

УДК 316.46:338

**МЕТОДЫ АКТИВИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ
И РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ****Е.В. ФАНДОРКО***(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

В данной статье речь идёт о возможных методах, которые могут использоваться для активизации творческого состояния и развития креативной деятельности у сотрудников и вышестоящих лиц той или иной организации, фирмы, компании с целью решения поставленных задач и достижения успеха в бизнес-деятельности.

В настоящее время креативность и её факторы являются основой успешной деятельности организаций, фирм, предприятий и компаний, т.к. именно креативность способствует быстрому принятию решений, разработке принципиально новых и оригинальных стратегий, внедрению инноваций и выполнению других важных управленческих функций. Креативность даёт возможность генерировать новые идеи и реализовывать их в успешные бизнес-идеи.

Креативность в переводе с английского языка (create) означает «создавать», «творить» и предполагает наличие творческих способностей у индивида, готового к принятию и созданию принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных или принятых схем мышления [1].

В Гарвардской школе бизнеса считают, что «креативность любого индивидуума складывается из взаимодействия трёх компонентов: компетентности, умения творчески мыслить и мотивации» [2, с. 12]. Компетентность – это сумма знаний, которыми обладает человек; умение творчески мыслить определяет гибкость и изобретательность в поиске решения проблемы, а от мотивации зависит то, как человек будет использовать свою компетентность и творческое мышление.

Основные свойства креативной личности – воображение и нестандартность. Креативное мышление имеет следующие особенности: беглость, чёткость, гибкость, чувствительность к проблемам, оригинальность, изобретательность, конструктивность при решении задач. Это указывает на то, что креативное мышление – это такой способ восприятия и реакции на события, который приводит к нестандартным вариантам решения задач или созданию креативного продукта.

При возникновении какого-либо рода проблемы всегда есть способ её решения. Креативное решение проблемы обычно происходит через феномен инсайта – внезапного интуитивного озарения, понимания сути поставленной проблемы и «внезапном» нахождении её решения.

Под *креативными методами* в данной статье на основе материалов монографии «Креативные методы в инновационном бизнес лидерстве» Н.П. Беляцкого и Е.В. Будовой, будут пониматься методы, способствующие развитию и активизации творческой деятельности сотрудников для достижения успеха современной компании, организации либо фирмы.

Креативные методы в инновационном бизнес-лидерстве следует разделять на организационно-управленческие и индивидуальные/групповые. *Организационно-управленческие* методы направлены на создание условий для креативной деятельности. Что же касается *индивидуальных/групповых*, то они направлены на создание творческого состояния и активизацию креативного мышления у одного сотрудника или группы сотрудников [3, с. 54–55].

Так как креативность является свойством личности, то её можно и нужно развивать, а также постоянно стимулировать. Для этого необходим благоприятный психологический климат и возможность обучения. Возможность обучения помимо традиционных форм также подразумевает самостоятельное мышление человека, критическое отношение к существующим авторитетам и мнениям, самостоятельный поиск необходимых ответов на возникающие вопросы.

Выделяют факторы, которые положительно влияют на творческую деятельность. Их условно можно разделить на два вида: внутренние и внешние. *Внутренние* факторы представляют собой желание самореализоваться и самоутвердиться, обрести признание общества, а также сюда относятся любопытство и любознательность. Говоря о *внешних* факторах, под ними подразумевается материальное и моральное стимулирование, продвижение по карьерной лестнице, увековечивание имени.

На уровень креативности влияют такие ресурсы как время, деньги и пространство, но важно знать, что как их недостаток, так и переизбыток отрицательно сказывается на творческой активности.

Для мотивации креативной деятельности необходимо добиться оптимального соотношения как стимулирующих, так и тормозящих факторов, максимально усилить влияние первых и ослабить влияние вторых [3, с. 55]. Одним из факторов стимулирования является предоставление сотрудникам определённых

ной степени свободы действий, т.к. это способствует творческой инициативе, позволяет реализовать творческий потенциал. Однако весь творческий процесс может прерваться в случае упадка мотивации сотрудника из-за ведения некоей отчётности или же давления со стороны руководства.

Следует отметить важность сближения потребностей работников с задачами организации в целом, т.к. это способствует созданию творческой атмосферы, в которой будут возникать новые идеи и реализовываться преобразования. Сложные творческие идеи и решения появляются в спокойной обстановке, поэтому творческая атмосфера является повышающим фактором эффективной деятельности современной организации, фирмы или компании.

Как было сказано выше, индивидуальные/групповые методы направлены на создание творческого состояния, которое способствует преодолению робости, нервозности и межличностных барьеров. Эти методы можно разделить на три группы: методы, действующие на социальном, физическом и психологическом уровнях.

Первые методы, которые действуют на *социальном* уровне, позволяют получить информацию о других участниках группы, настроиться на совместную коллективную работу. Методы, действующие на *физическом* уровне, дают возможность свободно работать друг с другом благодаря телесному взаимодействию. Благодаря методам, действующим на *психологическом* уровне, возникает необходимое состояние для творческой деятельности [3, с. 57].

Для повышения эффективности и продуктивности использования творческих способностей используются методы, направленные на активизацию процесса поиска новых идей. К таким методам относятся следующие:

- 1) мозговой штурм;
- 2) синектика;
- 3) классические методы активизации творчества;
- 4) специальные и современные методы активизации творчества [3, с. 59, рисунок 4].

Мозговой штурм можно применять для активизации креативного мышления, как в группе, так и индивидуально. Этот метод характеризуется соперничеством между членами группы в создании быстро изменяющейся последовательности идей.

Основная задача *синектики* – развитие креативного видения, реализующаяся через взгляд на проблему с другой точки зрения, достигаемой через построение аналогов. Существует три типа аналогии: персональная, прямая, символическая [3, с. 61]. Прямая аналогия характеризуется конкретностью, а символическая – абстрактностью. Что же касается персональной, то её основной характеристикой является отождествление человеком себя самого с тем или иным объектом, предметом, существом.

К *классическим* методам относятся: визуальное мышление, управляемая визуализация, метод аналогий и метафор и др [3, с. 61–62].

Методы, использующие технику *визуального мышления* можно использовать при создании новых идей, их закреплении, анализа и упорядочивания информации, принятия решений, повышения ясности мыслей и воспоминаний. В этих методах используются приёмы образного моделирования, построение диаграмм, схем, графиков [3, с. 62].

К *специальным* современным методам активизации творчества относятся:

- 1) метод множественных формулировок (Т. Рикардс);
- 2) метод «Фокус-групп»;
- 3) моделирование;
- 4) решение проблем с помощью подсознания;
- 5) работа со снами и образами (Д. Глауберман) и др. [3, с. 62].

В процессе поиска новых идей может также использоваться метод *фокальных объектов* (автор Ф. Кунце), предполагающий присоединение к исходному объекту свойств или признаков случайных объектов [4]. Чаще всего этот метод применяется для усовершенствования известных устройств, а также при создании рекламы какого-либо товара. Однако также используется для развития и тренировки воображения.

Приведём пример. В качестве совершенствуемого объекта возьмём настольную лампу, а в качестве случайных – очки, сапог, парашют.

Характерными свойствами случайных объектов являются следующие:

- очки – солнечные, безопасные, блестящие;
- сапог – тёплый, детский, удобный;
- парашют – раскрывающийся, разноцветный, надёжный.

В соответствии с выделенными характеристиками случайных объектов, исходный объект, т.е. настольная лампа, обретёт новые характеристики:

- лампа солнечная, лампа безопасная, лампа блестящая;
- лампа тёплая, лампа большая, лампа удобная;
- лампа раскрывающаяся, лампа разноцветная, лампа надёжная.

На основании выделенных новых характеристик, возникают новые идеи:

- настольная лампа, работающая на подзарядке от солнечного света, настольная лампа с охлаждающимся плафоном, настольная лампа со встроенным проектором звездного неба;
- настольная лампа с обогревателем, настольная лампа в виде какого-либо животного, настольная лампа с маячком для домашних животных;
- складная настольная лампа, лампа с цветными фильтрами света, ударопрочная настольная лампа.

Немаловажным элементом успешной деятельности фирм, компаний и организаций сегодня является проведение всевозможных тренингов. Яркий пример этому компания «Transformation Leadership», которая узко сфокусирована на проведении трансформационных тренингов в сфере лидерства. Кроме того, тренинги пользуются особой популярностью у многочисленных компаний Европы, например, «American Business Association» [5].

Подытоживая, выделим основные методы инновационного бизнес-лидерства. К таковым относятся: организационно-управленческие методы, направленные на создание условий для креативной деятельности; индивидуальные (групповые) методы, направленные на создание творческого состояния и активизацию креативного мышления у одного сотрудника или группы сотрудников. Также используются такие методы как мозговой штурм, синектика, визуализация, моделирование, метод фокальных объектов, проведение тематических тренингов. Все эти методы объединяет одно – они направлены на развитие и реализацию творческого потенциала и креативности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] / Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А. А. Ивина. – М. : Гардарики, 2004. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/563/КРЕАТИВНОСТЬ. – Дата доступа: 24.05.2016.
2. Креативное мышление в бизнесе / П. Друкер [и др.] ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 228 с.
3. Беляцкий, Н.П. Креативные методы в инновационном бизнес-лидерстве / Н.П. Беляцкий, Е.В. Будова. – Минск : БГАТУ, 2014. – 188 с.
4. Кузьмин, А. М. Методы поиска новых идей и решений: метод фокальных объектов [Электронный ресурс] / А. М. Кузьмин. – 2003. – Режим доступа: http://nspt.ru/sites/default/files/metod_fokalnyh_obektov.pdf.
5. Крылова, Т. А. Лидерство в XXI веке: современные концепции / Т. А. Крылова // Экон. журн. – 2015. – № 1 (37). – С. 53–70.