

Програма за обучение

Тема	Творческо мислене, креативност	
Ключови думи	Творческо мислене, съставни части на творческото мислене, модели на творческо мислене, творческо начало, креативност, креативност в екипа, техника на креативност, дизайн мислене	
Разработена от	Университет в Дубровник, Хърватия	
Език	Български	
Цели	Настоящият модул въвежда определения за творческо мислене, посочва основните съставни части на креативността, разглежда модела на креативност 4P и излага основните видове креативност. Разглежда се творческото начало в екипа и се предлага набор от подбрани техники на креативност. Модулът обсъжда и дизайн мисленето.	
Очаквани образователни резултати	В края на модула ще можеш: 1. да даваш определение на творческото мислене, разглеждаш неговото значение и определяш съставните му части 2. да обясняваш модела на креативност 4P и обсъждаш видовете креативност 3. да разбираш как се създават творчески екипи 4. да определяш, обясняваш и прилагаш най-често срещаните техники на креативност 5. да разясняваш концепцията на дизайн мисленето	
Обучителна тема	Творческо мислене, креативност	
Индекс на съдържанието	1. Творческо мислене, креативност 1.1 Определяне на творческото мислене, креативността 1.1.1 Какво представлява творческото мислене, креативността? Значението на творческото мислене, креативността 1.1.2. Съставни части на творческото мислене и на модела на креативност 4P 1.1.3. Видове креативност 1.2 Креативност на екипа и техники на креативност 1.2.1 Преодоляване на личностните бариери пред креативността 1.2.2 Творческото мислене в екипа 1.2.3 Креативност на работното място	

	1.2.4 Техники на творческото мислене 1.3 Дизайн мислене 1.3.1 Рамка на дизайн мисленето 1.3.2 Модели на дизайн мисленето
Съдържание	1. Творческо мислене, креативност 1.1. Определяне на творческото мислене, креативността 1.1.1. Какво представлява творческото мислене, креативността? Значението на творческото мислене, креативността През последните десетилетия терминът „креативност“ (или „творческо мислене“) придоби широка употреба. Творческият подход е ключов за успеха в почти всички житейски ситуации, както лични, така и професионални. В днешния бързо променящ се, изпълнен с много предизвикателства свят да развиваш творческата си същност се е превърнало в необходимост. Нещо повече, творческото начало е едно от най-важните качества, търсени от всеки работодател при наемането на служители. Креативността е от ключово значение за обществото и тя оказва мощно влияние върху всички обществени сфери. Тя променя културата, начина, по който общуваме и прекарваме свободното си време, както и влияе на производството и потреблението (Westlund, Andersson and Karlsson, 2014). Съществуват безброй определения за креативност и е трудно да се спрем само на едно. А и липсва ясен консенсус как да се определи креативността. И все пак, Helfand et al. (2017) посочват, че има общ консенсус за определението ѝ, като повечето изследователи приемат тезата, че креативността е сбор от два основни елемента: (1) новаторство, оригиналност и (2) уместност, полезност или смисленост на задачата. Kaufman и Sternberg (2010) също отбелязват, че за творческите личности е присъщо създаването на нови, изненадващи и грабващи идеи. Sternberg (2019) изтъква, че най-важната променлива величина в творческото мислене е именно желанието да се мисли по нов, изненадващ и завладяващ начин. Речникът на английския език, издание на Университета в Кеймбридж, определя креативността като „способността да се създават или прилагат оригинални и необикновени идеи“, а речникът на Мериам-Уебстър определя термина като „способността да създаваш“ и „качеството да бъдеш креативен“.

Sternberg и Lubart (1999, стр. 3) определят креативността като „способността да се провежда дейност, която е едновременно и новаторска (т.е., оригинална, неочаквана) и подходяща (т.е., полезна, лесна за адаптиране съобразно ограниченията на задачата)“.

Съгласно Rothenberg (1990, стр. 5), „креативността е създаването на нещо, което е едновременно и ново, и истински значимо“. В този смисъл креативността се състои в това:

- (а) да си готов за нови идеи, да си гъвкав, да откриваш полезни и нови решения на проблемите на работното място и в личния си живот,
- (б) да припознаваш и изразяваш самобитната си личност, стил, цели, начин на общуване с околните, и
- (с) да можеш да се развиваш и променяш съгласно вътрешните си цели и външната реалност. Rothenberg също отбелязва, че креативността е присъща на всеки, независимо как я определяме.

Според Chaudhary (2018, стр. 171) „креативността е процес на развиване на оригинален, новаторски, но и подходящ отговор на един проблем“. В този контекст, под оригинален отговор се има предвид отговор, който обичайно не би бил даден; новаторски е отговор, който е нов и няма прецедент, а подходящ е този отговор, който се приема за подходящ за дадената ситуация.

Sternberg и Lubart (1991, 1992) предлагат своята Инвестиционна теория на креативността, според която креативността в голяма степен си е едно решение. По-точно това е решението дали в света на идеите да се купува на ниска цена и да се продава на висока. Творческите личности, точно като едни добри инвеститори, развиват идеи, които за времето си се считат за новаторски, а защо не и малко абсурдни. Може да се каже, че творческите личности „купуват своите идеи на ниска цена“. Когато идеите им добият гражданственост, творческите личности „продават на висока цена“, т.е. трупат ползи от добрата си идея и преминават към поредната непопулярна идея.

Sternberg и Lubart (1999) посочват, че креативността е важна както за отделните личности, така и за обществото като цяло. За отделната личност творческото начало е от съществено значение, когато се налага да се разрешават проблеми на работното място или в ежедневието. За обществото креативността води до ново научно познание, нови направления в изкуствата, изобретения и социални програми.

Икономическата значимост на креативността е очевидна, тъй като новите продукти и услуги създават нови работни места.

Креативността е съвкупност от действия, които превръщат новаторските и творческите идеи в реалност. Тя се характеризира със способността да се гледа на света по нов начин, да се намират скритите модели, да се правят връзки между привидно несвързани явления и да се разработват решения. Креативността включва два процеса: мислене и създаване.

(<https://www.creativityatwork.com/what-is-creativity/>).

Нещо повече, за да сме креативни, трябва да развиваме идеи с потенциал за висока ефективност, а потенциалът може да се преобразува или в успех или в провал в зависимост от социокултурните условия. Творческото мислене изисква потенциал за оригиналност; това е основно изискване, което включва новаторство, истинност и момент на изненада. (Corazza et al., 2021).

Като цяло креативността има две основни съставки:

- *Оригиналност* – новаторство и уникалност на идеята или метода
- *Функционалност* - творческата идея трябва да проработи и да дава резултати.

Творческата дейност изисква прилагането и балансирането на три способности, всяка от които може да се развива (Sternberg и Williams, 1996):

- *Способността за синтез* – способността да се създават нови интересни идеи или креативност,
- *Способността за анализ* - способността за критическо мислене,
- *Способността за практическо приложение* - способността да се прилага теорията на практика и абстрактните идеи да бъдат превръщани в практически достижения.

Креативността при всеки е функция от няколко съставни части. Според Sternberg и Lubart (1992), съществуват пет съставни части на творческото мислене:

- (1) *Знания* – обширните знания осигуряват идеите, образите и изразите,
- (2) *Въображение* – способността да се виждат нещата по нов начин, да се разпознават модели и да се правят връзки,
- (3) *Склонност да се поемат рискове* – търсене на нови преживявания, търпимост към неопределеността и

- риска, непрестанно преодоляване на препятствия,
- (4) *Вътрешна мотивация* - да се водиш от интересите си, от търсенето на удовлетвореност и предизвикателства,
- (5) *Творческа среда* - една новаторска/интерактивна среда стимулира, подкрепя и усъвършенства творческите идеи.

Sternberg и Lubart (1995) считат, че творческата личност, трябва да притежава определени ресурси, включително:

1. *Набор от интелектуални умения*, три от които са най-важните: способността да виждаш проблемите по нов начин и да преминаваш отвъд обикновените идеи; способността ясно да определяш идеите, които си струва да преследваш и способността да убеждаваш околните в значимостта на твоите идеи,
2. *Познаването на съответната област*, макар че твърде многото знание може да попречи на създаването на нови идеи
3. *Характер*, който ти позволява да мислиш самостоятелно, нещо много необходимо, ако смяташ да предизвикваш околните и да застъпваш идеи, с повечето от които никой не е съгласен
4. *Среда*, която те подкрепя и ти отдава дължимото за творческите ти идеи.

Съгласно Cloninger и Mengert (2010), творческите личности се характеризират със следните черти:

- *Познавателни характеристики* (метафорично мислене, гъвкавост на уменията и гъвкавост на вземането на решения, самостоятелност при преценката, добро справяне с новостите, умения за логическо мислене, визуализация, намиране на ред в хаоса, готовност за обмисляне на новото),
- *Личностни характеристики* (готовност за поемане на рискове, т.е. търсене на новото, упоритост, хъс, отдаване, любопитство, желание за нови изживявания, търпимост към непреодоленост, широки интереси, ценене на оригиналността, интуиция и дълбоки емоции, вглеждане в себе си),
- *Характеристики, свързани с конкретната област* (напр. младите писатели владееят играта с думите, притежават висока концептуална словесна интелигентност, четат от ранна възраст, използват преносна езикова употреба: метафорични/ реторични способности, притежават усет за езика, отказват да са конформисти, предпочитат да са сами, ценят

самоизразяването си, продуктивни са, силно мотивирани, нямат проблем работата им да не се приема, обичат да работят сами).

1.1.2 Съставни части на творческото мислене и на модела на креативност 4P

Както Rhodes (1961) посочва, творческото мислене описва използването на имплицитно познавателно мислене в условия на мотивираща среда с цел създаването на нови продукти.

Неговата класификация 4P е най-популярната и една от първите, според които творческото начало е резултат от пресичането на 4 страни: (1) *Person* /човек/, (2) *Process* /процес/, (3) *Product* /продукт/, и (4) *Press* /средата/.

Моделът на креативност 4P, създаден от Rhodes (1961) се отнася до:

- (1) творческата личност (*person*) и включва познавателните способности, личностните характеристики, навиците, отношението, ценностната система и поведението
- (2) творческите *процеси* (*processes*) или методологията, която създава творческия продукт
- (3) творческите продукти (*products*), които са уникални, нови и полезни идеи,
- (4) средата (*press*), понякога наричана и място (*place*), т.е. всичко, което се отнася до външната среда.

1.1.3 Видове креативност

Dietrich (2004) изследва креативността от гледна точка на умствения дейност и невронауката и определя четири вида креативност със съответните им умствени дейности:

- (1) Съзнателна и познавателна креативност
- (2) Съзнателна и емоционална креативност
- (3) Спонтанна и познавателна креативност
- (4) Спонтанна и емоционална креативност

	Познавателна	Емоционална
Съзнателна	Томас Едисън	Терапевтични а-ха моменти
Спонтанна	Нютон и ябълката	Хора на изкуството: художници, музиканти

С други думи, креативността може да е емоционална или познавателна; може да бъде и спонтанна или съзнателна. Така се стига и до четирите квадранта.

(1) Съзнателна и познавателна креативност

За съзнателна познавателна креативност е необходимо наличието на много знания по определен предмет или предмети. Когато си във фаза на съзнателна и познавателна креативност, подхождаш новаторски и групираш съществуваща информация по нов начин. Съзнателната и познавателна креативност изисква много знания и време. Томас Едисън, изобретателят на електрическата крушка, е пример за творческа натура със съзнателна познавателна креативност.

(2) Съзнателна и емоционална креативност

Хората със съзнателна и емоционална креативност преживяват моменти а-ха, които са пряко свързани с чувства и емоции. Съзнателната емоционална креативност изисква спокойствие и вглъбеност.

Този тип креативност изисква не само наличието на знания, но и прекратяване на работата по проблема и известно отдръпване от него. Историята на Исак Нютон, който открива гравитацията, докато наблюдава падаща ябълка, е пример за спонтанна познавателна креативност.

(3) Спонтанна и емоционална креативност

Великите хора на изкуството, художници, писатели или музиканти, притежават този тип креативност. Тя не изисква специализирани знания, тъй като този тип творческа нагласа не е познавателен тип, но често изисква умения (писмени, художествени, музикални), за да развие една емоционална творческа идея.

1.2. Креативност на екипа и техники на креативност

1.2.1. Преодоляване на личностните бариери пред креативността

В идеалната организация с научноизследователска и развойна дейност подходящите идеи са добре приети, те се ценят и внедряват. Самоуважението и взаимното уважение са на почит и служителите често развиват самопознанието си, работят по това самите те да се възприемат в по-добра светлина и да имат по-голямо самочувствие. При тези условия отделните личности и цялата организация са в състояние да разгърнат потенциала си.

Творческите личности и организации създават структури, в които:

- Групата работи с пълен капацитет;
- Хората казват истината;
- Хората поемат отговорност за поведението и чувствата си.

Отделните личности могат до край да увеличават творческия си потенциал чрез преодоляване на психологическите препятствия, които могат да възникнат на всеки етап от творческия процес. Много често тези пречки произтичат от нашата несигурност, която затормозява творческите ни и интелектуални способности, тъй като ни кара да отбягваме пренебрежението, унижението или отхвърлянето. (Schutz, 1995).

Според Schutz (1995), за да премахнем пречките пред креативността и логическото мислене, следва те първо да се определят на всеки етап от творческия процес.

Етап 1: Опит

Необходим ти е известен опит, преди да достигнеш до творческо решение. Пречките пред трупането на опит са:

- Страх от липсата на знания;
- Страх от нарушаване на стандартите.

Етап 2: Свързване

При създаването на продукт с приложение, трябва да си в състояние да навържеш части от опита си. Пречките за създаване на тези връзки са:

- Надценяване на рациото;
- Страх от самопознание.

Етап 3: Изразяване

Трябва да си в състояние да изразяваш своите идеи. Пречките пред изразяване са:

- Страх от публично унижение;
- Страх от това да налагаш идеите си.

Етап 4: Преценка

Трябва да можеш да разграничаваш творческата част; да отсяваш това, което ти върши работа от всичко друго, което няма отношение. Препятствията през добрата преценка са: от

- Страх от унижения;
- Страх идеите ти да се отхвърлят.

Етап 5: Постоянство

Концепцията за непрекъснато подобрене гласи, че всеки процес или продукт трябва непрекъснато да се променя и подобрява. Пречките пред постоянството включват:

- Страхът от провал;
- Липсата на признание и отдаване на дължимото.

Schultz (1995) посочва и следните въпроси, които могат да ти помогнат да прецениш своите силни страни и ограничения относно креативността.

1. Кои пречки разпознаваш на всеки етап от творческия процес? Кои искаш да премахнеш?
2. Изграждаш ли си бариери пред усвояването на знания? Притесняваш ли се, че няма да запомниш информация? Изпитваш ли нежелание да изследваш определени лични пространства?
3. Развил/а ли си способността да създаваш творчески асоциации? Страхуваш ли се да оставиш мислите си да се реят накъдето поискаш? Ако е така, защо?
4. Сковаваш ли се, ако трябва да пишеш или да говориш? Притесняваш ли се да не изглеждаш глуповато?
5. Доверяваш ли се на своята преценка на творческите ти усилия?
6. Трудно ли ти е да постоянстваш, докато завършиш задачата? Страхуваш ли се от провал или разочарование при завършека на нещо? Защо?

„Ключът към премахването на препятствията пред творчеството се корени в типа самочувствие, което процъфтява в организация, в която откритостта и истинността са на почит; организация, в която всеки открито може да изразява своите притеснения и която приема този израз за неизменна част от човешката природа. Когато сме в състояние да се съсредоточим върху проблемите и не се налага да заемаме отбранителна позиция, когато всички се чувстваме защитени и можем да признаем страховете си, организацията се превръща в общност, която помага на всеки да определя и надскача тези препятствия – и да усеща възхода на творческите си сили.“ (Schutz, 1995).

1.2.2. Творческото мислене в екипа

Креативността е от съществено значение за организациите, а творческата работа често се извършва в екипи. Творческото мислене в екипа се определя като свързването на новаторство и приложимост в една завършена идея, разработена от група хора. 60% от главните изпълнителни директори на компаниите твърдят, че креативността е най-важното лидерско качество. Така че важният въпрос е: Как да

насърчаваме креативността на работното място? Независимо от големината на организацията, ето четири начина да се насърчава творческата искра и споделянето на идеи на работното място (<https://blog.flock.com/4-proven-ways-to-encourage-team-creativity>):

1. Насърчавай гъвкавостта на работното място

Добър начин за насърчаване на креативността е предоставянето на служителите на свободно време за обмисляне на стратегии и идеи. Лидерите, които са склонни да контролират всяка част от процеса, могат всъщност да потиснат производителността и отдадеността на служителите и така да ограничат потенциала им за творческо мислене.

2. Въведи софтуерно приложение за съвместна работа

Софтуерните приложения за съвместна работа по проекти могат да подобрят откритата комуникация, която съпътства новаторството, подкрепя дизайн мисленето и помага за създаването на изцяло нови продукти, които коренно променят начина ни на живот.

3. Внедри дизайн мисленето

Дизайн мисленето е метод за дизайн на продукти с фокус върху клиента, управляван от различни екипи, съставени от хора от различни сфери. Когато е видно, че всеки принос се цени, всички са много по-склонни да споделят идеи, а така се постигат по-големи творчески резултати.

4. Припознавай творческите успехи

Организациите, които в най-голяма степен включват служителите си в процеса, са организации, които са се посветили на търсенето на позитивното. Отдаването на дължимото на служителите, признаването на приноса на тези членове на екипа, които споделят страхотни идеи, ще накара всички да работят за бъдещи иновации.

1.2.3. Креативност на работното място

Креативността на работното място може да се определи като поемане на рискове, което отвежда теб и твоя екип отвъд зоната ви на комфорт и в неизвестното. Креативността на работното място е една от най-важните стъпки по пътя към успеха. Намирането на начин да я прилагаш на работното място ще отприщи нови, свежи и иновативни идеи (<https://engageinlearning.com/blog/why-is-creativity-important-in-the-workplace/>).

Основите на творческото мислене са:

- Анализ – изследването на текущото състояние на нещата е в основата на творческо мислене.

- Непредубеденост – бъди готов/а първо да допускаш грешки и да влизаш в задънена улица, преди да осъществиш пробив.
- Организация – от съществено значение е способността да структурираш мисъл, да я залагаш в план с процес, цел и краен срок.
- Комуникация – страхотните идеи вършат работа, само ако стигат до околните (трябва да развиваш писмените си и речеви умения, както и уменията си за слушане).
- Обучение – насърчава и развива творческото мислене и уменията за разрешаване на проблеми.

Ползите от насърчаването на креативността на работното място включват (<https://visitjeromeidaho.com/2019/03/why-is-creativity-important-in-the-workplace/>):

Творческото мислене подобрява работата в екип

- Креативността вдъхновява служителите да работят заедно и творческият процес укрепва сътрудничеството им.
- Дори и само един човек да споделя голям брой самобитни идеи, за да разгърнат тези идеи пълния си потенциал е нужно целият екип да ги развива.

Творческата среда помага за привличането и задържането на служители

- Служителите изпитват по-голяма удовлетвореност и са лоялни към компанията.

Креативността подобрява разрешаването на проблеми

- Способността да мислят творчески и отвъд стандартните рамки помага на служителите да намират уникални и новаторски решения, за да преодоляват препятствията, пред които са изправени.

1.2.4. Техники на творческо мислене

Програмите за обучение по креативност са обичайно насочени върху генерирането на идеи и върху познавателните дейности, с цел развиване на творчески умения за решаване на проблеми. Техниките за творческо мислене са важен елемент в развитието на тези умения.

Няма единно определение за техниките на творческо мислене, но ето няколко:

- „Специфични сесии за улесняване на творческия процес чрез предоставяне на стратегии и евристики за разработване на нови идеи“ (Herrmann and Felfe, 2014;

Meinel and Voigt, 2017, Wöhler and Reinhardt, 2021).

- Техниките на творческо мислене са инструменти за „пробуждане и укрепване на творческия потенциал на отделните личности“ (Leopoldino et al., 2016, p. 95).

Техниките на творческото мислене се прилагат на много етапи от процеса на иновация, но най-вече във фазата на генериране на идеи (Meinel and Voigt, 2017).

Според Geschka (1983), възприето и от Wöhler and Reinhardt (2021), техниките на творческото мислене имат две измерения: първото е начинът, по който се генерират идеите, а второто е механизмът за предизвикването им.

Две измерения:

1. Генериране на идеи чрез:
 - стимулиране на интуицията
 - използване на системен подход за разрешаване на проблемите.
2. Механизъм за предизвикване на идеи:
 - Идеите могат да бъдат резултат от променяне и развитие на съществуващи идеи
 - Идеите могат да се появяват след сблъсък със събития, обекти или мисли, които нямат пряка връзка с разглеждания проблем.

Въз основа на тези две измерения, Wöhler и Reinhardt (2021) изброяват четири категории творчески техники и категоризират единадесет творчески техники (Таблица 1):

- интуитивна асоциация (intuitive association) (IA),
- интуитивен сблъсък (intuitive confrontation) (IC),
- систематична промяна (systematic variation) (SV)
- систематичен сблъсък (systematic confrontation) (SC).

Таблица 1. Класификация на техниките за креативност

	Механизъм за предизвикване на идеи	
	Промени	Сблъсък
	Методи на интуитивна асоциация (IA)	Методи на интуитивен сблъсък (IC)
Стимулация на интуицията	• Брейнсторминг • Брейнрайтинг • Бързи срещи	• Стимулиращ словесен анализ • Семантична интуиция • Провокация
	Методи на систематична промяна (SV)	Методи на систематичен сблъсък (SC)
Системно-аналитична концепция	• Морфологична таблица • Програмиране	• 6 мисловни шапки • TRIZ • TILMAG

Източник: Wöhler et al. (2021)

Leopoldino et al. (2016) извършват анализ на предходните

изследвания по темата и обобщават най-често цитираните техники. Сред тези от Таблица 1, брейнстормингът и брейнрайтингът са най-често срещани, следвани от шестте мисловни шапки и TRIZ.

Брейнсторминг

Брейнсторминг - всяка груповая сесия, насочена към събиране на идеи за разрешаване на конкретен проблем. Процесът създава среда, в която хората работят заедно и цялата група, а не отделен човек, взема решения. При брейнсторминга няма ограничения за креативността на предложенията. Резултатът от него е списък с идеи, които всички членове на групата са предоставили свободно.

Според Litcanu et al. (2015, стр. 388) „брейнстормингът е едновременно метод за изучаване и научаване и метод за научно изследване и креативност“.

Брейнрайтинг

Техника, много подобна на брейнсторминга, но по-малко позната. Може допълнително да развива идеи, генерирани по време на брейнсторминг.

Litcanu et al. (2015) сравняват тази техника с брейнсторминга и обобщават някои предимства на брейнрайтинга:

- Като записваш идеите си, вместо просто да ги изговаряш, ти ги обмисляш и изразяваш далеч по-ясно;
- Помага за изразяване на идеи от участници, които не се чувстват готови да ги изкажат на всеослушание
- Ползена е и в случаите, когато групата има склонност да се „социализира“ твърде много;
- В сравнение с брейнсторминга, записването на идеи обикновено води до по-малко на брой, но пък по-добре разработени идеи (Roco, 2004).

6-те мисловни шапки

Техниката на шестте мисловни шапки включва шест различни познавателни подхода към критическото мислене. Шестте шапки са в различни цветове и всяка от тях представлява различен подход към проблема.

- Цветовете са:
 - Жълто – ползи, положителни аспекти, яркост и оптимизъм
 - Черно – трудности, отрицателни аспекти, предпазливост и критичност
 - Синьо – процес, организационно мислене: обобщение, следващи стъпки...
 - Зелено – креативност, нови идеи, алтернативи

- Червено – емоции, интуиция, инстинкт и предчувствие
- Бяло – фактология, данни, рационалност

1.3 Дизайн мислене

1.3.1. Рамка на дизайн мисленето

Дизайн мисленето е процес, който редовно се използва от всеки, който се занимава с организационен дизайн, но напоследък придобива популярност и като средство за насърчаване на иновациите чрез задействане на творчески процеси за разрешаване на проблеми. Предприемачите могат да използват дизайн мислене, т.е. рефлексия, алтернативи, визуализация, творческо разрешаване на проблеми, за да определят уникални бизнес възможности.

В дизайн мислене неуспехите и трудностите не се разглеждат като заплаха, а като възможност за непрекъснато учене, тъй като се счита, че те са движеща сила за развитие на новаторски идеи и решения. Важно е да се запомни, че тези нови идеи и решения трябва да бъдат осъществими, практически и желани.

Все още няма общоприето определение на дизайн мислене. И все пак, рамката, предложена от Carlgren et al. (2016) включва пет основни теми, които описват дизайн мислене:

- Фокус върху потребителя,
- Преформулиране на проблема,
- Разнообразие,
- Експериментиране,
- Визуализация.

Фокус върху потребителя

Тази страна на дизайн мисленето се фокусира върху потребителите и върху решенията, които отговарят на нуждите на клиентите. Емпатията, съчетана с желанието за разбиране и отчитане на нуждите на клиента, играе решаваща роля при разработването на персонализирани решения.

Преформулиране на проблема

Използващите дизайн мисленето предизвикват традиционния начин на мислене и решаване на проблеми. Вместо да се опитват да решат проблема чрез дедукция или индукция, те многократно поставят под въпрос първоначалния проблем и непрекъснато го преформулират, за да успеят да определят по-мощния проблем и многото алтернативни решения. Провалът не се разглежда като нещо лошо; напротив, приема се като възможност за научаване на

	нови неща. <u>Разнообразие</u> Разнообразието от гледни точки по даден проблем води до творчески решения чрез комбиниране на различни идеи от различни хора и се постига в екип с разни участници, събиращ в едно разнообразни характери и умения. <u>Експериментиране</u> Разнообразието и преформулирането на специфични проблеми изискват изпробване на решенията и тестване на различните начини за правене на нещата. На практика това тестване и опит се основават на експериментиране, което от своя страна разкрива нови възможности. За пореден път провалът не се разглежда като заплаха, а като възможност за научаване на нови неща. <u>Визуализация</u> Визуализацията прави идеите по-разбираеми и позволява на всеки да разбира абстрактни понятия и да схваща всички нюанси на идеите, които иначе могат да останат скрити в неяснотата на словото. 1.3.2. Модели на дизайн мисленето Dell'Era et al. (2018, стр. 329) анализират предходни изследвания и въз основа на събраните данни обобщават четири типа дизайн мислене: • Творческо решаване на проблеми: Решаване на проклети (wicked) проблеми чрез възприемане както на аналитично, така и на интуитивно мислене • Спринт изпълнение: Създаване на завършени продукти с голям потенциал и тяхното изпитване с цел научаване на нови неща от клиентите и подобряване на решението • Творческа увереност: Включване на хората в творческите процеси с цел те да придобиват повече увереност • Иновация на смисъла: Предвиждане на нови посоки, които целят да предложат смислени преживявания на хората.
Речник	Дизайн мислене Процес, обичайно ползван от всеки, който се занимава с организационен дизайн, но напоследък придобива популярност и сред предприемачите при вземане на решения. Предприемачите използват рефлексия, алтернативи, визуализация, емпатия, творческо разрешаване на проблеми, за да определят уникални бизнес възможности.

	Инвестиционна теория на креативността Съгласно тази теория, креативността в голяма степен си е едно решение. Творческите личности, точно като едни добри инвеститори, развиват идеи, които за времето си се считат за новаторски, а защо не и малко абсурдни, т.е. те „купуват своите идеи на ниска цена“. Когато идеите им добият гражданственост, творческите личности „продават на висока цена“, т.е. трупат ползи от добрата си идея и преминават към поредната непопулярна идея. Креативност Sternberg и Lubart (1999, стр. 3) определят креативността като „способността да се провежда дейност, която е едновременно и новаторска (т.е., оригинална, неочаквана) и подходяща (т.е., полезна, лесна за адаптиране съобразно ограниченията на задачата)“. Модел на креативност 4P Моделът на креативност 4P се отнася до творческата личност (person), творческите процеси (processes), творческите продукти (products), средата (press), понякога наричана и място (place). Творческото мислене в екипа, креативността в екипа Творческото мислене в екипа се определя като свързването на новаторство и приложимост в една завършена идея, разработена от група хора. Техники на творческото мислене, техники на креативност Техники на творческото мислене са инструмент за пробуждане и захранване на творческия потенциал както на отделните личности, така и на целите екипи.
Тест за самооценка	1. Кое не е съставна част на креативността? a) склонността да се поемат рискове b) въображението c) творческата среда d) визуализацията e) вътрешната мотивация 2. Кой тип креативност изисква много знания по определен предмет и много време? a) съзнателната и познавателна креативност b) съзнателната и емоционална креативност c) спонтанната и познавателна креативност d) спонтанната и емоционална креативност

3. Съгласно инвестиционната теория на креативността, креативността в голяма степен е:
 - a) любопитство
 - b) самоизразяване
 - c) решение
 - d) търпимост
 - e) постоянство
4. Отделната личност може в най-голяма степен да увеличава творческия си потенциал:
 - a) чрез преодоляване на психологическите бариери, които могат да се появяват при всеки етап на творческия процес
 - b) чрез развитие на уменията за творческо мислене и уменията за разрешаване на проблеми
 - c) чрез оценяване на пречките
 - d) чрез отдаване на дължимото на служителите
5. Креативността на работното място може да се определи като:
 - a) поемане на рискове
 - b) оценяване на възможности
 - c) признаване на творческия успех
 - d) страх от унижение
6. Творческите техники най-често се фокусират върху:
 - a) печалбите
 - b) поемането на риск
 - c) генерирането на идеи
 - d) намаляване на приходите и разходите
7. Брейнстормингът и брейнрайтингът са:
 - a) техники, при които всеки участник създава списък с идеи
 - b) техники за създаване на конкурентна среда за промотиране на нови творчески идеи
 - c) процеси, за чието протичане членовете на екипа не са от значение
 - d) всичко изброени
 - e) нито едно от изброените
8. По време на използване на техниката „6 мисловни шапки“, Перо казва: „Продажбите спадат, продуктът губи пазарни позиции, компанията ще фалира.“ Перо си е сложил:
 - a) жълта шапка
 - b) синя шапка
 - c) зелена шапка
 - d) черна шапка
9. Коя е първата стъпка от процеса на дизайн мисленето:
 - a) визуализацията
 - b) експериментирането
 - c) емпатията
 - d) нито едно от изброените

	10. Кой вид дизайн мислене включва хората в творческите процеси, с цел те да придобиват повече увереност: a) творческото решаване на проблеми b) спринт изпълнението c) творческата увереност d) иновацията на смисъла Отговори: 1d, 2a, 3c, 4a, 5a, 6c, 7b, 8d, 9c, 10c
Библиография	1. Carlgren, L., Rauth, I., & Elmquist, M. (2016). Framing design thinking: The concept in idea and enactment. <i>Creativity and Innovation Management</i>, 25(1), 38-57. 2. Chaudhary, B. (2018). <i>Motivational and Self Regulated Learning of Creative Students</i>. Book Bazooka 3. Cloninger, K. & Mengert, C. (2010). "In Pursuit of Joy. Creativity, Pedagogy, and the Science of Well-Being". In Cheryl J. Craig and Louise F. Deretchin (Eds.), <i>Cultivating Curious and Creative Minds: The Role of Teachers and Teacher Educators</i>, Part I (pp. 4-23). Lanham: Rowman & Littlefield Education 4. Corazza, G. E., Reiter-Palmon, R., Beghetto, R. A. & Lubart, T. (2021). Intelligence and creativity in the space-time continuum for education, business, and development. <i>Journal of Creativity</i>, Volume 31 5. Dell'Era, C., Magistretti, S., Cautela, C., Verganti, R., & Zurlo, F. (2020). Four kinds of design thinking: From ideating to making, engaging, and criticizing. <i>Creativity and Innovation Management</i>, 29(2), 324-344. 6. Dietrich, A. (2004). The cognitive neuroscience of creativity. <i>Psychonomic Bulletin & Review</i>, 11 (6), 1011-1026. 7. Geschka, H. (1983). Creativity techniques in product planning and development: A view from West Germany. <i>R&D Management</i>, 13(3), 169-183. 8. Helfand, M., Kaufman, J. C. & Beghetto, R. A. (2017). "The Four-C Model of Creativity: Culture and Context". In V. P. Glăveanu (Ed.), <i>The Palgrave Handbook of Creativity and Culture Research</i> (pp. 15-36). New York: Palgrave. 9. Herrmann, D., & Felfe, J. (2014). Effects of leadership style, creativity technique and personal initiative on employee creativity: Leadership style and creativity technique. <i>British Journal of Management</i>, 25(2), 209-227 10. Hoever, I. J., Van Knippenberg, D., Van Ginkel, W. P., & Barkema, H. G. (2012). Fostering team creativity: perspective taking as key to unlocking diversity's potential. <i>Journal of applied psychology</i>, 97(5), 982. 11. Kaufman, J. C. & Sternberg, R. J. (Eds.) (2010). <i>The Cambridge handbook of creativity</i>. New York: Cambridge University Press 12. Leopoldino, K. D. M., González, M. O. A., de Oliveira Ferreira, P., Pereira, J. R., & Souto, M. E. C. (2016). <i>Creativity techniques: a systematic literature review</i>. <i>Product: Management and Development</i>, 14(2), 95-100.

	13. Litcanu, M., Prosteian, O., Oros, C., & Mnerie, A. V. (2015). Brain-writing vs. Brainstorming case study for power engineering education. <i>Procedia-Social and Behavioral Sciences</i>, 191, 387-390. 14. Meinel, M., & Voigt, K. I. (2017). What do we really know about creativity techniques? A review of the empirical literature. <i>The Role of Creativity in the Management of Innovation: State of the Art and Future Research Outlook</i>, 181-203. 15. Rothenberg, A. (1990). <i>Creativity and Madness: New Findings and Old Stereotypes</i>. Baltimore: Johns Hopkins University Press. 16. Rhodes, M. (1961). An analysis of creativity. <i>The Phi Delta Kappan</i>, 42(7), 305–310. 17. Schutz, W. (2006). Overcoming barriers to creativity. <i>The Human Element</i>. 18. Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1991). An investment theory of creativity and its development. <i>Human Development</i>, 34(1), 1–31. 19. Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1992). Buy low and sell high: An investment approach to creativity. <i>Current Directions in Psychological Science</i>, 1(1), 1–5. 20. Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1995). <i>Defying the crowd</i>. New York: Free Press. 21. Sternberg, R. J. & Williams, W. M. (1996). <i>How to develop student creativity</i>. Alexandria: Association for Supervision and Curriculum Development 22. Sternberg, R. J. & Lubart, T. I. (1999). "The concept of creativity: Prospects and paradigms". In R. J. Sternberg (Ed.), <i>Handbook of Creativity</i> (pp. 3-15). Cambridge, UK: Cambridge University Press 23. Sternberg, R. J. (2019). "Enhancing people's creativity". In J. C. Kaufman & R. J. Sternberg (Eds.), <i>The Cambridge Handbook of Creativity</i> (pp. 88-103). New York: Cambridge University Press 24. Westlund, H., Andersson, M. & Karlsson, C. (2014). "Creativity as an integral element of social capital and its role in economic performance". In R. Sternberg and G. Krauss (Eds.), <i>Handbook of Research on Entrepreneurship and Creativity</i> (pp. 60-96). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. 25. Wöhler, J., & Reinhardt, R. (2021). The users' perspective on how creativity techniques help in the idea generation process—A repertory grid study. <i>Creativity and Innovation Management</i>, 30(1), 144-163.
Ресурси (полезни линкове)	РРТ Творческо мислене, креативност Добри практики: Valamar, Kras, SSE Казуси 1, 2, 3 Полезни линкове: 1. http://www.robertjsternberg.com/investment-theory-of-creativity (Access 2021 11 04). 2. https://www.linkedin.com/pulse/4-types-creativity-maryam-al-balooshi (Access 2021 11 04). 3. https://www.merriam-webster.com/dictionary/creativity (Access 2021 11 04). 4. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/creativity (Access 2021 11 04).



Enhance Soft Skills to Nurture Competitiveness and Employability

www.projectessence.eu

5. <https://www.creativityatwork.com/what-is-creativity/> (Access 2021 11 04).
6. <https://visitjeromeidaho.com/2019/03/why-is-creativity-important-in-the-workplace/> (Access 2021 11 04).
7. <https://engageinlearning.com/blog/why-is-creativity-important-in-the-workplace/> (Access 2021 11 04).
8. <https://blog.flock.com/4-proven-ways-to-encourage-team-creativity> (Access 2021 11 04).