

Лекция 9. Введение в креативный подход к работе.

План

1. Понятие креативности и ее значение в театральной педагогике и медиаобразовании
2. Основные техники креативности: мозговой штурм и его применение
3. Метод шести шляп мышления Эдварда де Боно
4. Ассоциативные карты и их роль в генерации идей
5. Импровизация как техника креативности
6. Понятие и сущность креативного менеджмента

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое креативный подход к работе, и почему он важен для профессионалов в области театральной педагогике и медиаобразования?
2. Какие основные препятствия могут возникать при внедрении креативного подхода в работу, и как их можно преодолеть в театральных или медиапроектах?
3. Задание: Проведите мини-исследование на тему "Роль креативности в успешных театральных постановках или медиапроектах". Выберите один известный пример (спектакль, фильм, рекламный ролик) и опишите, как креативный подход повлиял на его успех..
4. Задание: Разработайте короткий сценарий для театральной сцены или медиаролика (1-2 минуты), используя метод "переворота" (reversal). Возьмите привычную ситуацию (например, утренний сбор на работу) и переверните ее с ног на голову, чтобы создать неожиданный сюжет.
5. Вопрос и задание: Как креативный подход может быть интегрирован в образовательный процесс в театральной педагогике или медиаобразовании? Предложите одно упражнение или активность для студентов/учеников, которое поможет развить их креативность.

Литература

1. Утемов, В. В. Креативная педагогика : учебник для вузов / В. В. Утемов, М. М. Зиновкина, П. М. Горев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 237 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08258-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586758>
2. «Яшин, А.А. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТИНА МЕТОДОЛОГИИ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ / А.А. Яшин // Креативный менеджмент. — 2012. — № 1. — С. 49-52. — ISSN 2410-1745. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/297879>» (Яшин, А.А. СОЦИАЛЬНО-

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТИНА МЕТОДОЛОГИИ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ / А.А. Яшин // Креативный менеджмент. — 2012. — № 1. — С. 49-52. — ISSN 2410-1745. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/297879>

1. Понятие креативности и ее значение в театральной педагогике и медиаобразовании. Креативность — это ключевой навык в современном мире, особенно для студентов, обучающихся по профилю "Театральная педагогика и медиаобразование". В сферах театра и медиа требуется не только техническое мастерство, но и способность генерировать оригинальные идеи, находить нестандартные решения и создавать уникальный контент. Техники креативности помогают развивать воображение, преодолевать творческие блоки и эффективно работать в команде над постановками, сценариями и медиапроектами. Креативность — это способность создавать новые, оригинальные идеи, находить нестандартные подходы к решению задач и видеть возможности там, где другие их не замечают. В контексте театральной педагогики и медиаобразования креативность становится основой для создания уникальных постановок, сценариев, видеоконтента и образовательных программ. Без креативного мышления невозможно разработать запоминающийся образ персонажа, придумать неожиданный сюжетный поворот или вовлечь аудиторию в интерактивный проект. Креативность играет важную роль не только в создании произведений искусства, но и в педагогической практике. Театральные педагоги и медиаспециалисты должны уметь вдохновлять своих учеников, стимулировать их воображение и помогать преодолевать страхи перед самовыражением. Развитие креативности также способствует формированию гибкости мышления, эмоционального интеллекта и навыков командной работы, что особенно важно в коллективных проектах, таких как театральные постановки или съемки фильмов. Исторически креативность всегда была важной частью театрального и медийного искусства. От импровизаций комедии дель арте в XVI веке до экспериментальных постановок XX века — театр всегда искал новые формы и идеи. В медиаобразовании креативность

проявляется в создании инновационного контента, использовании новых технологий и адаптации традиционных форматов к современным реалиям. Таким образом, техники креативности становятся неотъемлемой частью профессиональной подготовки студентов данного профиля.

2. Основные техники креативности: мозговой штурм и его применение

Одной из самых известных и широко используемых техник креативности является мозговой штурм (brainstorming), разработанный Алексом Осборном в 1940-х годах. Этот метод предполагает коллективную генерацию идей без критики и оценки на начальном этапе. Основные правила мозгового штурма включают: свободу выражения, поощрение даже самых абсурдных идей, стремление к количеству, а не качеству, и комбинирование предложенных вариантов. В театральной педагогике мозговой штурм может быть использован для разработки концепции спектакля, создания персонажей или поиска решений для сценических задач. Пример применения: группа студентов работает над постановкой современной пьесы. Используя мозговой штурм, они за 15 минут предлагают 30 идей для оформления сцены — от минималистичных декораций до использования мультимедийных проекций. На следующем этапе идеи отбираются и дорабатываются. Этот метод позволяет вовлечь всех участников, даже самых застенчивых, и создать атмосферу открытости и сотрудничества. В медиаобразовании мозговой штурм помогает придумывать концепции для видеороликов, рекламных кампаний или образовательных подкастов. Важно, чтобы педагог или модератор направлял процесс, поддерживал позитивную атмосферу и следил за соблюдением правил. Для усиления эффекта можно использовать вариации метода, например, "молчаливый штурм", где участники сначала записывают идеи индивидуально, а затем обсуждают их в группе.

3. Метод шести шляп мышления Эдварда де Боно

Метод шести шляп мышления, предложенный Эдвардом де Боно, — это техника латерального мышления, которая помогает структурировать

творческий процесс и рассматривать проблему с разных точек зрения. Каждая "шляпа" представляет определенный тип мышления: белая — факты и информация, красная — эмоции и интуиция, черная — критика и риски, желтая — оптимизм и преимущества, зеленая — креативность и новые идеи, синяя — управление процессом и подведение итогов. Этот метод особенно полезен для работы в команде, так как позволяет разделить роли и избежать конфликтов. В театральной педагогике метод шести шляп может быть применен для анализа пьесы или разработки постановки. Например, при обсуждении сценической интерпретации классического произведения студенты могут надеть "красную шляпу", чтобы выразить эмоциональное восприятие текста, затем "черную шляпу", чтобы выявить возможные трудности постановки, и "зеленую шляпу", чтобы предложить нестандартные решения. Такой подход помогает создать более глубокое и многогранное видение проекта.

В медиаобразовании метод шести шляп полезен при создании контента. Например, при разработке рекламного ролика команда может использовать "желтую шляпу" для обсуждения преимуществ идеи, "черную шляпу" для оценки рисков и "зеленую шляпу" для поиска оригинальных визуальных решений. Этот метод учит студентов системному мышлению и умению балансировать между креативностью и прагматизмом.

4. Ассоциативные карты и их роль в генерации идей

Ассоциативные карты (mind mapping) — это визуальный метод организации идей, который помогает структурировать мысли и находить неожиданные связи. Разработанный Тони Бьюзеном, этот инструмент предполагает создание диаграммы, в центре которой находится ключевая идея или проблема, а от нее расходятся ветви с ассоциациями, подтемами и деталями. Ассоциативные карты стимулируют нелинейное мышление и активизируют воображение, что делает их особенно полезными в творческих профессиях. В театральной педагогике ассоциативные карты могут быть использованы для разработки

характера персонажа. Например, в центре карты пишется имя героя, а ветви включают его черты характера, мотивы, внешность, отношения с другими персонажами и ключевые события. Студенты могут визуально увидеть, как разные аспекты связаны между собой, и найти новые идеи для интерпретации роли. Этот метод также помогает в создании сценариев и планировании репетиций. В медиаобразовании ассоциативные карты применяются для разработки сюжетов, структуры видеороликов или образовательных программ. Например, при создании документального фильма о культурном событии студенты могут построить карту, где центральной темой будет событие, а ветвями — исторический контекст, интервью с участниками, визуальные элементы и нарративные линии. Этот метод помогает структурировать сложные проекты и находить оригинальные ракурсы для подачи материала.

5. Импровизация как техника креативности

Импровизация — это спонтанное создание материала без предварительной подготовки, что делает ее одной из ключевых техник в театральной педагогике. Она развивает способность быстро реагировать на ситуацию, адаптироваться к неожиданным обстоятельствам и генерировать идеи в реальном времени. Импровизация также помогает преодолевать страхи перед ошибками и развивает уверенность в себе, что особенно важно для актеров и педагогов.

Пример применения: студенты участвуют в упражнении "Да, и...", где каждый продолжает историю, начатую предыдущим участником, добавляя свои детали и соглашаясь с предложенными идеями. Это упражнение учит работать в команде, принимать чужие идеи и развивать их дальше. В театральной постановке импровизация может быть использована для поиска новых интерпретаций сцены или создания диалогов, которые звучат естественно.

В медиаобразовании импровизация полезна при создании контента в формате "живого" видео или подкастов, где важна спонтанность и естественность.

Например, студенты могут практиковать импровизационные интервью, чтобы научиться быстро формулировать вопросы и реагировать на ответы. Этот метод также помогает развивать навыки работы в условиях ограниченного времени, что часто встречается в медиапроизводстве.

Другие техники креативности и их применение. Помимо вышеперечисленных методов, существует множество других техник креативности, которые могут быть полезны студентам. Метод "переворота" (reversal) предполагает рассмотрение проблемы с противоположной точки зрения, что помогает найти неожиданные решения. Например, если задача — поставить трагедию, студенты могут попробовать представить ее как комедию и посмотреть, какие новые идеи это принесет. Техника "случайного слова", предложенная Эдвардом де Боно, использует случайный термин как стимул для генерации идей. Если слово "облако", например, выпадает при обсуждении сценического дизайна, это может натолкнуть на идею использования легких, воздушных материалов. Техника "ролевых игр" позволяет студентам взглянуть на проблему глазами другого человека или персонажа. В театральной педагогике это помогает глубже понять мотивы героя, а в медиаобразовании — создать более убедительный нарратив. Например, студенты могут "стать" целевой аудиторией своего проекта и подумать, что бы они хотели увидеть или услышать. Этот метод развивает эмпатию и способность учитывать разные точки зрения. Еще одна полезная техника — "SCAMPER", акроним, который расшифровывается как Substitute (заменить), Combine (комбинировать), Adapt (адаптировать), Modify (модифицировать), Put to another use (использовать иначе), Eliminate (удалить), Reverse (перевернуть). Этот метод помогает переосмыслить существующие идеи или продукты. Например, при создании медиапроекта студенты могут взять стандартный формат видеоурока и модифицировать его, добавив интерактивные элементы или изменив стиль подачи.

6. Понятие и сущность креативного менеджмента

Креативный менеджмент – эффективное управление структурами, процессами и ресурсами для достижения заданных целей с использованием нестандартных (творческих) подходов.

Креативный (от англ. «creative») – это буквально «творческий, созидательный». При этом творчество рассматривается как поиск неординарных, нестандартных подходов, раскрепощение интеллектуальной фантазии, стремление увидеть будущее, желание и возможность реализации индивидуальности.

Под **креативностью** понимается универсальная творческая способность (В.Н. Дружинин, Б.М. Теплов), уровень творческой одаренности, составляющий относительно устойчивую характеристику личности, а также естественный процесс, порождаемый сильной потребностью человека в снятии напряжения, возникающего в ситуации неопределенности или неуравновешенности (Е.П. Торренс).

В креативном менеджменте творчество выступает не только как объект управления, но и как средство повышения эффективности, как источник инноваций, стиль управления, потенциал развития, человеческий фактор.

Понятие креативного менеджмента пересекается с понятием инновационного менеджмента (от слова «innovate» - вводить новшество, производить перемены), но не исчерпывается им.

Связь инновации с креативностью в упрощенном понимании прослеживается в определении: «Инновации – это заимствование, адаптация либо практическое использование креативного элемента (то есть продукта с добавленной стоимостью) третьей стороной». В то же время инновация, т.е. введение новшества в экономику, технологию, услугу, также может иметь креативную составляющую, содержать элементы творчества.

Необходимость в креативном менеджменте возникает тогда, когда стандартные принципы и способы управления не дают результата; а именно:

- наличие проблемы и противоречивых требований к управлению;

- неполная определенность и изменчивость среды, в которой осуществляется управление;
- недостаточность управляющих механизмов для компенсации возмущений (невыполнение принципа разнообразия);
- активное противодействие конкурентов и в целом внешней среды, а также другие обстоятельства, не позволяющие обеспечить эффективное управление известными инструментами. Механизм креативного менеджмента – это совокупность средств воздействия, используемых в достижении творческого подхода к деятельности, развитии индивидуальных способностей и на этой основе повышение эффективности работы предприятия. Если главной чертой его является нетипичность и нестандартность, то это не может не проявляться и в оценке ситуации, и в определении проблемы, и в управленческом решении, и в целеполагании.

Креативный менеджмент преследует следующие цели:

- 1) оценка творческого потенциала личности (специалиста, которого хотят привлечь к решению творческих задач) в зависимости от ряда факторов малого предпринимательства;
- 2) создание творческой атмосферы в коллективе, проработавшем долгое время и имеющем свои традиции, неформальных лидеров, оправдавшее себя распределение ролевых функций;
- 3) формирование групп экспертов, призванных оценивать те или иные предварительно разработанные предложения, в частности в области инновационной политики, ориентированной на улучшение состояния дел и предупреждение кризисных ситуаций, в которых может оказаться предприятие;
- 4) образование временных творческих коллективов из лиц, способных к эффективному участию в групповом творческом процессе;
- 5) оценка доминирующих мотивационных установок, породивших их причин и возможных путей решения в ближайшей и долгосрочной перспективе задач, требующих применения творческих способностей специалиста;

б) определение эвристических методов, операций и приемов, которые необходимо освоить для более качественного и оперативного решения

т

в

о

р

ч

е

с

к

и

х

з

а

д

а

ч

с

п

е

ц

и

а

л

и

с

т

а

м

,