

Úvod do konceptu *kreativita*

Lillis Monica, vědecký pracovník Helénské
otevřené univerzity



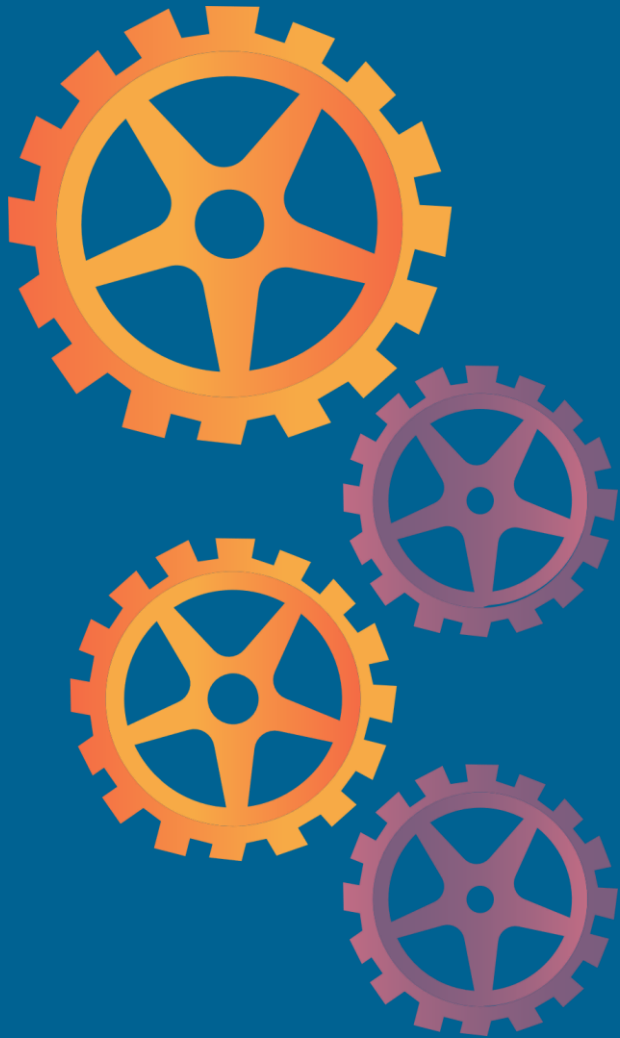
Co je kreativita?

Kreativita / tvořivost je definována jako:

"vytváření nových, vhodných nápadů a myšlenek v jakékoli oblasti lidské činnosti, od vědy, přes umění, vzdělávání, podnikání až po každodenní život".

*Nápady tedy musí být **nové a vhodné pro** danou příležitost nebo problém.*

(Amabile, 1997, Motivating creativity in organization: (O tom, jak dělat to, co vás baví, a milovat to, co děláte).

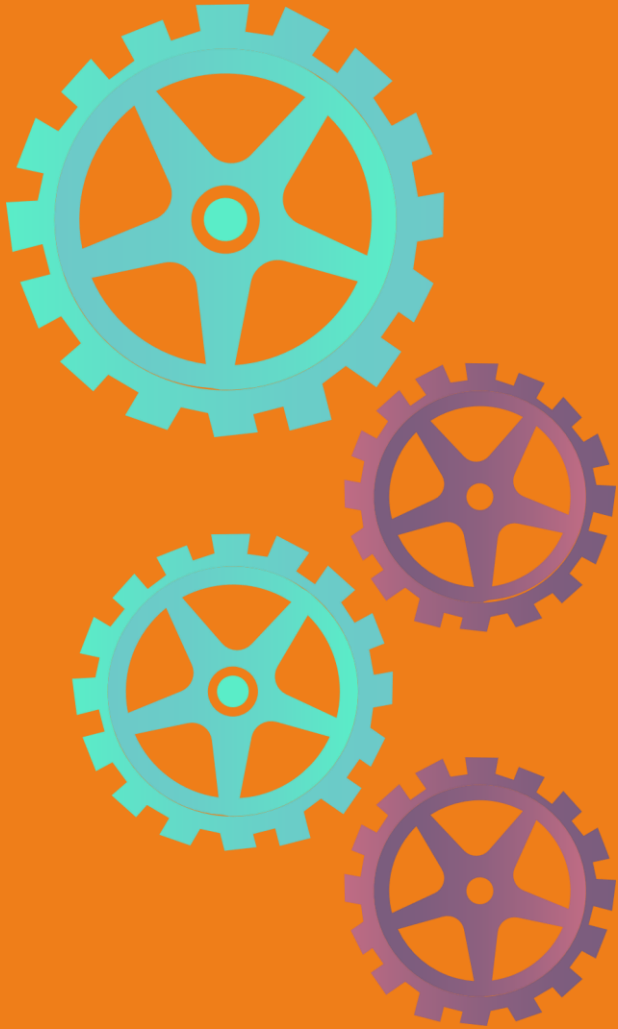


Hlavní charakteristiky *kreativity*

Kreativita je:

- *Záměrná duševní funkce, kterou je každý jedinec schopen do určité míry vykonávat.*
- *Rozvíjí se prostřednictvím rozpoznatelného procesu a ověřuje se prostřednictvím **jedinečnosti a užitečnosti** výsledku.*
- *Kreativitu lze zlepšit prostřednictvím vzdělávání.*

(Ford & Harris, 1992, Nepolapitelná definice tvořivosti)



Trochu pozadí

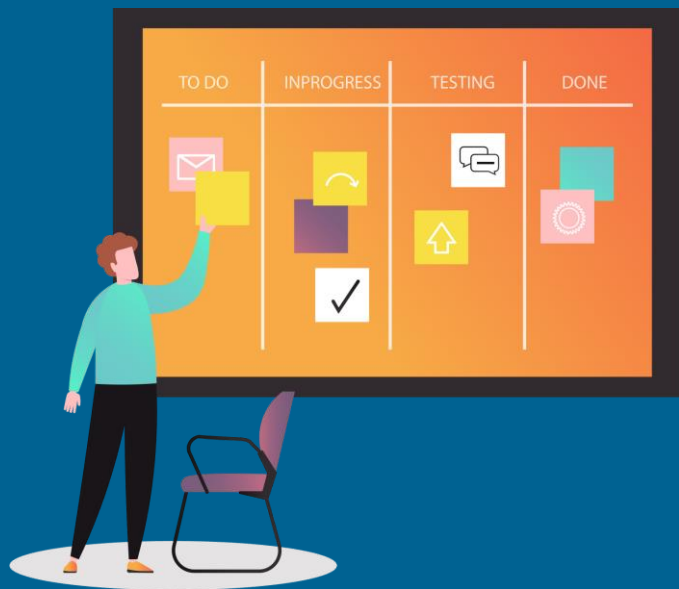


- ✓ Kreativita, odlišné myšlení a inovace patří mezi **klíčové dovednosti 21. století**.
- ✓ Kromě toho, že jsou základními prvky uměleckého vzdělávání, jsou také klíčové pro rozvoj podnikavosti.
- ✓ Intenzivnější výzkum tohoto tématu začal po projevu, kterým **J. P. Guilford** v roce **1950** přijal předsednictví Americké psychologické asociace.
- ✓ V tomto projevu Guilford zdůraznil potřebu systematického zkoumání tohoto jevu a vyzval své kolegy, aby jej studovali jako odlišnou lidskou vlastnost.

Cesta ke kreativnímu myšlení



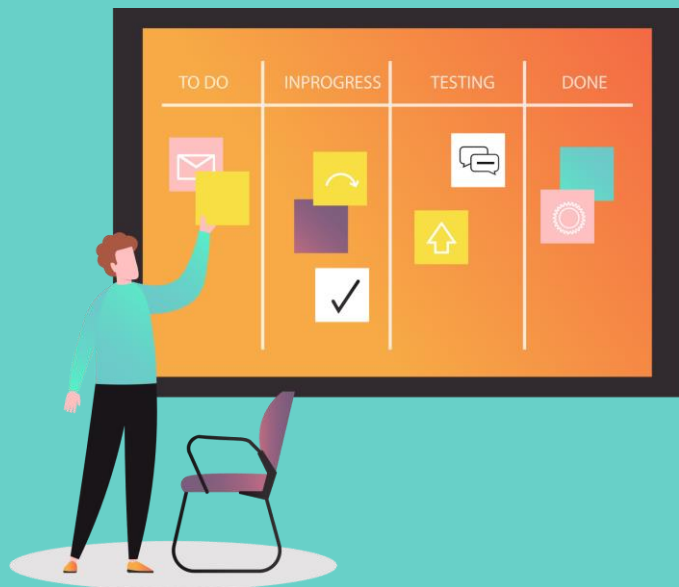
- ✓ Kreativita nezávisí pouze na talentu.
- ✓ Významné důkazy ukazují, že intenzivní **úsilí a silná motivace** mohou hrát ústřední roli v rozvoji a posilování tvořivosti.
- ✓ Zásadní roli hraje také **sociální a vzdělávací prostředí**, které může rozvoj našich tvůrčích schopností podporovat nebo naopak podkopávat.



Rozsah kreativity

- ✓ Původní výlučné spojení pojmu kreativita se světem umělecké tvorby bylo přehodnoceno.
- ✓ Zájem o výzkum se postupně přesunul do dalších oblastí, jako jsou **přírodní vědy, matematika, inženýrství, obchod a architektura.**
- ✓ Kreativita byla přidána k **měřitelným faktorům úspěchu** v oblastech, jako je vzdělávání, podnikání a obecný společenský kontext každodenního života.

(Cropley, 1999, Definice tvořivosti)



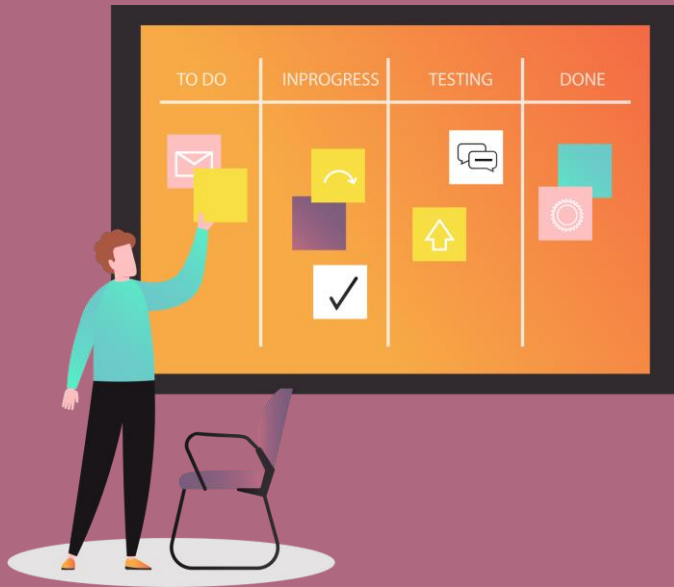
4 charakteristiky tvůrčího procesu

- **Představivost:** Vždy zahrnuje představivost, protože je to proces vytváření něčeho originálního.
- **Účelnost:** Je to představivost, která směřuje ke konečnému cíli.
- **Originalita:** Vytváří něco originálního ve vztahu k vlastní předchozí práci, ke skupině vrstevníků nebo k předchozí produkci kohokoli v daném oboru.
- **Hodnota:** Má hodnotu s ohledem na cíl, pro který byla použita.

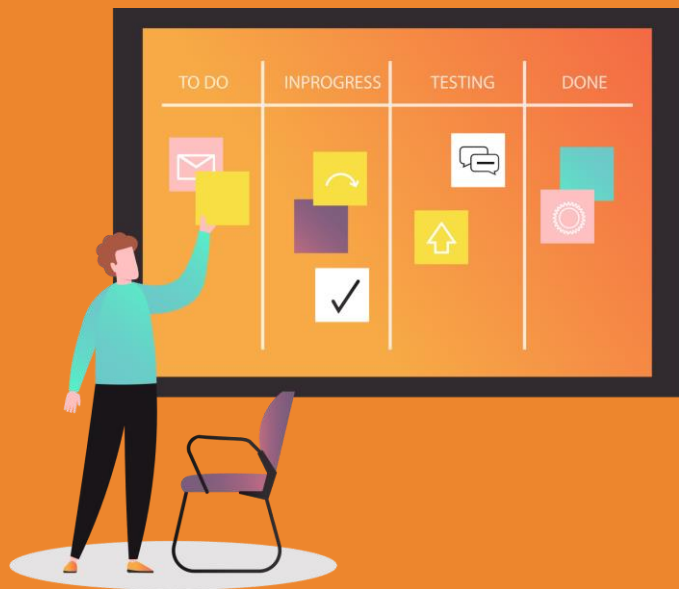
Kreativita zahrnuje nejen **vytváření** nápadů, ale také jejich **vyhodnocování** a schopnost vybrat si, který nápad je pro řešení problému nejvhodnější.

(Ernesto Villalba, 2008, O tvořivosti s cílem pochopit ji a její měření)

Proč se kreativita stala zásadní dovedností 21. století



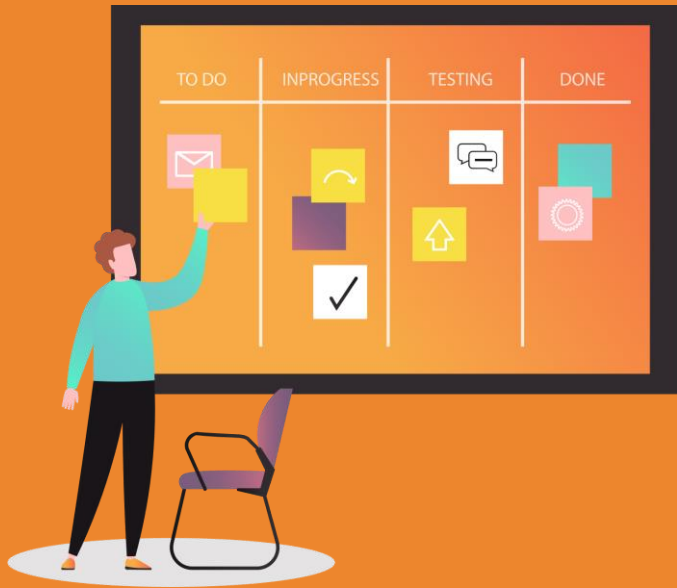
- **Realita 21. století se mění velmi rychle.** Frekvence vědeckých a technologických inovací, které přinášejí společenské změny s dopadem na život, exponenciálně roste (inovace v oblasti výpočetní techniky, medicíny, internetu atd.).
- **Tempo inovací 21. století vede ke zkrácení životních cyklů výrobků.**
- **Rozpad stabilní kariérní dráhy** (trh práce se nyní vyznačuje zásadním propojením mezi odvětvími. Dnešní studenti mohou v tomto neustále se měnícím profesním prostředí několikrát změnit zaměstnání i obor)
- **Kreativita, inovace a flexibilita mysli jsou v 21. století na pracovním trhu velmi ceněny.**



Kreativní nápady mohou být:

- Řešení problému
- Nový produkt
- Nová metoda/proces
- Nový koncept, název produktu nebo marketingová kampaň

(Christian Kohls, 2015, Vzorce kreativního myšlení)

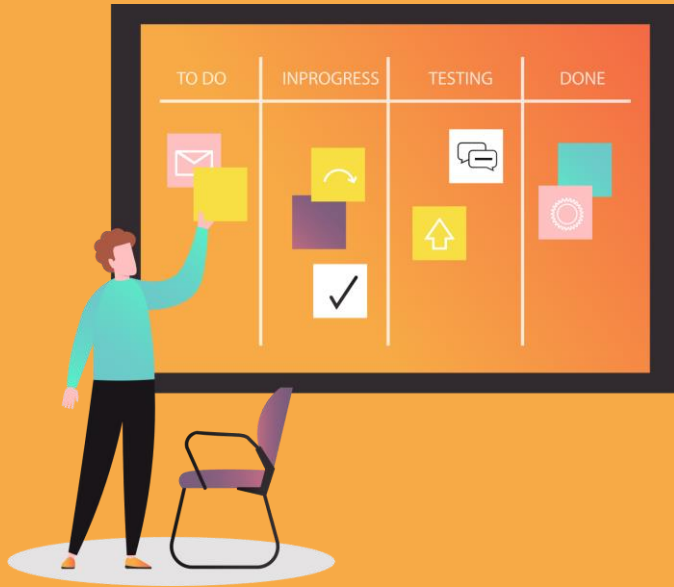


Vztah mezi kreativitou a inovací

- Často se setkáváme s tím, že se slova kreativita a inovace spojují nebo zaměňují.
- **Inovace však** zpravidla kladou větší důraz na ***aplikační stránku tvůrčího procesu.***
- **Inovace** splňuje druhou charakteristiku tvořivosti, kterou je "**užitečnost**" nebo "**hodnota**".
- Inovace jsou tedy častěji spojovány se světem obchodu, managementu, inženýrství a podnikání.
- **Inovace je** obecně považována za krok tvůrčího procesu, který přináší **řešení problému** (nedostatek určitého produktu na trhu, absence marketingové strategie atd.).

Podmínky, které podporují kreativní myšlení a vedou k inovacím

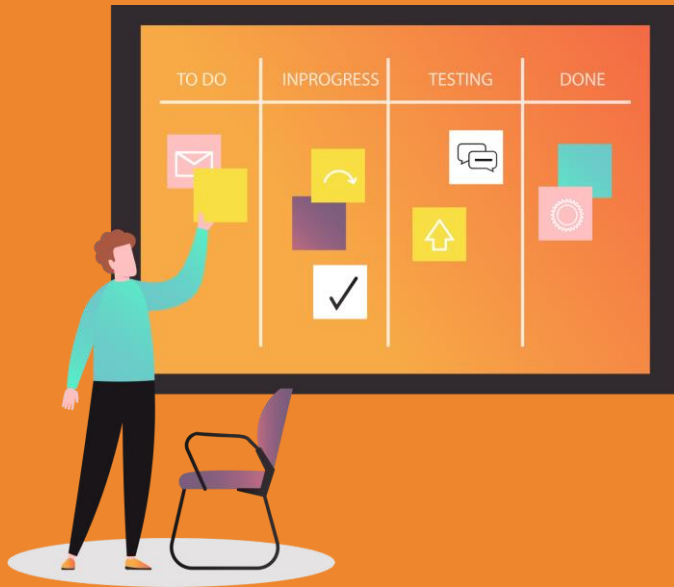
Inovační motor



- ✓ **Představivost:** Vymyslete, jak problém přetvořit, pokládejte otevřené otázky, spojte a kombinujte nápady, zpochybňujte předpoklady.
- ✓ **Znalosti:** Hluboká a okamžitá znalost dané problematiky. Znalosti jsou nástrojem naší představivosti.
- ✓ **Postoj:** Buďte **zvědaví** a **přirozeně pozorní** ke svému okolí, **ptejte se**.
- ✓ **Lokalita:** Fyzické a sociální prostředí, které podporuje kreativitu.
- ✓ **Zdroje:** Kromě finančních prostředků jsou nejdůležitějším zdrojem **lidé** (lidské zdroje) a podpora tvůrčích komunit.
- ✓ **Kultura:** Jedním z aspektů kultury, který hluboce ovlivňuje kreativitu, je **způsob, jakým se vyrovnáváme s neúspěchem**; neočekávané výsledky v tvůrčích a výzkumných oblastech se nazývají DATA.

(Tina Seelig, 2014, Inovační motor)

Vzorce myšlení

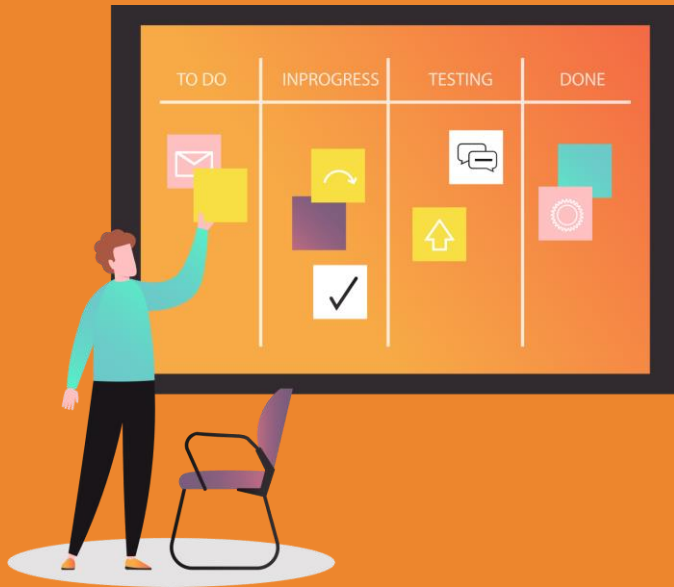


- ✓ jsou pro kreativní myšlení nezbytné.
- ✓ lze kombinovat. Různými kombinacemi vznikají nové formy myšlení.
- ✓ nám umožňují analyzovat a odpovídajícím způsobem zobecňovat, abychom mohli problém řešit novými, alternativními a kreativními způsoby.
- ✓ lze naučit stejně jako analytické myšlení.
- ✓ nástroje tvůrčího myšlení jsou vysoce strukturované a stejné metodické vzorce lze používat opakovaně.

(Christian Kohls, 2015, Vzorce kreativního myšlení)

Vzorce kreativního myšlení

Vícero perspektiv: záměrné nahlížení na problém z různých úhlů pohledu. Nahlížení na situaci komplexněji.



Pokud se na věc díváte pouze z jedné perspektivy, je velmi pravděpodobné, že vám uniknou důležité skutečnosti, potenciální cesty a nežádoucí důsledky.

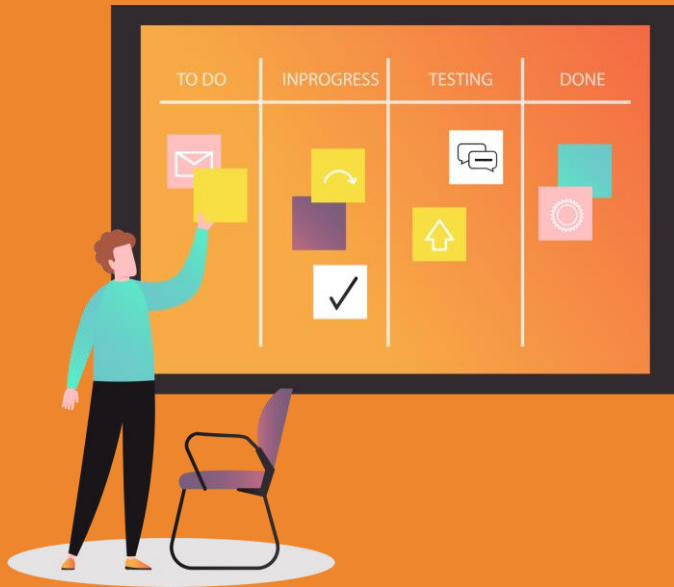
Pokud vidíme nějaký předmět, jsme přesvědčeni, že ho vidíme správně, protože je to tak zřejmé. Představte si však dům, který je zepředu natřený červeně a zezadu zeleně. Pokud se na něj podíváte zepředu, mohli byste přísahat, že je to červený dům. Každý, kdo tvrdí, že vidí zelený dům, se zdá být divný. **Přesto jsou oba pohledy správné.** Mnoho času se může promarnit, pokud každá strana lpí na svém stanovisku, aniž by uznala jiné možné názory.

Záměrně se tedy na problém podívejte z různých úhlů pohledu. Zaměřte se vždy na jeden pohled a najděte pro něj co nejvíce detailů, poznatků a důsledků.

(Christian Kohls, 2015, Patterns of Creative Thinking)

Vzorce kreativního myšlení

Spouštěč nápadů: podněcuje myšlenky k užitečným směrům. Spouštěč nápadů by měl být použit ke generování více než jednoho nápadu. Posouzení nápadů by se mělo odložit, aby se nezastavil tok nových myšlenek.



Potýkáte se s problémem a nevíte, co s ním. Položením správných otázek jste více než na půli cesty k řešení. Dobré otázky pomáhají lépe pochopit situaci, problém, jeho síly, možnosti a dostupné zdroje. Otázky vás mohou přivést k různým myšlenkovým směrům, umožňují vidět nové věci a poskytují pohledy z VÍCE PERSPEKTIV. Dobrá otázka nebo způsob pohledu vás správně nakopne k tomu, abyste začali přemýšlet.

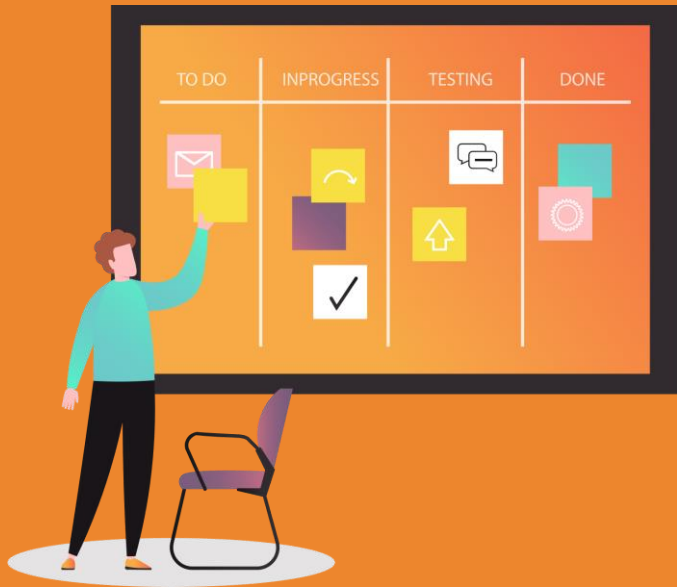
Proto **sestavte otázky, výzvy, podněty, šablony a tabulky jako spouštěče nápadů, které lze použít náhodně, jako kontrolní seznam nebo při záměrném výběru. Typickou šablonou otázek pro shromažďování informací o situaci, výzvě nebo existujícím produktu je 5W1H: Kdo? Co? Kde? Kdy? Proč? Jak?**

Pokud položíte všechny tyto otázky, získáte mnohem více informací než při nestrukturovaném brainstormingu.

(Christian Kohls, 2015, Patterns of Creative Thinking)

Vzorce kreativního myšlení

Náhodný impuls: *dává našim myšlenkám nový a nečekaný směr, když už situaci dobře rozumíme, ale stále nedokážeme vytvořit něco nového, co by mohlo inovovat nebo vyřešit stávající problémy.*



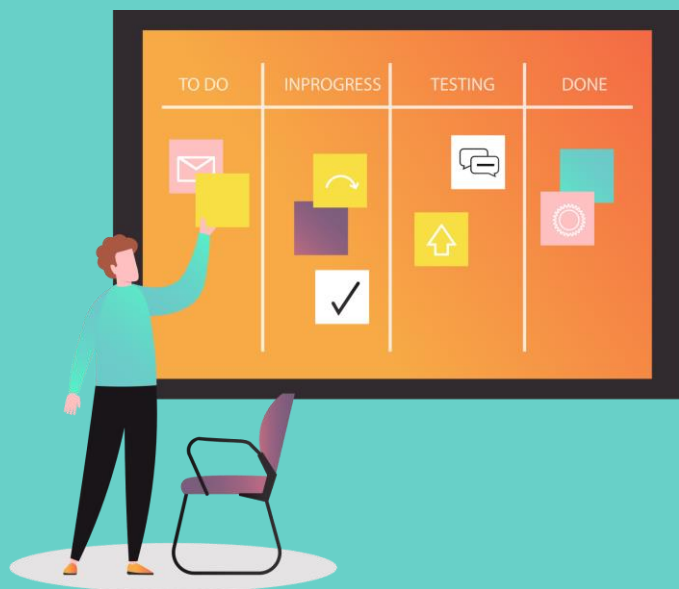
Chcete rozvíjet nové nápady nebo vylepšovat ty stávající. Dobře rozumíte situaci nebo jste danou oblast pečlivě prostudovali. Ale prostě nemůžete přijít s něčím novým, co by mohlo inovovat nebo vyřešit stávající problémy. **Jste zaseklí u starých nápadů.**

Proto **dejte svým myšlenkám nový a nezaujatý směr pomocí náhodných podnětů, jako jsou náhodná slova, obrazy nebo dojmy.**

Ne všechny vygenerované nápady jsou přínosné. Ale o to nejde. Náhodný impuls by měl vaše myšlenky nakopnout. Nápady byste měli později vyhodnotit a vybrat ty nejlepší.

(Christian Kohls, 2015, Patterns of Creative Thinking)

Kreativita a podnikání



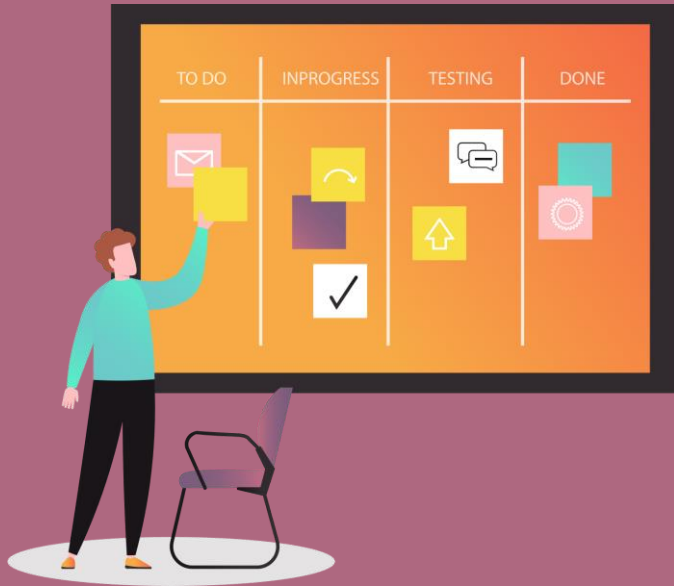
Při měření úspěšného ***podnikání*** většina ukazatelů směřuje k úsilí o ***kreativitu***, protože se z principu zaměřuje na vytvoření něčeho "nového" a s "hodnotného" pro trh.

Digitální vzdělávací nástroje, které podněcují kreativitu ve třídě

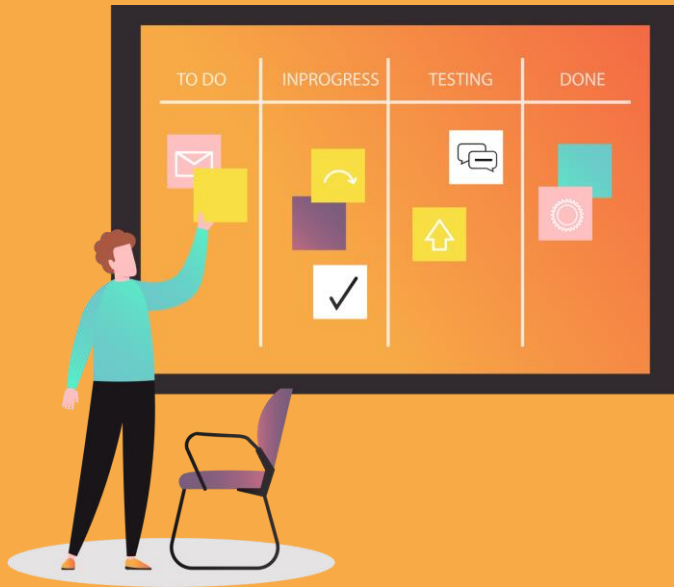
<https://www.classtools.net/>

když chcete vytvořit:

- Kvízy, křížovky, sudoku
- Experimentální účty na sociálních sítích
- QR kódy pro vzdělávací herní účely
- Virtuální výstavy a muzea
- Odznaky pro týmy nebo postavy pro hraní rolí
- Časové osy historických událostí
- Multimediální prezentace



Doporučené odkazy



- Ali Taha, 2015, *Techniky a metody kreativního managementu ve výuce managementu: analytická studie o vnímání studentů (Creative Management Techniques and Methods as a Part of the Management Education: Analytical Study on Students' Perceptions)*
- Amabile, 1997, *Motivace kreativity v organizaci: O tom, jak dělat to, co máte rádi, a mít rád to, co děláte. (Motivating creativity in organization: On doing what you love and loving what you do)*
- Crompton, 1999, *Definice tvořivosti*
- Ferrari et al., 2009, *Inovace a kreativita ve vzdělávání a odborné přípravě v členských státech EU: Osvojování tvůrčího učení a podpora inovativní výuky. (Innovation and Creativity in Education and Training in the EU Member States: Fostering Creative Learning and Supporting Innovative Teaching)*
- Ford & Harris, 1992, *Nepolapitelná definice kreativity*
- Kohls, 2015, *Vzorce kreativního myšlení*
- Seelig, 2014, *Inovační motor*
- Universitat Jaume, 2015, *Rozsahy kreativity. Kreativita v podnikání (Scopes of Creativity. Creativity in business)*
- Villalba, 2008, *O tvořivosti směrem k porozumění tvořivosti a jejímu měření (On Creativity Towards an Understanding of Creativity and its Measurements)*

The project „Agile2Learn was financed with the support of the Erasmus+ Programme of the European Commission under the Grant No.: 2021-1-CZ01-KA220-VET-000025558

[Agile2learn.eu](https://agile2learn.eu)