

CRITERIA DEFINING THE CREATIVITY OF INTELLECTUAL AND MATERIAL PRODUCTS

Ibodathon Azizkhon kizi Mahmudova

Lecturer of the Department of "English Language" of the Fergana State University, e-mail:
mia.maxwell@mail.ru

Abstract: The characteristics and quality of any product is determined by certain criteria. Thus, regardless of the area in which a product is produced, criteria are established that determine its characteristics and quality. The accuracy of the criteria allows one to give a complete characterization of the product. Therefore, the formation of criteria for determining the creative nature of intellectual and material products was in the center of attention of researchers. The article examines the criteria that determine the creative nature of the intellectual and material product.

Key notions: Product, intellectual and material product, creativity, criteria that determine the creative nature of an intellectual and material product, originality, flexibility, creative mobility, improvement, aesthetic impact and practical value.

КРИТЕРИИ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КРЕАТИВНОСТЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ И МАТЕРИАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ

Ибодатхон Азизхон кизи Махмудова

Преподаватель кафедры «Английского языка» Ферганского государственного университета, e-mail:
mia.maxwell@mail.ru

Резюме: Характеристика и качество любого товара определяется определенными критериями. Таким образом, независимо от того, в какой области производится продукт, устанавливаются критерии, определяющие его характеристику и качество. Точность критериев позволяет дать полную характеристику продукта. Поэтому формирование критериев определения креативного характера интеллектуальных и материальных продуктов было в центре внимания исследователей. В статье рассматриваются критерии, определяющие креативный характер интеллектуального и материального продукта.

Ключевые понятия: продукт, интеллектуальный и материальный продукт, креативность, критерии, определяющие креативный характер интеллектуального и материального продукта, оригинальность, гибкость, креативная мобильность, усовершенствованность, эстетическое влияние и практическая ценность.

Процветание общества определяется прогрессивным развитием социальной, экономической и культурной сфер. В текущих условиях этот процесс, означающий “переход от текущего уровня развития к более высокому уровню” [7, с. 311], наблюдается во всех сферах производства. В последние десятилетия ускорилось развитие сферы производства и услуг. Скорость развития в этом отношении связана с продвижением и результатом творческих идей в соответствующих областях. Интересно, что творчество личности и проблема его развития еще не изучена так широко, хотя творческое отношение к работе более заметно в практике производства и услуг.

Хотя понятие “креативность” было впервые использовано Райем М. Симпсоном в 1922 году в его работе “Креативное воображение” (“Creative Imagination”) [1, с. 156], но эта тема не так давно изучается в странах СНГ, особенно в Узбекистане. Это связано с тем, что в прошлом в СНГ и Узбекистане опора на творческие идеи для организации деятельности изучалась в форме “творчества”.

Следует отметить, что большинство исследователей считают, что понятия “креативность” и “творчество” имеют одинаковое значение. Но эти два понятия имеют совершенно разное значение.

Говоря простым языком, творчество – это эмоциональная реакция, проявляющаяся на основе удовольствия от чего-либо, а креативность – это способность без труда создавать новые идеи даже в самых сложных ситуациях.

На протяжении последнего десятилетия в странах СНГ, в том числе и в Узбекистане, активно изучается проблема креативности личности и её развития, а также накоплен определенный опыт в этой сфере.

Результаты исследования, проведенного В.В.Морозом, подтверждают, что проблема развития креативных способностей личности ориентирована на изучение в глобальном масштабе.

В результате изучения исследований мирового уровня по данной тематике, анализа выдвинутых в них теоретических идей, автор выявил следующее: “с 1960 года десять тысяч исследовательских статей по креативности появилось в сотнях журналов и периодических изданий, свыше шестисот книг по креативности вышло в свет в 1990-х гг., и эти цифры увеличиваются с каждым годом в геометрической прогрессии” [3, с. 35].

Опираясь на результаты своих научных исследований, В.В.Мороз пришёл к следующему заключению: хотя понятие “креативность” рассматривается в течение многих лет в различных областях, в основном в исследованиях в области искусства и психологии, “роль креативности в обществе, включая бизнес, науку, образование значительна, однако еще полностью не раскрыта” [3, с. 35].

Следует отметить, что результаты исследования, проведенного В.В. Морозом, были опубликованы в 2016 году, и, естественно, вывод автора основан на ситуации до 2016 года [3]. За последние пятнадцать лет только в нескольких зарубежных странах (например, в Российской Федерации) и в Узбекистане проводились исследования по развитию личностной креативности в сфере образования.

В частности, Т.Ч.Алибоев (2021), Э.Бос (2008), С.Л.Буковский (2016), Г.Гарднер (2008), А.Г.Грецлов (2007), Е.П.Ильин (2009)), М.М.Кадырова (2013), И.А.Малахова (2011), А.Д.Роу (2007), А.И.Савенков (2014), М.Усманбаева (2020), М.Чиксентмихайи (2013)) и др. исследовали сущность креативности, формирование (развитие) креативных способностей у учеников и студентов, особенности этого процесса, а также факторы, влияющие на эффективность педагогического процесса. Кроме того, в Узбекистане “Креативная педагогика” как учебный предмет начали преподавать в вузах, сформировали ее терминологию и методику.

Дж.П.Гильфорд всесторонне изучал креативность и креативный подход личности к своей деятельности. Он оценивает состояние креативности как способность, создающую “интеллектуальный продукт” в следующих четырех критериях: оригинальность (способность понять и поставить проблему, умение излагать проблему с определенными ассоциациями, способность находить необычные, своеобразные, небанальные ответы); семантическая гибкость (логическая гибкость; способность показать основные особенности объекта и новые способы его использования); образная гибкость (способность изменять форму объекта таким образом, чтобы отражать признаки и возможности, которые определяют, вероятность его использовать иначе, чем раньше); спонтанная гибкость с точки зрения смысла (способность развивать разные идеи даже в неподчиненных ситуациях) [1, 163].

В то же время можно добавить следующее к мнению Дж.П.Гилфорда о критериях, определяющих креативные способности личности: новая, совершенно неожиданная интерпретация – уникальность; эстетическое влияние и практическая ценность.

Позже Дж.П.Гилфорд снова предложил следующие два критерия для оценки креативных способностей: способность усовершенствовать объект, добавив новые детали; способность решить (анализировать и синтезировать) проблему [4, 118]. Эти два качества (усовершенствование и решение проблемы) – это не критерии, определяющие креативность продукта, а способность личности создавать креативный продукт.

В связи с этим, Джой Пол Гилфорд рассматривает креативность одновременно, во первых, как продукт (оригинальность, гибкость, приспособленность: логическая и образная приспособленность), во вторых, как способность, которая позволяет создавать такой продукт (особенности личности; постановка проблемы, умение показать основные особенности проблемы, умение изменить форму, умение подчинить ситуацию, усовершенствование объекта, а также умение анализировать и синтезировать).

А Эллис Пол Торренс, с другой стороны, выдвигает предложение оценивать креативность по таким критериям, как беглость, количество идей, гибкость, разнообразие идей, оригинальность, уникальность идей, проработанность, детали идей [8].

В исследовании Р.Флориды увеличилось количество критериев, определяющих креативность, т.е. это беглость, чёткость, гибкость мышления, чувствительность к проблемам, оригинальность, изобретательность, конструктивность при их решении и др. [6, 248]. Следует отметить, что Ричард Флорида, как и Дж.П.Гилфорд, смешал критерии оценки креативности продукта и качества, присущие креативным способностям личности. На наш взгляд, скорость, точность, гибкость мышления, оригинальность являются критериями оценки креативности продукта, а чуткость к проблемам, изобретательность, практический подход к решению проблем – отличительные черты креативных способностей личности.

В своем исследовании Ю.А.Макарова изучала методологические аспекты оценки креативных текстов студентов, изложенных на иностранном языке. В качестве основных критериев оценки креативного “продукта” студентов автор выбирает: содержательность, связность и целостность; выразительность; оригинальность (специфичность); скорость; субъективный подход; отношение говорящего к речи; правильное выражение речи и её коммуникативная значимость [2, 197-198]. При учетывании мнения Ю.А.Макаровой, включение в перечень критериев находчивости и гибкости позволяет более эффективно оценивать креативный характер текстов студентов, изложенных на иностранных языках. Следует отметить, что в подходе Ю.А.Макаровой к исследуемой проблеме, как и в случае с Дж.П.Гилфордом, Р.Флоридой, допущена ошибка в определении критериев и личных креативных качеств. Субъективный подход, отношение говорящего к речи, правильное выражение речи, коммуникативная значимость считаются качествами, позволяющие личности создавать креативные продукты.

Исследователь М.Х.Усманбаева делает акцент на определении качеств, проявляющихся на основе креативных способностей личности. В результате теоретического анализа и изучения педагогической практики автор показывает, что следующие качества представляют собой совокупность качеств, отражающих креативные способности личности: творческая направленность; способность мыслить логически; эрудиция (изобретательность); обладание богатым воображением; творческая чуткость, инициативность; полная демонстрация творческих способностей; рефлексивная способность; эмоциональная насыщенность; умение рисковать; обладание скоростью мышления; развитие интуиции; умение выдвигать исключительные (оригинальные) идеи; обладание инновационной способностью; обладание высокими художественными ценностями; способность принимать новые решения на основе имеющегося опыта и знаний [5, 38-б.].

Здесь целесообразно дополнить мнение автора такими качествами, как умение восхищаться, наслаждаться природой и природными явлениями, иметь нестандартное мышление. Следовательно, восхищение, как и творчество, дает “толчок” для продвижения креативных идей. По сей день природа и

природные явления были и будут основой всех открытий, сделанных человечеством. Нестандартное мышление, с другой стороны, проявляется в интерпретации специфических особенностей объекта в новых ситуациях.

Согласно мнению исследователя, для того, чтобы уметь заниматься креативной деятельностью, специалист, в общем, каждая личность должна владеть определенными навыками. Этими навыками являются: гностические навыки; навыки проектирования; творческие и практические (конструктивные) навыки; исследовательские навыки; коммуникативные навыки; организаторские навыки; процессуальные навыки; технико-технологические навыки [5, 39-43-б.]. На наш взгляд, к этим навыкам правильно было бы отнести умение гармонизировать социальную активность с природой и навыки нестандартного мышления.

Идеи, выдвинутые в научных исследованиях, позволяют сделать определенный вывод. Креативные способности личности измеряются характеристикой созданных им интеллектуальных и материальных продуктов по следующим критериям: оригинальность; гибкость (логическая и образная гибкость); беглость; изобретательность; креативная мобильность; усовершенствованность объекта новыми деталями; совершенно новая, неожиданная интерпретация; эстетическое влияние и практическая ценность.

Следовательно, развитие творческих способностей человека приобретает особую актуальность в условиях человеческого фактора и необходимости эффективного использования его внутренних ресурсов. В истории развития педагогических идей эта проблема изучается в течение столетия. В современных условиях важность изучения этой проблемы возрастает. Основное внимание следует уделять развитию креативных способностей личности.

Литературы:

1. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2009. – С. 163
2. Макарова Ю.А. Оценивание иноязычных креативных текстов студентов как методическая проблема // Ж. Профессиональное образование в России и за рубежом. – М.: 2016. - № 4 (24). – С. 197-198.
3. Мороз В.В. Обзор зарубежных теорий креативности // Ж. Вестник Оренбургского ГУа. – Оренбург: 2016. - № 12 (200). – С. 35.
4. Савенков А.И. Основные подходы к диагностике креативности // Ж. Наука и школа. – М.: 2014. – № 3. – С. 118.
5. Усмонбоева М., Тўраев А. “Креатив педагогика асослари” модули бўйича ўқув-мет.мажмуа. – Т.: ТДПУ ҳузуридаги ПКҚТМО Тармоқ маркази, 2016. – 38-43-б.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Классика-XXI, 2007. – С. 248.
7. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. Н – Тартибли / 5 жилдли. Учинчи жилд. А.Мадвалиев таҳр.остида. Таҳрир хайъати: Э.Бегматов ва бошқ. – Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2007. – 311-б.
8. Fisher, Tamara. Creative Thinking // <https://www.edweek.org/education/opinion-creative-thinking/2011/07>.
9. Khodjayeva N. S., Mamurova D. I., Nafisa A. IMPORTANCE IN PEDAGOGICAL TECHNIQUES AND EDUCATIONAL ACTIVITY //International Engineering Journal For Research & Development. – 2020. – Т. 5. – №. CONGRESS. – С. 5-5.