

МЕТОДИКИ КРЕАТИВНОСТИ

Ташкент-2012

ПЛАН

Понятие методики креативности.

Задачи методики креативности.

Известные методики.

Метод Дельфи.

Метод Уолта Диснея.

Метод мозгового штурма.

Практическое применение.

Методики креативности (методики творчества)

- методы и техники, способствующие творческому процессу генерации оригинальных идей, нахождения новых подходов к решению известных проблем и задач
- помогают чётче формулировать задачи, ускорять процесс нахождения идей, а также увеличивать их количество, расширять взгляд на проблему и уничтожать ментальные блокады
- Методики не являются алгоритмами, следуя которым обязательно будет найдено решение задачи, зато они дают направление и дисциплину хода мыслей и увеличивают вероятность получения хороших идей
- Методики сокращают время поиска идей, организуя и делая более эффективным сам процесс поиска

- **Задачи методик креативности**
 - чётко сформулировать проблему
 - собрать исходные данные
 - структурировать исходные данные
 - всесторонне изучить исходные данные
 - сформулировать максимальное число решений
 - ускорить процесс генерации идеи
 - отбор оригинальных решений проблемы

Известные методики

Мозговой штурм

- оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных.

Теория решения изобретательских задач

- методология, набор инструментов, база знаний и технология моделирования для генерации инновационных решений проблем. ТРИЗ предоставляет инструменты и методы для формулирования проблемы, системного анализа, анализа отказов и паттернов эволюции (от «как есть» до «как должно быть»), основана изобретателем и писателем-фантастом Генрихом Альтшуллером в 1946 году.

Метод Дельфи

- базовым принципом метода является то, что некоторое количество независимых экспертов (часто несвязанных и не знающих друг о друге) лучше оценивает и прогнозирует результат, чем структурированная группа личностей. Позволяет избежать открытых столкновений между носителями противоположенных позиций так как исключает непосредственное групповое влияние, возникающее при совместной работе.

- Субъекты метода Дельфи:
 - группы исследователей, каждый из которых отвечает индивидуально в письменной форме
 - организационная группа – сводит мнения экспертов воедино



Этапы метода Дельфи

- Предварительный: подбор группы экспертов — чем больше, тем дольше — до 20.
- Основной: постановка проблемы — экспертам рассылается вопрос и предлагается его разбить на подвопросы. Организационная группа отбирает наиболее часто встречающиеся. Появляется общий опросник.
- этот опросник рассылается экспертам. Их спрашивают — можно ли добавить ещё что-то; достаточно ли информации; есть ли дополнительная информация по вопросу? В итоге получаем 20 вариантов ответов с дополнительными аспектами и информацией. На основе этого составляется следующий опросник.
- улучшенный опросник вновь рассылается экспертам, которым теперь надо дать свой вариант решения, а также рассмотреть наиболее крайние точки зрения, высказанные другими экспертами.
- Процесс повторяется, пока не будет достигнута согласованность между экспертами, или не будет установлено отсутствие единого мнения по проблеме.



Изучение причин расхождений в оценках экспертов позволяет выявить незамеченные ранее аспекты проблемы и зафиксировать внимание на вероятных последствиях развития анализируемой проблемы или ситуации. В соответствии с этим и вырабатывается окончательная оценка и практические рекомендации. Обычно проводится три этапа, но если мнения сильно разнятся - то больше.

Технические недостатки

время проведения зависит от средств коммуникации экспертов.

Опрашиваемые должны уметь хорошо излагать свои мысли, так как данный метод основан на получении информации в письменной форме, в противном случае обработка затрудняется

анкетируемые должны обладать высоким уровнем мотивации, так как отсутствует поощрение за заполнение анкет.

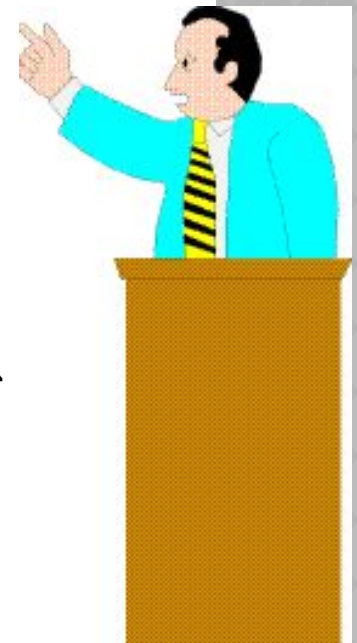
Латеральное мышление (Эдвард де Боно).
Британский врач Эдвард де Боно предложил множество методик творчества и мышления. Он является автором понятия латеральное мышление, которое отличается от основанного на привычных паттернах вертикального мышления, тем, что ставит под вопрос исходные условия. Одним из примеров латерального мышления является техника шести шапок (белая – аналитическое мышление, красная – эмоциональное мышление, чёрная – критическое мышление, жёлтая – оптимистическое мышление, зелёная – творческое мышление, синяя – мышления в большой перспективе). В метафорическом понимании, надевая каждую из шапок человек может взглянуть на проблему с нескольких точек зрения.

Синектика (Уильям Гордон).

Методика творчества под названием синектика была разработана Уильямом Гордоном и Джорджем Принсом в компании Arthur D. Little Invention Design Unit в 1950 гг. В методике участники пытаются «сделать известное странным, а странное – известным». Методика состоит из десяти шагов: анализ и определение проблемы, предложения спонтанных решений проблемы, новая формулировка проблемы, построение прямых аналогий, построение личных аналогий, построение символических аналогий, снова построение прямых аналогий, анализ прямых аналогий, перенос аналогий на проблему и разработка подходов к решению.

Метод Уолта Диснея – методика креативности, которая проводится в форме ролевой игры, в которой участники рассматривают поставленную задачу с трёх точек зрения: творческой, реалистичной и критической. Названа в честь американского мультипликатора Уолта Диснея. Автором методики является Роберт Б. Дилтс. Метод известен также в нейролингвистическом программировании (НЛП) как стратегическая модель НЛП.

Метод мозгового штурма (мозговой штурм, мозговая атака, англ. *brainstorming*) – оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания. Изобретателем метода мозгового штурма считается Алекс Осборн, сотрудник рекламного агентства BBDO.



Этапы и правила мозгового штурма

- **Постановка проблемы. Предварительный этап.**
 - Проблема должна быть четко сформулирована. Происходит отбор участников штурма, определение ведущего и распределение прочих ролей участников в зависимости от поставленной проблемы и выбранного способа проведения штурма.
- **Генерация идей.**
 - Основной этап, от которого во многом зависит успех всего мозгового штурма.
- **Группировка, отбор и оценка идей.**
 - Этот этап часто забывают, но именно он позволяет выделить наиболее ценные идеи и дать окончательный результат мозгового штурма.

В мозговом штурме участвует коллектив из нескольких специалистов и ведущих. Перед самым сеансом мозгового штурма ведущий производит четкую постановку задачи, подлежащей решению. В ходе мозгового штурма участники высказывают свои идеи, направленные на решение поставленной задачи, причём как логичные, так и абсурдные. Если в мозговом штурме принимают участие люди различных чинов или рангов, то рекомендуется заслушивать идеи в порядке возрастания ранжира, что позволяет исключить психологический фактор «соглашения с начальством».

Практическое применение.

Методики стимуляции творческого мышления применяются во многих сферах жизни, которые требуют оригинальных идей. Среди прочего, использование методик таких как теория решения изобретательских задач и морфологический анализ распространено среди инженеров и изобретателей. Методики латерального мышления применяются в сфере бизнеса и рекламы. Метод Уолта Диснея и мозговой штурм используются во время дискуссий по проблемным вопросам различных отраслей. Методика SCAMPER часто используется для разработки новых продуктов. Часто для облегчения процесса решения проблем творческим путём используются графическое изображение идей в виде карты мыслей, диаграмм Исикавы и подобных приёмов.

Спасибо всем!

