

Санобар Жуманова

---

*Креатив  
фикрлаш*

---



Санобар Жуманова  
**Креатив фикрлаш**

«Издательские решения»

**Жуманова С. Б.**

Креатив фикрлаш / С. Б. Жуманова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-511636-9

Ушбу китоб креативлик тушунчаси, креатив фикрлаш шакллари ва кўринишлари, илм-фан, амалиётда юзага келаётган инновацияларнинг аҳамияти, ижодий соҳаларда янгиликка интилиш, ноодатий ёндашув, ностандарт ечимларнинг зарурати, фикрлашдаги мантиқий ва интуитив уйғунлик, стереотип ва шаблонлар, улардан воз кечиш каби масалаларни қамраб олади. Фикрлашда қолиплардан чиқиш, эркинликка интилиш, ҳар бир масала ва муаммога ижодкорона ёндашув, ижодда оригиналликни таъминлашга оид масалалар акс этган.

ISBN 978-5-00-511636-9

© Жуманова С. Б.  
© Издательские решения

# Креатив фикрлаш

## Санобар Базарбаевна Жуманова

© Санобар Базарбаевна Жуманова, 2020

ISBN 978-5-0051-1636-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

### **КРЕАТИВЛИКНИ ҚАНДАЙ ШАКЛЛАНТИРИШ МУМКИН?**

Бугун дунёда юз бераётган тўртинчи саноат тамаддунининг двигатели – ҳаракатга келтирувчи кучи бу креативлик. Атрофга боқсангиз ҳар томонда инсон ижодкорлигининг беқиёс ва ҳайратланарли намуналарига дуч келасиз: электрон хизматлар, виртуал реаллик, тўртбурчакли тарвузлар, тупроқсиз ҳосил олиш... Буларнинг барчаси инсон тасавури, тафаккури маҳсули. Бугун биз учун одатийлик касб этаётган китоб, мусиқа, бино, самолёт, ҳатто лампалар ҳам қачонлар орзу ва тасавурда бўлгани, ақл-идрок самараси ўлароқ яратилган. Гилдиракнинг кашф этилишидан бошланган яратувчанлик намуналари бугун коинотда кезиб юрибди. Инновациялар кундалик турмушимизда қулайликлар яратади, оғиримизни енгил, узоғимизни яқин қилади. Шу тарзда креативлик тараққиётнинг ажралмас бўлагига айланган. Ҳар бир соҳада ижодий фикрловчи мутахассисларга талаб катта. Олим, муҳандис, профессор-ўқитувчи, шоир, ёзувчи, рассом, актёр, меъмор, муҳаррир, дизайнерларгина эмас, ҳатто бажарувчиликка асосланган кичик мутахассисларга ҳам ижодкорлик зарурати сезилади. Дунёга машҳур дастурий маҳсулотлар, мобиль телефонлар ишлаб чиқариш компаниялар мутахассисларидан ҳар кун янги ғоя сўралади. Мехнат бозорида креатив фикрловчи мутахассисларга талаб ошиб бораётган экан, таълим жараёнида ўқувчи-талабаларнинг мазкур қобилиятини шакллантириш, ривожлантириш долзарб вазифадир. Ҳалигача таълим тизимида кўплаб ёндашув ва методлар ижодий фикрлаш эмас, талқин ва таҳлилга, яъни берилган маълумотни тўғри тушуниб, тўғри етказиб бера олишга, нари борса, берилган бир неча ахборотларни умумийлаштириб, хулоса чиқара олишга йўналтирилган.

Хўш, таҳсил олувчиларни ихтиро, кашфиётлар амалга ошириш учун қандай қилиб креатив фикрлашга ўргатиш мумкин? Инновация яратиш учун тафаккурда қандай ўзгаришлар кечиши лозим?

### **Тасаввур билимдан муҳим (ми)!?**

Шахсда креативлик сифатларини ривожлантириш учун дастлаб «креативлик» тушунчасининг мазмунини аниқлаш талаб этилади. Креативлик сўзи инглизча «create»дан олинган бўлиб, яратиш маъносини беради. Креативлик деганда инсоннинг янгилик яратиш, муаммоларни ечишга қаратилган ижодий қобилияти тушунилади. Унинг таг замирида оригиналлик, амалийлик, ноодатийлик ва эркинлик ётади. Шунингдек, креатив фикрлаш муайян масала юзасидан ҳар томонлама фикрлаш, бир нуктага турли ракурсдан қарай олишни англатади.

Креативлик шахсни ривожлантирувчи категория сифатида инсон тафаккури, маънавиятининг ажралмас қисми ҳисобланади, у шахс эга бўлган билимларнинг кўпқиррали эканлигида эмас, балки янги ғояларга интилишда ва ўрнатилган стереотипларни ислоҳ қилиш ва ўзгартиришда, ҳаётий муаммоларни ечиш жараёнида қутилмаган ва ноодатий қарорлар чиқаришда намоён бўлади. Яъни берилган билимларни такрорлаш орқали креативликка эришиб бўлмайди, ижодий фикрлаш жараёнида янги фикр, янги ғоянинг пайдо бўлиши асосий шартидир. Масалан, инглиз тилида сўзларни ёдлаб, грамматик қоидаларни «сув қилиб ичиб» юборган бўлсангиз ҳам, иншо ярата олмасангиз, барчаси самарасиздир. Шунинг учун креатив фикрлаш жараёнида тасаввур муҳим роль ўйнайди. Альберт Эйнштейн «тасаввур билимдан муҳим»

деганида айнан мана шу жиҳатни назарда тутган. Кўпинча ноодатий фикрлар, ечимлар қутилмаганда инсон ҳаёлига келади. Бунинг учун аввало инсон фикрлаш жараёнидаги бир хилликка, одатийликка барҳам берилиши лозим.

### **Қолиплардан воз кечамиз**

Инсон мияси ўз ишини «енгиллаштириш», «қулайлаштириш» учун шаблон ва стереотиплардан фойдаланади. Стереотиплар шу пайтгача маълум бўлган ва умумқабул қилинган фикрлардир. Улар асосида фикрлаш бизга ҳеч қандай янги ғоя бермайди. Қолипларнинг юзага келишида жамиятда устувор бўлган ижтимоий фикр, медиамаҳсулотларда тақдим этилаётган шакл ва кўринишлар ҳам етакчи ўрин тутаяди. Инсон оммадан ажраб қолмаслик нуқтаи назаридан ҳаммининг фикрига кўшилади. Қолаверса, «оқим бўйлаб сузиш» мустақил фикрлашдан кўра осон туюлади. Стереотиплар орқали фикрлаганда муайян мавзу бўйича инсон онгига «сўров» берилганида одатий маълумот ва мулоҳазалар юзага келади. Масалан, «янги йил» деганда тўкин дастурхон, рекламадан тушмайдиган газли ичимликлар, арча ва ҳ.к.ларни тасаввур қилиш, бобо образида кўлида ҳасса тутган, кўзойнакли чолни кўриш қолип асосида фикрлашнинг кўриниши. Креатив фикрловчи инсонлар одатий манзаралардан ўзгачароқ тасвирларни ҳам тасаввур қилиб, ҳеч ким илғамаган жиҳатларни пайқайди, янгилик ярата олади.

Энг ажабланишли жиҳати таълим-тарбия жараёни ҳам болаларни бир хил қолипда фикрлашга ўргатиб кўяр экан. Ҳатто машҳур ихтирочи ва кашфиётчи олимларнинг айнан мактабдаги таълим жараёнидаги бир хилликка кўника олмагани, қолипларга сиғмаганини кўришимиз мумкин. Масалан, Альберт Эйнштейннинг мактабдан ҳайдалиши ёки Дмитрий Менделеевнинг кимё фанидан «уч» олиши бунга мисол бўла олади.

Кен Робинсон томонидан тайёрланган ва YouTube сайтида 5 миллион марта томоша қилинган «Мактаб креативликни барбод этяптими?» номли видео лавҳа ҳам мана шу хусусида фикр боради. Ҳарф ўрганиш жараёнидаёқ болаларнинг белгиланган чизиқлар бўйлаб қалам тортиб ёзув ёзиши, топшириқлар бажаришда намуналар орқали ишлаш, адабиёт дарсларида асарни қандай тушуниш кераклиги тўғрисида маълумотлар берилиши, педагогларнинг яхши бажарувчиларни яхши баҳолашлари натижасида болалар қолиплар доирасида фикрлай бошлайди. Оқибатда кўплаб ёшлар топшириқ берилса, намуна борми деб сўрайдиган ҳолга келган. Бу олдин мавжуд бўлган моделлар асосида ишлашга ўрганиб қолиш натижаси. Бундай вазиятни бартараф этиш учун ўқув жараёнида ижодкорлик сифатларини тарбиялашга аҳамият қаратилиши мақсадга мувофиқ. Масалан, ўқувчиларга «сизга бир кунда 86400 АҚШ доллари берилса, уни нималарга сарфлаган бўлар эдингиз», каби ноодатий саволлар берилиши мумкин. Бу савол ўқувчидаги топқирлик, билағонлик, ижодкорлик, масалага турли нуқтаи назардан қарай олиш, яширин жиҳатларини очиш каби хислатларни ривожлантиради. Сабаби 86400 сони бир кундаги сониялар миқдорини англатади. Савол орқали ўқувчига ҳар бир сония қиммати англатилади, уни беҳадуга сарфламаслик уқтирилади. Агар ўқувчи савол тагидаги асл моҳиятни англамаса, унда креатив ва эврестик сифатлар паст ҳисобланади.

Қолип ва стереотиплар асосида фикрлашнинг бир неча кўринишлари бор. Масалан, қутбли тафаккур – ҳамма нарсани икки шаклда яхши ёки ёмон деб қабул қилиш, дунёни оқ ва қора рангда кўришдир. Аслида яхши ёки ёмон нарсанинг ўзи мавжуд эмас, уни бизнинг фикрларимиз шундайга айлантиради. Ҳар бир ҳолат ва жараённинг ижобий ва салбий жиҳатлари бор. Бир томонлама ёндашув, асосланмаган хулосалар ҳам стереотиплар асосида фикрлашнинг кўринишларидир.

Ижодкорликни юзага келтириш учун стереотипларнинг онг ости даражасида ижоддан чекловчи функцияси, шаблонлардаги тўсиқни англаш, қолиплардан воз кечиш зарур. Кумир, бренд ва модага эргашиш – мустақил фикр қушандаси ҳисобланади. Кийиниш, ўзини тутиш, касб танлаш, ҳатто фикрлашда тақлид бунёдкорлик фаолиятдан чеклаши мумкин. Шунинг учун нега айнан шу кийимни танладим, нима учун шу ичимликни харид қиляпман, деб ОАВ, реклама орқали инсонни онгига мажбуран сингдирилаётган таъсирлардан воз кечиш ўзи-

нинг мустақил қарорини қабул қилишга, медиа изоляциясидан чиқишга сабаб бўлади. Шунга ўхшаган кичик нарсалардан бошлаб кейин ижодий жараёнларда ҳам ўзгалар таъсиридан чиқишга ўрганиш, ўзининг ижодий намунасини тақдим этиш имкони яратилади. Бунда «Предметни бошқа соҳада қўлла» («Стулни яна қайси ўринда қўллаш мумкин?»), «Белгиланган сўзлар иштирокида гап» («Товуқ», «пойабзал», «гўзаллик» сўзлари битта гапда иштирок этсин, гап грамматик, стилистик жihatдан тил қоидаларига жавоб берсин, мазмун англашилсин»), «Акси» («Муаммонинг тескари тарафида нима ётибди?») машқлари қўл келади.

### **Машқлар**

Томас Эдисон «креативлик ғайриихтиёрий жараён» дейди. Лекин ҳар куни кўплаб мутахассислар муаммоларга ноодатий ечим топиш зарурияти билан дуч келади. Улар мана шу ғайриихтиёрий жараённи ихтиёрийлаштириши мумкинми? Табиатда янги фикрларни яратувчи «сеҳрли таёқча» йўқ, бироқ ҳар қандай мутахассисни креатив бўлишига кўмаклашадиган кўплаб усуллар мавжуд. Бунинг учун ижодкорлик учун вақт ажратиш, ижодий салоҳиятни англашингиз лозим. Жорж Бернард Шоу ҳазиллашиб шундай дейди: «Кўпчилик йилига икки марта ўйлайди. Менинг бутун дунёга машҳурлигим сабаби ҳафтада бир ёки икки марта ўйлаганим». Демак, ҳаёлга келган янги фикрларни эътиборсиз қолдирмаслик, ўйлаш учун имкон яратиш муҳим.

**Ижодкорлик чегарасини белгиланг.** Муаммоли масалага дуч келган пайтингизда ижодкорлик чегараларини белгиланг. Ўзингиздан «Энг оддий ечим нимада?» деб сўранг. Кейин «Муаммони ҳал қилишнинг ақл бовар қилмас варианты»ни тасаввур қилинг. Оддий ва ҳайратланарли ечим ўртасида интервал – сизга ижодий майдон пайдо бўлди. Энди янги ғоя мавҳум эмас, унинг чегаралари мавжуд. Бу ижод жараёнидаги психологик босимни енгиллаштиради.

**SCAMPER (Substitute Combine Adapt Modify Put Eliminate Reverse) усули.** Бунда «substitute» – алмаштириш маъносини билдиради, масалан, натюрморт устида ишлаётган бўлсангиз, стол устидаги вазага олмани бошқа цитрус мева ёки саримсоқпиёзга алмаштирасиз. «Combine» (бирлаштириш) босқичида натюрморт ва портретни комбинациялаш мумкин. «Adapt» янги функциялар, элементлар қўшилади, масалан, стол устига ноутбук қўйилиши мумкин. «Modify» (ўзгартириш) да ҳажм, шакл, ранг ўзгартирилади. Масалан, одатий ҳажмдаги олма эмас, жуда катта ёки кичик олма, қўқ ёки қизил эмас, пушти рангли навни тасвирлайсиз. «Put» бошқа соҳада қўллашни англатиб, сиз натюрморт чизаётган рассом суратини яратасиз. «Eliminate» нимадир ўчиришни англатади, дейлик олмалар ўрнига уларнинг пўчоғини ёки вазани олиб ташлаб стол устида ётган олмаларни тасвирлаш ҳам ижод намунасига креативлик бағишлайди. «Reverse» энг сўнгги қадам бўлиб, ўрнини ўзгартириш, тескари ўгиришни билдиради. Бизнинг мисолимизда тасвирни қия чизиш мумкин. Бу каби ижод намунаси одатий натюрмортлардан фарқланиб, инсонларнинг алоҳида эътиборини тортади. Бу усулни бошқа ижодий жараёнларда ҳам қўллаб кўришингизни тавсия қиламиз.

**«Олти шляпа» усули.** Эдвард де Боно таклиф этган «6 хил рангли шляпа усули»да бирор мавзу танланади. Навбатма-навбат шапкалар кийилади: оқ – диққат билан, ҳеч қандай эмоциясиз барча фактлар текширилади, қора – камчиликлар аниқланади, сариқ – мавжуд ҳолат таҳлил этилади, яшил – яна янги бир неча ғоялар қўшилади, қизил – эмоционал муносабат билдирилади, қўқ – иш хотималанади. Масалан, таълим тизимига оид қонунчиликни такомиллаштириш мавзуси кўриляётган бўлса, мавжуд қонунчилик ўрганилади, камчилик ва бўшлиқлар аниқланади, қонуний меъёрларнинг реал ҳолат билан мослиги ёки қарама-қаршилиги ўрганилади, таълим сифатини оширишга хизмат қилувчи таклифлар берилади, улар амалга ошса, қандай самара бериши изоҳланади, таклиф лойиха шаклида расмийлаштирилади.

**Уолт Диснейнинг креатив фикрлаш назарияси.** Уолт Дисней кўнгилочар соҳада ўз саноатини яратган, анимацион мультфильмлари билан бутун дунёга танилган шахс. У дунёга машҳур персонажларини яратишда креативликнинг 3та фаза – ҳаёлпараст, реалист, танқидчи

образидан фойдаланади. Яъни хаёлпараст ролида ҳеч қандай чегарасиз хаёл суради, фантазия яратади. Бу жараёнда у Бахнинг «Токката, fuga ре минар» мусиқасини эшитишини айтган. Хаёлида образлар яратилгандан кейин уни реаллик билан уйғунлаштиради. Персонаж қандай ҳаракатланади, қандай гапиради барчасини конструктор сифатида уни жонлантиради, реаллаштиради. Шундан кейин хаёлпараст ва реалист ишини танқидчи кўриб чиқади. Танқидчи «фильтр» вазифасини бажаради. Уолт Дийнсейнинг ютуғи ҳам хаёлпараст, реалист, танқидчини битта шахсда жамлай олганидадир. Одатий фикрловчи инсонларда уларнинг биттаси устуворлик қилади.

**Тасодифларга бефарқ бўлманг.** Жуда кўплаб ихтиролар фавқулодда ва тасодифий ҳолатларда амалга оширилган. Яъни тақдирнинг ўзи инсонга нозик ишоралар беради. Бу Исаак Ньютоннинг бошига тушган олма, антибиотикни кашф этган олим Александ Флемингнинг ювилмай қолиб, моғорлаган лаборатория идишлари кўринишида бўлиши мумкин.

**Бир-бирига боғлиқ бўлмаган нарсаларни боғлаш.** Мобиль телефон ва компьютер имкониятларини бирлаштириш орқали планшет, юк машинасига антенна ўрнатилиб кўчма станция, қайиққа осиб кўйилган мато туфайли елканли кемалар пайдо бўлган. Шотландиялик шифокор Ж. Данлопнинг ўғли тош йўлдан велосипедда юриб қийналар эди. Даплоп боғини шланг билан суғора туриб, унинг енгил пружинасимон сакрашига эътибор берди. Натижада биринчи бўлиб шинани кашф этди.

Шунингдек, креативликнинг микро ва макро сигналларини англаш, унинг инсон физиологияси билан боғлиқ жиҳатлари яъни қандай ҳолатларда инсон хаёлига янги фикрлар келишини билиш ҳам муҳимдир.