

же, как и они нам. И дизайн является одной из форм этого служения. Как сказал немецкий поэт Иоганн Вольфганг Гёте «Мы рабы вещей и выглядим ничтожными или важными в зависимости от того, теснят они нас, или оставляют нам достаточно простора». Несомненно, вещь в том числе и благодаря своему дизайну, способна в отдельных ситуациях оказывать на человека определённое влияние, управлять его настроением и даже сознанием, однако стоит помнить, что, в конечном счёте мы сами решаем как именно нам распоряжаться вещами и можем научиться взаимодействовать с ними таким образом, чтобы наши вещи не выглядели важнее нас самих.

Библиографический список.

1. *Бодрийяр Ж.* Система вещей / Ж Бодрийяр Москва, 1999.
2. *Леву-Стросс К.* Первобытное мышление / К. Лев-Стросс. Москва: Республика, 1962.
3. *Лихтенберг Г. К.* Афоризмы / Г. Лихтенберг. 2-е изд., Москва, 1965.
4. *Осипьян С.* Индустрия самообслуживания / С Осипьян. // Искусство кино. 2004. №7.
5. *Субботин Е.В.* Трансформации религиозного сознания в обществе потребления / Е.Н.Субботин.// Кыргызско-Российский Славянский университет. Бишкек, 2004.
6. *Хаксли О.* О, дивный новый мир / О Хаксли. 1932.

К.В.Добровольская, А.А.Чикин

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ В РОССИЙСКОМ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ

В настоящее время предпосылки успеха индивида в его самостоятельной профессиональной деятельности в значительной степени закладываются в образовании. Именно в образовательном процессе формируется система необходимых знаний, умений, профессиональных навыков и установок будущего выпускника, его готовность к определенным видам трудовой деятельности. Образование в каждом своем виде и уровне определяет степень развития тех или иных способностей обучающихся, а в целом корректирует и формирует индивидуальные личностные качества будущего специалиста.

Во многих странах образование, закладывающее шансы на успех, основывается на инновационных образовательных технологиях, креативности, формировании креативного мышления. В полной мере это относится и к российскому дизайн-образованию.

Говоря о получившем в последнее время широкое распространение термине «креативность», отметим, что на сегодня вряд ли существует устраивающее всех его определение. Термин «креативность» впервые был введен в оборот Дж. Гилфордом (J.P. Guilford). Он определял креативность как процесс дивергентного мышления при решении различного рода задач (подробно концепция креативности Дж. Гилфорда и Э.П. Торренса изложена, в частности, в учебнике по психологии под редакцией В.Н. Дружинина [3]). В основу такого определения Дж. Гилфордом были положены два типа мыслительных операций: конвергенция (поиск верного решения, исходя из множества условий и вариантов решений) и дивергенция (разнонаправленное мышление, генерирующее широкий спектр возможных решений и приводящее к неожиданным выводам и результатам).

Различные словари определяют креативность как способность использовать воображение в формировании идей и производстве товаров, услуг [5]. В этом смысле креативность рассматривается как сущностная характеристика творческой личности или трудового процесса. В первом случае креативность представляет собой определенный уровень творческой одаренности (способности, предрасположенности к творчеству). Во втором – выступает как целенаправленная деятельность, результатом которой является созданное новое материальное либо духовное благо.

Американский психолог Дж. Гилфорд сформулировал несколько критериев креативности:

1. Беглость мысли – количество идей, возникающих за некоторую единицу времени, легкость генерирования идей.
2. Гибкость мысли – способность переключаться с одной идеи на другую [2, с. 35].
3. Оригинальность – способность производить идеи, отличающиеся от общепринятых стереотипов, способность отвечать на раздражители нестандартно [1, с. 3].

4. Любознательность – чувствительность к проблемам, к окружающим ситуациям, восприимчивость - чувствительность к необычным деталям, противоречиям и неопределенности, готовность быстро переключаться с одной идеи на другую.

5. Способность к разработке гипотезы – смелой идеи, которая потом нуждается в обстоятельной эмпирической проверке.

6. Удовлетворенность – итог проявления креативности, логическая независимость реакций от стимулов, способность решать проблемы, способность к анализу и синтезу.

Развитие креативности – долговременный процесс, важнейшим этапом которого является период получения образования. Содержательно этот период должен принципиально отличаться от современного массового образования, практически исключая на сегодняшний день реализацию концепции креативного развития личности в процессе обучения и воспитания. Вопрос, таким образом, ставится о креативном образовании – образовании, ориентированном на развитие творческих способностей обучаемого, на формирование у него установок на инициативу, производственную активность, склонность к инновациям.

Проблема формирования креативного мышления в российском дизайн-образовании остаётся одной из самых сложных, однозначно не решённых проблем. В первую очередь это касается организации образования, его основной цели. Для развития креативности студентов с учётом индивидуального, творческого потенциала необходима инновационная организация учебного процесса. Главной составляющей этого процесса выступает прагматический элемент, «то есть изначальное понимание, что именно нужно создавать, зачем нужно что-то создавать, для кого нужно что-то создавать, как нужно что-то создавать. Творчество всегда первично, а в креативном продукте оно подчинено прагматической цели» [4, с.638].

Совершенствованию организации дизайн-образования может способствовать, в частности, создание определённой методики, позволяющей на начальном этапе выявлять творческие способности студента, оценивать их перспективы и возможности развития. Мы, в свою очередь, предлагаем некоторые рекомендации, которые могут быть использованы при разработке такой методики.

Прагматическая цель креативного продукта, потребность в формировании креативного мышления во многом обусловлены запросами экономики, бизнеса,

имеющими, в свою очередь, огромное значение для развития общества. Наше мышление во многом подчиняется этому фактору [6]. И здесь мы вправе употребить экономический термин «дизайн-мышление».

Дизайн-мышление – это инновационный процесс, ориентированный на поиск новых возможностей и удовлетворение потребностей для создания новых решений. Томас Локвуд, президент Института Дизайн-Менеджмента (DMI), поясняет, что дизайн-мышление имеет целью «вовлечь потребителей, дизайнеров и бизнесменов в интегративный процесс разработки продукта, услуги или даже всего бизнеса. Это инструмент, с помощью которого можно формировать будущее и выпускать на рынок продукты, услуги и свой опыт» [7, с. 2]. Следовательно, дизайн-мышление ориентировано на инновации.

Дизайн-мышление креативно, что позволяет применять нестандартные, логичные и нелогичные методы для нахождения новых путей решения проблем или выработки оригинальных концепций [8]. Оно предполагает «действие на ходу» (то есть работу в условиях нехватки времени). Это, на наш взгляд, отличает креативное мышление от творческого мышления.

Попробуем сопоставить эти типы мышления:

Креативное мышление

Выполняется в короткие сроки

Есть техническое задание

Инструменты: наблюдение, воображение, форма, анализ.

Ориентация на инновации, оригинальность решения

Управляемое продуктивное воображение

Коммерческая ориентация

Творческое мышление

Выполняется длительное время

Отсутствие ограничений

Инструменты: процесс деятельности, воображение, форма, наблюдение.

Ориентация на самовыражение

Неуправляемая спонтанность

Некоммерческая ориентация

Анализируя данные таблицы, можно заключить, что креативное мышление способствует достижению коммерческих задач, а творческое мышление ориентировано на социальные цели, саморазвитие и самореализацию человека. По этой причине его необходимо развивать всем.

Сегодняшние организации, прежде всего ВУЗы, должны найти для себя новые образы и формы, которые помогут им трансформироваться в так назы-

ваемые интеллектуальные организации. Их ключевая цель – преуспевать в мире хаоса и неопределенности, воспринимая их не как препятствия, а как новые возможности. Следовательно, основной акцент в образовании должен делаться на формирование именно креативного мышления. Тем временем, специализированные ВУЗы, ориентированные на дизайн, могли бы ввести в свои образовательные программы дисциплины, способствующие развитию креативного мышления. Ведь будущим дизайнерам нужно не только уметь творчески выразиться, но и быть готовым работать в креативном режиме, то есть «на ходу».

На основе сказанного попробуем вывести рекомендации по формированию креативного мышления, которые могут быть учтены в составлении образовательных программ по его развитию.

В их основе могут лежать следующие идеи:

1. Разработка упражнений, развивающих беглость и гибкость мысли.
2. Введение ограничений, как это делают заказчики, причём для каждого индивидуально.
3. Использование основных инструментов креативного мышления: наблюдение, воображение, форма и анализ.
4. Ориентация на инновации и оригинальность решения через развитие оригинальности, любознательности, способности к разработке гипотез и удовлетворенности.

Таким образом, можно говорить о том, что в современной информационной среде есть множество ресурсов, которыми мы можем воспользоваться для формирования креативного мышления именно в дизайнерских направлениях вузовской подготовки. Но для этого должны быть написаны специальные программы дизайн – обучения, реализуемые не только на уровне магистратуры, но и начиная со второго курса обучения по программам бакалавриата.

Библиографический список

1. *Захарова И. Г.* Возможности ИТО по развитию творческого мышления [Электронный ресурс] / И. Г. Захарова // сайт учебной литературы rudocs.exdat.com. Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/docs/index-51652.html?page=4>.
2. *Понаморенко Л.* Развитие креативного мышления: зачем, как и в чем суть? [Электронный ресурс] / Л. Понаморенко // сайт статей [soverhsenstvo](http://soverhsenstvo.com).

iznutry.ru. Режим доступа: <http://soverhsensstvo-iznutry.ru/razvitie-kreativnogo-myshleniya>.

3. *Психология*: учебник для гуманитарных вузов / под ред. В.Н. Дружинина, 2-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2009.

4. *Рындак В.Г.* К вопросу о креативном образовании: состояние и направления развития / В.Г.Рындак // *Известия Самарского научного центра РАН*, под ред. В.П.Шорина. Самара, 2009, Т. 11, 44(3).

5. *Социальная психология*: словарь / под ред. М.Ю. Кондратьева. Москва: Речь, 2005.

6. *Хейне .П.* Экономический образ мышления / Пол Хейне. Москва: Новости, 1991.

7. *Хуторской А. В.* Развитие одаренности школьников: методика продуктивного обучения / А.В. Хуторский Москва, 2000.

8. *Шевырёв А. В.* Центра креативного мышления МАЭП [Электронный ресурс] / Шевырёв А. В. // сайт статей spkurdyumov.narod.ru Москва, 2001. Режим доступа: <http://spkurdyumov.narod.ru/shevirev.htm>.

П.С.Дорохин

МАНГА – ВЕСЕЛЫЕ КАРТИНКИ О ПОВСЕДНЕВНОСТИ

«Манга - это гимн простому человеку»

Фредерик Щодт

Художественная деятельность человека за всю свою историю претерпевала значительные изменения: появлялись новые отрасли искусства, изменялись, отрекались обществом, одни становились популярными, другие же забывались... Однако плоды тех времён дошли и до нас, не то, что сейчас.

Сегодня, в кризисное для искусства время, создаются новые отрасли художественной деятельности (картины из сухих мух, например), плоды которого умирают сразу, мгновенно, но имеют яркую вспышку при её создании – это красиво, но бессмысленно. И не придумали ничего нового, что можно было использовать и как рекламу, и как повседневность, и просто как искусство. Но есть и нечто, что соответствует этим критериям. Этот стиль пришёл к нам с востока. Он ещё молодой, многими не осознанный, но активно захватывает умы всех возрастов, так как его можно применять во всех отраслях человеческой