

1-10. Оцените все идеи по шкале от 1 до 10.

Участники могут создать свою авторскую методику, которая будет максимально эффективной в решении конкретной задачи, ведь каждый из нас обладает своим арсеналом средств. Ярким примером является метод С. Дали. Он сидел перед чистым холстом, держа в руке ключ, сидел так, пока не начинал засыпать. Когда ключ падал, ударяясь о пол он звенел и будил художника. Дали брал кисть и пытался перенести на холст сюрреалистические образы, которые возникали в сознании на границе бодрствования и сна.

В данной статье рассматривались далеко не все методики, ведь на сегодняшний день их существует около 50, но главной задачей всех существующих методик является организация процесса поиска нестандартных смелых идей и

решений. Так же в данной статье были рассмотрены три вида методик: открывающие, исследовательские и закрывающие, даны характеристики методов, связанных с креативной деятельностью, выяснили что креативные методики меняют или задают направление хода мыслей и помогают увеличить вероятность получения ярких и неординарных идей.

*Список литературы:*

1. Рындак, В.Г. Педагогика креативности: монография / В.Г. Рындак. – М.: Издательский дом «Университетская книга», 2012. – 284 с. ISBN 987-5-9792-0057-6.

2. Фромм Э. *Иметь или быть.* / Э. Фромм – М.: Прогресс, 1990. – 270 с. ISBN: 978-5-17-094536-8.

3. Грановская Р.М. *Творчество и конфликт в зеркале психологии* / Р.М. Грановская– СПб.: «Речь», 2006. - 416 с. ISBN: 5-9268-0438-8.

4. Флорида Р. *Креативный класс: люди, которые меняют будущее* / Р. Флорида – М.: «Классика-XXI», 2007. – 430 с. ISBN: 5-89817-086-3.

5. <http://donskih.ru/2017/09/kreativnye-metodiki>.

6. <http://projectofhow.com>.

7. Педагогическая креативность как ведущий компонент структуры педагогической одарённости / Педагогическое образование и наука: научно-методический журнал. / Е.Е. Антонова - № 12. – М.: Международная академия наук педагогического образования, 2008. – С. 92-98.