

Креативное мышление: как научиться мыслить нестандартно?



СОДЕРЖАНИЕ

- 3** Вступление. Дар или универсальный навык?
- 4** Что такое креативность: модели и факторы влияния
- 11** Системная креативность: зачем организациям творческое мышление?
- 15** Тренд: создание внутренних креативных команд
- 17** Как создать среду в организации для развития креативности?
- 25** Кейс: арт-медиация для создания культуры соучастия
- 28** Памятка: принципы проведения мозгового штурма онлайн и офлайн
- 30** Мифы и методологии развития креативности
- 39** Советы: как развивать в себе любознательность?
- 42** Дополнительные материалы

ВСТУПЛЕНИЕ. ДАР ИЛИ УНИВЕРСАЛЬНЫЙ НАВЫК?

Творческое мышление и незаурядные способности зачастую ассоциируются с великими умами (например, Эйнштейном или Моцартом), представителями креативных профессий (например, Стивеном Спилбергом, Мадонной, Дали). Творчество связывают с индивидуализмом, нон-конформизмом, отрицанием устоев и правил. Кажется, такие качества нужны единицам, но никак не каждому, и уж точно они неуместны в мире корпоративных стратегий.

Но практика показывает другое. Глобальные кризисы и скорость экономических изменений лишают нас возможности действовать проверенными способами. Любой организации жизненно необходимо постоянно изобретать новые подходы, продукты и решения, чтобы выжить и развиваться на крайне конкурентном рынке. Это приводит к необходимости рассматривать креативность не как отличительную черту отдельных выдающихся личностей, а как необходимое для выживания качество — способность создавать эффективные и оригинальные решения для комплексных проблем, с которыми ранее никто не сталкивался.

Кроме того, представление о природе креативности за последние десятилетия сильно изменилось. Благодаря исследованиям в области когнитивной и социальной психологии мы знаем, что решающее влияние на развитие творческих способностей оказывают воспитание и среда, а вовсе не врожденные данные. Значит, креативность можно развивать, как любой другой универсальный навык, встраивая ее в образовательные стратегии.

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ МЫ РАЗБИРАЕМСЯ:

- 1 Как устроена креативность?
- 2 Зачем развивать творческое мышление сотрудникам и руководителям?
- 3 Оправдано ли создание внутренних креативных команд?
- 4 Как создать среду для развития креативности в организации?
- 5 Чему учит опыт искусства?
- 6 Как освоить творческий подход к решениям нестандартных и стандартных задач?

В выпуске мы делимся памяткой по организации мозгового штурма и советами по развитию любознательности. Надеемся, они помогут вам в поисках очередной оригинальной идеи.

ЧТО ТАКОЕ КРЕАТИВНОСТЬ: МОДЕЛИ И ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ



Креативность — это умение создавать что-то новое или оригинальное, при этом полезное или пригодное для использования.

Марк Ранко



Авторы доклада The Future of Jobs, представленного на Всемирном экономическом форуме в Давосе в 2016 году, прогнозировали, что к 2020 году работодатели больше всего будут ценить в своих сотрудниках умение комплексно решать проблемы, критическое мышление и креативность. По результатам их исследований, креативность должна была подняться с 10 места топ-навыков, которое она занимала в 2015 году, и войти в первую тройку. Прогнозы оказались верны. В начале 2020 года аналитики LinkedIn опубликовали исследование Workplace Learning Report на основе данных от специалистов в области развития и обучения персонала, учащихся и менеджеров, ответственных за внедрение образовательных технологий по всему миру. Результаты исследования показали, что креативность является самым востребованным мягким навыком при найме новых сотрудников¹.

Сам термин порой вызывает недовольство у противников англицизмов: зачем использовать кальку с английского creativity, если в русском языке есть словосочетание «творческие способности»?

Как часто бывает при заимствованиях в языке, дело не в моде на неологизмы, а в расслоении смыслов. Понятие «креативность» возникло для обозначения новых характеристик творчества, которые стали важны в современности и имели другое значение в предыдущие эпохи. Разделение понятий «креативность» и «творческие способности» произошло, когда стало важным говорить о творческом процессе в таких сферах, как предпринимательство, менеджмент, производство, где процесс создания нового всегда ориентирован на практический результат. В новой экономической реальности постсоветской России это слово сначала прижилось в среде создателей рекламы, но быстро было подхвачено областью образования и корпоративного обучения.

Зарубежные исследования демонстрируют изменения в понимании творчества в рамках психологии и социологии. В 1926 году социальный психолог Грэм Уоллес предложил одно из первых описаний стадий креативной деятельности, основанное на опыте видных ученых и художников, которым они делились с широкой публикой. В его описании большую роль играли бессознательные процессы и озарение. В 1950 году новый президент Американской психологической ассоциации Джой Пол Гилфорд в своем программном выступлении призвал ученых исследовать когнитивные механизмы в основе креативности. Креативность стала изучаться как личностная характеристика, присущая не единичным одаренным людям, а каждому человеку.

Позже креативность стала интересовать исследователей как способность находить оригинальные решения проблемы, разрабатывать продукты и идеи. В 1980-е годы Тереза Амабайл и другие представители Гарвардской школы бизнеса рассматривают креативность как один из универсальных навыков, который проявляется на рабочем месте, и начинают изучать условия внутри организаций, способствующие творчеству.

¹ LinkedIn Workplace Learning Report <http://sber.me/?p=gH64M>

МОДЕЛИ КРЕАТИВНОСТИ

Модели креативности, которые появлялись на протяжении XX века, не исключают, а дополняют друг друга, позволяя сконцентрироваться на разных аспектах этого явления — от понимания когнитивных процессов до функционирования на уровне организаций.

МОДЕЛЬ ГРЭМА УОЛЛЕСА

Одна из первых моделей креативности была предложена английским социальным психологом и соучредителем Лондонской школы экономики Грэмом Уоллесом в 1926 году.

Уоллес выделяет 4 фазы креативной деятельности:



1. Подготовка. На этом этапе происходит сбор информации, формулировка задачи, планирование ее выполнения.



3. Озарение. Появление интуитивного решения зачастую в совершенно случайной ситуации. Является результатом цепочки ассоциаций.



2. Инкубация. Отстранение от задачи, во время которого не совершается прямых усилий для решения проблемы. В это время в сфере бессознательного происходят произвольные ментальные процессы, дается возможность работать бессознательным процессам.



4. Проверка. Проверка правильности возникших решений и их реализация.

Творчество часто ассоциируется у нас с самой неуловимой фазой — озарением. Модель Уоллеса хороша тем, что подчеркивает важность волевых усилий и сознательных действий, без которых озарение не случится и не приведет к результату. При этом креативная деятельность рассматривается как результат сознательных и бессознательных процессов.

СПРАВКА

Дивергентное мышление (от лат. *divergere* — расходиться) — понятие, введенное Гилфордом для обозначение мышления, идущего в разных направлениях для поиска множества решений одной проблемы. Противопоставляется конвергентному мышлению, направленному на точное использование ранее усвоенных алгоритмов для решения задачи.

АССОЦИАТИВНАЯ МОДЕЛЬ КРЕАТИВНОСТИ

Американский психолог Джой Пол Гилфорд рассматривал креативность как результат дивергентного мышления.

Другие исследователи утверждали, что конвергентное мышление не менее важно для креативности. Оно является необходимым этапом творческого процесса, на котором происходит выбор решения из всех предложенных дивергентным мышлением вариантов. Так, **ассоциативная модель креативного мышления** (С. Медник, Э. де Боно) рассматривает процесс создания новых идей как процесс последовательного перерождения одной мысли в другую путем создания и отбора ассоциаций. Чем более нестандартные, максимально отдаленные по смыслу ассоциации возникают на дивергентной стадии, тем более оригинальное решение получается на конвергентной.

Характеристики творческого мышления с точки зрения ассоциативной модели (на основе модели Дж. П. Гилфорда и Э. Торренса):



Беглость — умение рождать большое количество идей в единицу времени. Количество переходит в качество, поскольку снижается когнитивный контроль и многие потенциальные идеи не фильтруются на этапе их поступления за счет самокритики.



Гибкость — умение думать разными категориями решений (у Э. де Боно это называется «веером концепций»). Гибкость отвечает за способность постоянно задавать себе вопрос: «Как еще можно решить эту проблему? Что еще можно предложить?».



Оригинальность — умение строить длинные ассоциативные связи, которые позволяют прийти к нешаблонным решениям.



Михаил Герасимов

Методолог образовательных программ по развитию креативного мышления, most creative camp

Как работает ассоциативное мышление? Например, вы живете в городе Санкт-Петербурге, где часто идут дожди. Распространенная проблема этого города — мокрые уличные лавки. Если вы — представитель муниципальной власти, вам нужно решить эту проблему, но у нее нет шаблонного решения.

Ваш мозг начинает работать над задачей и строить ассоциативные ветки мышления, где одна идея приводит к следующей. Этот процесс задействует направленное и произвольное мышление. То есть к каким-то идеям вы приходите логически, а какие-то появляются у вас бессознательно.

В поисках решения вы начинаете размышлять: «Можно поставить навесы над лавочками (1 решение). Точно, надо их чем-то закрыть. Может быть, покрыть их лаком, который быстро высыхает (2)? Или вообще не давать им намочнуть и куда-нибудь спрятать (3), или сделать их мобильными (4). Может быть, сделать мобильной только верхнюю часть лавочки, на которой сидят люди (5)?» В итоге одна за одной в голову пришло пять идей, мозг переходил от одной к другой, отталкиваясь мыслью от мысли. В процессе вы отбрасываете неудачные варианты и приходите к решению, что сиденье лавки может прокручиваться, чтобы можно было повернуть мокрую сторону вниз, а наверх поместить сухую сторону.

Ассоциативная модель мышления позволяет разрабатывать инструменты для измерения отдельных параметров креативности. Так, существуют тесты на дивергентное мышление: испытуемому предлагается придумать как можно больше вариантов использования обычных вещей, найденные решения сравниваются с самыми распространенными у других испытуемых. Тест отдаленных ассоциаций (RAT) ставит задачу найти понятие, которое объединяет два других, взятых из максимально далеких областей.

СОВЕТ: КАК ИЗМЕРИТЬ КРЕАТИВНОСТЬ?

Измерение параметров креативного мышления можно проводить внутри организации, чтобы понять, как влияет на креативность рабочая среда, организационные изменения, мотивация и другие факторы.



1. ИЗМЕРИТЬ ОРИГИНАЛЬНОСТЬ

Дать одинаковую задачу разным командам. Одинаковые решения признать стандартными и рабочими, а команды, которые пришли к нестандартным решениям, следует попросить воспроизвести мыслительную цепочку. Это позволит отследить паттерны, которые приводят к новым идеям.



3. ИЗМЕРИТЬ ГИБКОСТЬ

Соединить идеи из предыдущего этапа по степени схожести. Скорее всего, команды, которые придумывали идеи только в одном направлении, создадут меньше идей всего (X) и меньшее количество рабочих и оригинальных идей (Y).



2. ИЗМЕРИТЬ БЕГЛОСТЬ

Дать одинаковую задачу разным командам и попросить их создать как можно большее количество решений. Затем попросить членов команды отметить все реализуемые и при этом оригинальные идеи: сколько всего идей они придумали (например, X) и сколько идей являются рабочими и оригинальными (например, Y). Скорее всего, окажется, что чем больше число X, тем больше Y. То есть количество перейдет в качество.

КОМПОНЕНТНАЯ МОДЕЛЬ КРЕАТИВНОСТИ

Автор модели, преподаватель Гарвардской школы бизнеса Тереза Амабайл, представляет креативность как сумму трех компонентов.



Навыки в предметной области — это знания и навыки, связанные с предметной областью, в рамках которой находится задача для решения.



Навыки творческого мышления — стили мышления и личностные характеристики, способствующие независимости, риску и новым взглядам на проблемы.

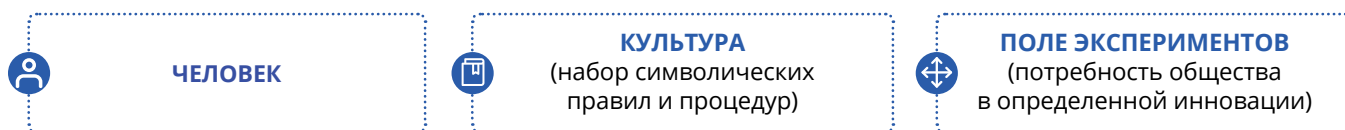


Мотивация для выполнения задачи — готовность заниматься решением из внутренних побуждений (любопытство, любовь к делу, удовольствие от поиска нестандартных решений и т. д.), а не из-за вознаграждения или внешнего наблюдения.

Для создания компонентной модели Тереза Амабайл исследовала опыт более 200 сотрудников различных организаций, занятых в творческих проектах. Ее интересовало, какие параметры рабочего окружения, профессионального и личного опыта, мыслительных процессов приводят к творческим решениям. Компонентная модель часто используется, когда речь идет о создании внутри организаций условий для проявления индивидуальной креативности.

МОДЕЛЬ МИХАЯ ЧИКСЕНТМИХАЙИ

Американский профессор психологии и исследователь креативности Михай Чиксентмихайи в своей книге «Креативность. Поток и психология открытий и изобретений» предложил модель, состоящую из трех элементов.



ЧЕЛОВЕК

КУЛЬТУРА

(набор символических правил и процедур)

ПОЛЕ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

(потребность общества в определенной инновации)

Креативность возникает, когда человек, использующий символы той или иной области знаний (музыки, механики, бизнеса, математики), порождает новую идею или видит новую закономерность, после чего придуманное им отбирается соответствующим полем для включения в область знаний. Таким образом, это результат взаимодействия творческих способностей человека и среды, в которой и для которой он творит. Без среды креативность не состоится.

В то же время Михай Чиксентмихайи подчеркивает важность личных усилий креативного человека, направленных и на усвоение культуры, и на взаимодействие со средой. Именно эти усилия обеспечивают развитие общества в целом.

МОДЕЛЬ 4К

Авторы модели 4К Джеймс Кауфман и Рональд Бегетто выделяют четыре уровня развития креативности.

МИНИ

К

1. Креативность, важная для субъекта. Это новая, личностно значимая интерпретация опыта, которая происходит во время учебы, выполнения заданий.

ПРО

К

3. Креативность, которая позволяет достигнуть профессионализма в выбранной сфере. Для ее развития необходимы годы усилий.

МАЛАЯ

К

2. Креативность, которую ценят другие. Возникает, когда на предыдущем этапе была получена необходимая для развития обратная связь и совершены дальнейшие успешные действия, результат которых могут оценить окружающие.

БОЛЬШАЯ

К

4. Креативность, оставляющая след в истории. Она присуща выдающимся личностям, но ее развитие невозможно без прохождения предыдущих стадий.

Четырехуровневая модель развития креативности подчеркивает поступательный характер формирования этого качества и роль образования в этом процессе.

ЧТО ВЛИЯЕТ НА КРЕАТИВНОСТЬ?

МЫШЛЕНИЕ

Влияние мышления на креативность можно рассматривать и с точки зрения когнитивных процессов, которые сопровождают создание нового, и точки зрения того, что происходит в мозге на уровне нейронов.

Вопреки распространенному мифу о творчестве как иррациональном акте, **критическое мышление** является не противоположностью креативности, а необходимым условием достижения результата. Оно подразумевает проверку предположений на основательность и логичность, обеспечивает необходимое сочетание новизны и пользы.



**Сергей
Филонович**

Профессор, декан
Высшей школы
менеджмента,
НИУ ВШЭ

Огромное количество открытий в физике было основано на творческом подходе, но под влиянием критического мышления. Например, специальная теория относительности была порождена одним простым вопросом, которым занялся Эйнштейн: что такое одновременность двух событий? Всем казалось, что это очевидно, а для его критического мышления ответ на этот вопрос казался не таким уж и очевидным. Последующая цепочка его размышлений и явила миру одну из важнейших физических теорий.

К СВЕДЕНИЮ:

Исследования нейрочученых свидетельствуют о том, что творчество включает в себя сложное взаимодействие между спонтанным и контролируемым мышлением². Исследователи обнаружили, что люди с высоким уровнем креативности (по результатам тестов на дивергентное мышление) способны одновременно задействовать области мозга, отвечающие за спонтанные решения и воображение, и области, отвечающие за контролируемые мыслительные процессы³. Обычно эти области не бывают активны в одно и то же время.

Мышление включает в себя алгоритмы решения проблем, которые используются в ситуациях, когда нужно создать что-то новое или найти нестандартное решение задачи. Эти алгоритмы лежат в основе различных методологий креативного мышления.

² Creative Cognition and Brain Network Dynamics
<http://sber.me/?p=tpBRN>

³ Robust prediction of individual creative ability from brain functional connectivity
<http://sber.me/?p=dMN61>



КУЛЬТУРА

С одной стороны, развитие цивилизации свидетельствует о том, что креативность была присуща человеку на протяжении всей истории. С другой стороны, каждое поколение может понимать это качество по-своему. Содержание креативности формируется и наполняется в зависимости от тех ценностей, которые доминируют в обществе.

И культура, и креативность — это многомерные феномены, отношения между которыми представляют собой сложную систему регуляции. Исследование международной группы ученых показало⁴, что культуры с разным набором ценностных установок могут в одинаковой мере поощрять индивидуальную креативность, при этом в разной степени стимулируя развитие ее компонентов. Например, в Китае, культуру которого характеризует коллективизм, большая дистанция власти, маскулинность и низкий уровень избегания неопределенности, поощрение креативности связано с повышением ценности компонента предметных навыков. В США, которые отличаются от Китая индивидуализмом и маленькой дистанцией с властью, предметные знания не играют такой роли, зато креативность развивается за счет высокой ценности нестандартного мышления.

СРЕДА

С самого детства креативность проявляется в результате регулярной деятельности в социокультурной среде, которая способствует формированию необходимых для нее навыков и внутренней мотивации. Семья, система образования, сверстники, сообщества по интересам, профессиональный коллектив — на протяжении всей жизни человек оказывается в среде, которая влияет на его креативность.

На основе работ психологов (К. Роджерса, П. Торренс, Лотри, Т. Амабайл) можно выделить общие характеристики среды, благоприятной для развития креативности:



дружественная атмосфера;



разнообразие социальных и несоциальных стимулов, воздействующих на различные аспекты развития мозга (так называемая обогащенная среда);



наличие ситуаций без шаблонных способов действий;



поощрение оригинальных самостоятельных решений и личной инициативы.

ОБРАЗОВАНИЕ

Креативность называют среди главных навыков XXI века, которые должны развивать современные системы образования. На практике не все к этому готовы. Например, исследование ВШЭ 2018 года показало: около 30 % учителей в российских школах считают, что креативности нельзя научить⁵. Не способствует развитию креативности и система оценивания, существующая в школах многих стран.

Развитие креативности должно начинаться со школы. Но учителя не учат терпимости к ошибкам, которая абсолютно необходима для творческого подхода. Прогресс всегда сопряжен с ошибками. В школе же за ошибки ставят плохую оценку, поэтому закрепляется восприятие ошибки как чего-то, что нужно избегать.

Безусловно, за обучение несет ответственность не только школа, но и родители. Это их роль — способствовать открытости, принятию иной точки зрения, готовности совершать ошибки.

⁴ Fostering creativity across countries: The moderating effect of cultural bundles on creativity
<http://sber.me/?p=4zcpq>

⁵ How the environment impacts creative thinking
<http://sber.me/?p=LQQvD>



Пьер Витторио Маннуччи

Профессор, доцент кафедры организационного поведения, Лондонская школа бизнеса

Чтобы школы развивали креативность, они должны создавать для этого благоприятную среду; ставить перед учениками задачи с возможностью множества решений, требующих самостоятельного поиска; обучать алгоритмам креативного мышления. Кроме того, важна поддержка учеников в воплощении их идей, в том числе в преодолении сложностей и неудач, которые неизбежны при создании нового.

В профессиональном образовании креативность тоже осознается важной частью учебного процесса. Здесь упор делается на практику: выполнение проектов, связанных с реальным производством, участие в научных исследованиях. Некоторые университеты вводят отдельные курсы по креативным технологиям (например, среди российских вузов — НИУ ВШЭ и Университет ИТМО), которые помогают студентам освоить алгоритмы решения нестандартных задач и генерации новых идей.

Но разрыв между реальной необходимостью креативных навыков в жизни и тем, что дает формальное образование, зачастую остается большим. Заполнить его помогают самообразование, курсы, тренинги, в том числе в рамках профессионального развития. Так, согласно упомянутому в начале статьи исследованию LinkedIn 2020 Workplace Learning Report, креативность входит в тройку приоритетных направлений обучения внутри компаний.

ВЫВОДЫ

Креативность — умение находить нестандартные, новые решения, применимые на практике. Ее можно рассматривать с точки зрения когнитивных процессов, социально-культурной обусловленности, необходимых наборов знаний и навыков. Понятие «креативность» преодолевает представление о творчестве как уделе одаренных, избранных и помогает увидеть значение творческих процессов во всех сферах жизни общества. В следующей статье рассматривается роль креативности в деятельности организаций.



THE JOURNAL OF EDUCATION
TECHNOLOGY

Желаете продолжить чтение?

Зарегистрируйтесь в сообществе EduTech Club.
Это совершенно бесплатно!

Зарегистрироваться

