

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ОСНОВАМ ДИЗАЙНА

М. В. Соколов, Д. И. Колесникова (г. Новосибирск)

В статье рассматриваются основные задачи по развитию креативных способностей у студентов-дизайнеров в процессе профессиональной подготовки. Предлагаются подходы к развитию креативности в области дизайна с опорой не только на индивидуальную, но и командную работу. Уделяется внимание формированию умения представлять свой проект.

Ключевые слова: креативные способности, креативность, дизайн, производственная сфера, продуктивность, гибкость, оригинальность, проработанность, проблемные ситуации.

DEVELOPMENT OF CREATIVE ABILITIES OF STUDENTS IN THE PROCESS OF LEARNING THE BASICS OF DESIGN

M. V. Sokolov, D. I. Kolesnikova (Novosibirsk)

The article reveals the main tasks for the development of creative abilities among design students in the process of professional training. Approaches to the development of creativity in the field of design are proposed, relying not only on individual development, but also in the process of teamwork. Attention is paid to the development of skills to present your project.

Keywords: creative abilities, creativity, design, production sphere, productivity, flexibility, originality, elaboration, problem situations.

Текущее столетие называют веком креативных людей. Креативные способности ценятся в бизнесе, науке, политике, культуре и других сферах, где конкуренция играет немаловажную роль. В бытовой сфере креативный человек – это индивид, способный использовать предметы, обстоятельства и обстановку необычным способом, находя нетривиальные решения сложившейся проблемы, по-другому такого человека можно назвать смекалистым.

В начале нулевых понятие «творчество» заменяется понятием «креативность», главной задачей которого является создание не столько новых продуктов, сколько новых, незаурядных путей создания этих продуктов, а также систем и последовательных операций создания самих новых путей и систем. Репродуктивность является «болью» XIX в., так как большинство привыкло работать по определенному

Соколов Максим Владимирович – доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой декоративно-прикладного искусства Института искусств, Новосибирский государственный педагогический университет; член Союза дизайнеров России.

M. V. Sokolov – Novosibirsk State Pedagogical University.

Колесникова Диана Игоревна – магистр программы «Дизайн-образование» Института искусств, Новосибирский государственный педагогический университет.

D. I. Kolesnikova – Novosibirsk State Pedagogical University.

сценарию и шаблону. Производственная сфера становится неразрывной частью креативного кластера, впитывая в себя огромную часть креативной и творческой энергетики [11]. Можно сказать, что понятие «креативность» сегодня стало новым феноменом.

Мы будем опираться в этой статье на выделенные Д. П. Гилфордом четыре компонента креативности [4; 13].

Продуктивность, беглость или *производительность (fluency)* – показатель характеризует «скорость» творческого познания и обусловлен общим количеством новых понятий и объектов, возникших за определенный промежуток времени.

Гибкость (flexibility) – описываемый фактор определяет способность предлагать неординарные решения, базирующиеся на разных алгоритмах или из разнородных областей знаний. Человек может обладать высоким уровнем творческой продуктивности, но все его идеи могут быть одного и того же типа.

Оригинальность (originality) – коэффициент, который характеризует оригинальность творческого мышления, нестандартный подход к ответу на творческие задачи и детерминирован количеством редких творческих решений и своеобразием структуры ответов.

Проработанность (elaboration) – определяется детализированностью и уточненностью образов творческого мышления, проработанностью предлагаемых концепций и идей. Творческий процесс для многих индивидов отличается довольно неглубоким мышлением. Но зачастую необходимо, чтобы креативность человека была логичной, упорядоченной и обоснованной.

Ученый Э. Торранс вывел свое определение креативности, обозначив его как процесс чувствительности к проблемам, дефициту или пробелам в знаниях, определения трудности, поиска решений, выдвижения гипотез, неоднократной их проверки и, наконец, сообщения результатов. Э. Торрансом разработан ряд достоверных инструментов для измерения креативного потенциала личности [9].

Другой знаменитый ученый М. Роудс собрал и проанализировал более сорока определений креативности для получения первой модели креативности. Эта модель включает четыре независимые переменные, охватывающие процесс, личность, среду и продукт (*personality, process, product, press*) [6].

Педагогика рассматривает креативность аналогично позиции проблемных ситуаций, представляет способность изменять «стереотипное решение» на новое, более логичное и удобное; оригинальное решение, которое способно решить огромное количество задач в регулярно изменяющихся условиях:

– умение принимать решения в различных ситуациях; представляет собой набор следующих компетенций;

- умение заявлять о своих потребностях и интересах;
- умение находить другие источники информации;
- умение принимать решения в разных педагогических ситуациях;
- способность генерировать оригинальные способы решения проблемы [1].

К психоаналитическому определению относится следующее определение: креативность (от англ. *creative* – творческий) – это творческие способности или возможности человека, которые могут проявляться в чувствах, общении, мышлении, других видах деятельности. По мнению А. Маслоу, креативность – творческая направленность, врожденно свойственная всем людям, но теряемая большинством со временем [8].

Для полного понимания проблемы креативности необходимо изучить порядок действий от выявления проблемы до готового решения. В исследовании креативного процесса, начатом Г. Уоллесом, выделяются следующие четыре этапа [2]:

- 1) подготовка (оценивание текущей проблемы);
- 2) инкубация (умственная движущая сила);
- 3) озарение (обдумывание);
- 4) проверка (оценка).

Эта структура и последовательность творческого процесса принята ученым сообществом, учеными-практиками, а также стала основой для многочисленных моделей творческого процесса, которые разработаны и изучены с течением времени. Креативный продукт – это все необычное, оригинальное и полезное, что появляется в результате изобретательского мышления или применения творческих методов, включенных в процесс творческого мышления. Новое может варьироваться от идей до физических материальных продуктов и нематериальных услуг и процессов.

Таким образом, можно сделать вывод, что креативность – это огромный рычаг, с помощью которого индивид будет развиваться в большей степени.

В работе со студентами-дизайнерами намечены основные направления развития креативных способностей:

- активизация генерирования большого количества идей в ограниченное время с опорой на развитое творческое воображение;
- развитие навыков решения нестандартных проблем;
- развитие навыков оперативного применения знания, умения и навыков, которые были получены в процессе теоретического обучения;
- освоение приемов превращения провокационной идеи в реалистичную и осуществимую;
- развитие уверенности в себе, способности идти на обдуманый риск с опорой на предыдущие собственные или командные достижения;
- укрепление творческой позиции, направленной на самосовершенствование, стремление к личностному росту, самоактуализации, творческому взаимодействию.

Возвращаясь к вопросу значимости креативных способностей в профессиональной сфере дизайнера, следует подчеркнуть, что понятие «дизайн» подразумевает в первую очередь незаурядное, удобное, новаторское решение задачи, поставленной перед специалистом [12]. Создание дизайн-продукта начинается с решения определенной проблемы, дизайнеру важно найти такой путь решения, который удовлетворил бы несколько сторон: производителя, потребителя, а порой и интересы государства.

Приобретение навыков решения нестандартных задач в рамках экспериментального исследования проводилось исходя из нижеизложенного. Индикаторами креативности личности являются способность человека находить принципиально новые, неординарные подходы к решению проблем, а также успешность реализации собственных творческих идей и проектов в процессе межличностного взаимодействия [5]. Согласно проведенным исследованиям наиболее эффективно компетенция креативного мышления формируются в процессе самостоятельного осуществления той или иной деятельности, в ситуациях неопределенности и попыток студента самостоятельно справиться с некоторыми проблемами. С этой целью проводились занятия с использованием интерактивных форм обучения, которые заставляли студентов самостоятельно находить пути и варианты решения поставленной учебной задачи с опорой на ранее полученные знания. Сегодня это одно из важнейших направлений совершенствования процесса подготовки студентов наряду с проблемными заданиями [10].

Навыки оперативного применения знания, умения реализовывались за счет развития способностей к обоснованию предлагаемой творческой идеи в процессе предпроектного исследования.

Не всегда идею творца сразу поддерживают слушатели или заказчики, зачастую все новое воспринимается людьми негативно, так как проще идти по старому пути. Поэтому дизайнеру важно уметь обосновывать свою идею, доказывая ее актуальность, практичность и применимость в текущих жизненных условиях.

Некоторые ученые убеждены в том, что творческие личности имеют отличительные некогнитивные особенности, которые отличают их от лиц, не способных к творческому самовыражению. Это натолкнуло на предположение, что креативность может быть оценена на основе выраженности личностных качеств. Е. Ф. Зеер и Л. С. Попова рассматривают креативность как потенциал, проявляющийся в способности к конструктивному, нестандартному мышлению и поведению, а также осознанию и развитию своего личного опыта, основанного на успехах [7].

Уверенность в себе, в возможности реализации предлагаемых проектов опиралась на победы в предыдущих соревнованиях и конкурсах. Выстраивалась система участия в посильных конкурсах и выставках для каждого студента и студенческих групп. Это позволяло как отдельному студенту, участнику экспериментальной группы, так и творческому коллективу приобретать уверенность в своих силах и креативности своих проектов от менее сложных конкурсов и соревнований к более престижным и сложным.

В своем научном исследовании С. А. Водяха показал, какие личностные черты свойственны креативным личностям. Так, в его исследовании говорится, что «креативы отличаются способностью гибко и эффективно использовать свой экстраординарный уровень знаний, суждений и способность давать практические советы. Креативы в большей степени способны решать важные и сложные поведенческие и экзистенциальные проблемы» [3]. Также он указывает, что «лидерские качества креативов являются комплексом когнитивных и личностных образований, способствующих формированию харизматических черт, стремлению помогать другим людям, направляя и мотивируя их действия к коллективному успеху. Они способны управлять процессом группового решения в соответствии с собственными представлениями о групповой задаче. Креативы более мотивированы и способны находить и успешно выполнять роли лидера в различных социальных системах. Они также более авторитетны, доминантны, харизматичны и напористы в отношениях» [3].

Навыки командной работы необходимы каждому представителю социума в современном мире. На рынке существует тенденция «один в поле не воин», крупные корпорации для решения конкретных задач все реже ищут специалиста и все чаще отдают предпочтение командам из специалистов. Современный дизайн – это уже не отдельные гениальные личности, а команды, собранные для креативного решения особенно сложных задач. Команда обладает потенциалом для самообучения, поощряет своих членов к взаимному обучению, то есть члены команды вместе достигают большего результата по сравнению с индивидуальным процессом обучения. Способности, навыки и умение работать вместе, сообща, давая высокий результат, уводят нас от репродуктивного уровня, на протяжении многих лет доминирующего в системе образования.

Дизайн в более широком представлении не только направлен на эстетическое конструирование, но и участвует в решении широких социально-технических проблем функционирования производства, потребления и существования людей в пред-

метной среде, рационально конструируя ее визуальные и функциональные свойства на основе предпроектных исследований и создании проекта. Так как дизайн является неотъемлемой частью бизнеса, то важно помнить, что на решение дизайн-задачи отводятся определенные сроки, поэтому генерация большого количества идеи за минимальное время позволит специалисту этой области быть более востребованным на рынке.

В целом предложенный подход в распределении задач и активном применении проблемных методов обучения, поэтапного усиления сложности участия в конкурсах и освоения навыков командной работы для развития лидерских качеств способствует развитию креативных способностей студентов-дизайнеров в процессе их профессионального обучения.

Список литературы

1. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. – М.: Большая Рос. энцикл.; СПб., 2000.
2. Борзенкова И. В., Беляева Е. В. Проблема развития креативности в юношеском возрасте [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-razvitiya-kreativnosti-v-yunosheskom-vozhraze> (дата обращения: 14.06.2021).
3. Водяха С. А. Особенности достоинств личности креативных студентов // Педагогическое образование в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-dostoinstv-lichnosti-kreativnyh-studentov> (дата обращения: 16.06.2021).
4. Гилфорд Дж. Три стороны интеллекта // Психология мышления. – М., 1965. – С. 434–437.
5. Голубчикова М. Г., Харченко С. А. Способность к диалогу и генерации новых идей как результат развития учебной самостоятельности студентов в процессе кластерного взаимодействия [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spособnost-k-dialogu-i-generatsii-novyh-idey-kak-rezultat-razvitiya-uchebnoy-samostoyatel'nosti-studentov-v-protse-sses-klasternogo-vzaimodeystviya> (дата обращения: 14.06.2021).
6. Дрейзин И. В. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии и педагогике [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-issledovaniya-problemy-kreativnosti-v-zarubezhnoy-psihologii-i-pedagogike> (дата обращения: 14.06.2021).
7. Зеер Э. Ф., Попова Л. С. Влияние уровня креативности на преодоление барьеров профессионального развития педагогов // Образование и наука. – 2012. – № 1. – С. 94–106.
8. Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб., 2003. – 290 с.
9. Мороз В. В. Обзор зарубежных теорий креативности [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-zarubezhnyh-teoriy-kreativnosti> (дата обращения: 14.06.2021).
10. Соколов М. В., Новоселов С. А. Особенности развития дизайн-мышления при подготовке магистров дизайн-образования // Педагогическое образование в России. 2020. – № 3. – С. 158–163.
11. Соловьев М. С., Латкин В. В. Творчество и креативность [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorchestvo-i-kreativnost> (дата обращения: 23.05.2021).
12. Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А. А. Ивина. – М.: Гардарики, 2004. – 1072 с.
13. Guilford P. Intelligence, Creativity and Their Educational Implications. – R. R. Knapp, 1968. – 229. p.