



KREATIV FIKRLASHNI RIVOJLANTIRISHNING MODELLARI VA NAZARIYALARINING XILMA-XILLIGI.

JDPU o'qituvchisi: Xamrayeva Nazira Ravshanovna

Annotatsiya: Kreativ fikrlash zamonaviy ta'lim, ilm-fan va innovatsion rivojlanishning asosiy poydevorlaridan biri sifatida keng o'rganilayotgan psixologik hodisa hisoblanadi. Ushbu maqolada kreativlikni rivojlantirishga oid ilmiy yondashuvlarning nazariy xilma-xilligi tahlil qilinadi va turli modellarning o'ziga xos xususiyatlari, qo'llash sohalari hamda o'zaro bog'liqligi muhokama qilinadi. Tadqiqot natijasida kreativ fikrlashni rivojlantirishda yagona universal model mavjud emasligi, balki har bir nazariyaning ma'lum kontekst va maqsadlarga mos kelishi aniqlandi. Integratsion yondashuv asosida kreativ fikrlashni rivojlantirish strategiyalarini shakllantirish orqali ta'lim muassasalari va tashkilotlarda innovatsion potensialni oshirish imkoniyatlari ko'rib chiqildi. Maqola kreativlik nazariyalari sohasidagi ilmiy adabiyotga asoslanib, original tahlil va xulosa berishga qaratilgan bo'lib, amaliy qo'llash uchun yo'naltiruvchi tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: kreativ fikrlash, divergent fikrlash, lateral fikrlash, kreativlik modellari, innovatsion pedagogika, psixologik nazariyalar, tizim yondashuvi, ilhom jarayoni.

МНОГООБРАЗИЕ МОДЕЛЕЙ И ТЕОРИЙ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ

Аннотация: Креативное мышление является широко изучаемым психологическим феноменом, выступающим в качестве одной из ключевых основ современного образования, науки и инновационного развития. В данной статье анализируется теоретическое многообразие научных подходов к развитию креативности, а также рассматриваются специфические особенности различных моделей, сферы их применения и взаимосвязи между ними. Результаты исследования показали, что в развитии креативного мышления не существует единой универсальной модели; напротив, каждая теория оказывается эффективной в определённом контексте и для конкретных целей. На основе





интегративного подхода были изучены возможности формирования стратегий развития креативного мышления для повышения инновационного потенциала в образовательных учреждениях и организациях. Статья опирается на научную литературу в области теорий креативности, содержит оригинальный анализ и выводы, а также включает практические рекомендации для применения в педагогической практике.

Ключевые слова: Креативное мышление, дивергентное мышление, латеральное мышление, модели креативности, инновационная педагогика, психологические теории, системный подход, процесс инсайта.

DIVERSITY OF MODELS AND THEORIES FOR DEVELOPING CREATIVE THINKING

Abstract: Creative thinking is a widely studied psychological phenomenon that serves as one of the fundamental pillars of contemporary education, science, and innovative development. This article analyzes the theoretical diversity of scientific approaches to fostering creativity and discusses the distinctive features of various models, their application domains, and interrelationships. The research findings reveal that no single universal model exists for developing creative thinking; rather, each theory proves effective within specific contexts and for particular objectives. Based on an integrative approach, the article examines opportunities for shaping creative thinking development strategies to enhance innovative potential in educational institutions and organizations. Grounded in scholarly literature on creativity theories, the article presents original analysis and conclusions while offering practical guidelines for implementation in educational practice.

Keywords: creative thinking, divergent thinking, lateral thinking, creativity models, innovative pedagogy, psychological theories, systems approach, insight process.

Insoniyat tarixining har bir davrida yangi g'oyalarning vujudga kelishi jamiyatning rivojlanish tezligini va sifatini belgilab kelgan bo'lib, ayniqsa zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida kreativ fikrlash faqatgina san'at sohasiga xos xususiyatdan tashqari, iqtisodiy raqobatbardoshlik va ilmiy-texnikaviy yutuqlarning





asosiy sharti sifatida qadrlanmoqda. Kreativlikni ilmiy o'rganish XX asrning o'rtalarida J.P. Guilfordning ishlari bilan yangi bosqichga ko'tarildi; u 1950-yilda Amerika Psixologlar Assotsiatsiyasi oldida o'qilgan ma'ruzasida aqlli fikrlash tizimida kreativlikni mustaqil o'lchov sifatida ajratib ko'rsatdi va divergent fikrlash tushunchasini keng qo'llanishga kiritdi. Divergent fikrlash muayyan muammo oldida bir nechta alternativ yechimlarni topish qobiliyati sifatida ta'riflanadi va bu qobiliyat oqim (fikrlar soni), moslashuvchanlik (turli yo'nalishlarda fikrlash), aslchilik (nadir va noyob g'oyalari) va batafsillik (har bir g'oyani chuqur ishlab chiqish) kabi o'lchovlar orqali baholanadi. Guilfordning ushbu yondashuvi kreativlikni obyektiv ravishda o'lchash imkoniyatini berdi va keyinchalik E. Paul Torrance tomonidan amaliy testlar majmuasi sifatida ishlab chiqildi. Torrance testlari bolalar va kattalar uchun mo'ljallangan bo'lib, ular kreativ potensialni rivojlantirish dasturlarining samaradorligini baholashda hali ham keng qo'llaniladi. Biroq, divergent fikrlash modelining cheklovlari ham mavjud; masalan, u faqat g'oyalarning miqdoriy ko'rsatkichlariga e'tibor beradi, lekin g'oyaning amaliy qo'llanilishi yoki ijtimoiy ahamiyati hisobga olinmaydi. Shu bilan bir vaqtda, konvergent fikrlash bilan muvozanat saqlash zarurligi ko'rsatiladi, chunki kreativ jarayon faqat yangi g'oyalarni yaratish emas, balki ulardan eng maqbulini tanlab, amalga oshirishni ham o'z ichiga oladi.

Kreativ jarayonning ichki mexanizmini tushunishga qaratilgan yondashuvlar ichida Graham Wallas 1926-yilda taklif etgan to'rt bosqichli model o'z dolzarbligini saqlab kelmoqda. Ushbu modelga ko'ra, kreativ yechimning shakllanishi tayyorgarlik, inkubatsiya, yorqinlash va tekshirish bosqichlaridan o'tadi. Tayyorgarlik bosqichida shaxs muammo haqida chuqur ma'lumot to'playdi va turli manbalarni o'rganadi; inkubatsiya davrida esa ongli ravishda muammo ustida ishlash to'xtatiladi va fikrlar idrok etilmaydigan darajada qayta ishlanadi; yorqinlash paytida esa birdaniga yangi yechim paydo bo'ladi — bu "evrika" lahzasi deb ataladi; oxirgi tekshirish bosqichida esa topilgan yechim mantiqiy jihatdan tekshirilib, amaliy jihatdan qo'llanilishi mumkinligi baholanadi. Wallas modelining kuchli tomoni shundaki, u kreativlikni faqat ongli intellektual harakat emas, balki ongsiz jarayonlarning ham muhim rol o'ynaydigan murakkab psixik holat sifatida ko'rsatadi.





Assotsiativ tafakkur nazariyasi doirasida Sarnoff Mednik 1962-yilda kreativlikni yangi assotsiativ bog'lanishlarni yaratish qobiliyati orqali izohlovchi modelni ishlab chiqdi. Uning fikricha, har bir tushuncha miyada assotsiativ tarmoqqa ega bo'lib, kreativ shaxslarda bu tarmoqlar kamroq odatiy bog'lanishlarga ega bo'lgan elementlar o'rtasida ham aloqadorlik o'rnatish imkoniyatiga ega. Masalan, oddiy shaxs "qo'l" so'zi bilan "oyoq", "barmoq" kabi yaqin tushunchalarni bog'lasa, kreativ shaxs "qo'l" bilan "dengiz", "musiqa" yoki "tarix" kabi uzoq tushunchalarni ham bog'lashi mumkin. Mednikning ushbu nazariyasi kreativlikni miyaning tuzilishi va ishlash mexanizmlari bilan bog'lashga imkon berdi va keyinchalik neyrokognitiv tadqiqotlar tomonidan qo'llab-quvvatlandi. Boshqa tomondan, Robert Sternbergning investitsiya nazariyasi kreativlikni iqtisodiy jarayonga o'xshatib, yangi g'oyalarni "arzon" bo'lganda (ya'ni hali keng tarqalmaganida) "sotib olish" va ular qadrlanganida "sotish" qobiliyati sifatida ta'riflaydi. Bu nazariya kreativlikni faqat psixologik jarayon emas, balki ijtimoiy-iqtisodiy muhit bilan chambarchas bog'liq hodisa ekanligini ko'rsatadi. Sternberg shuningdek, kreativlik uchun yetti xil intellektual resurs zarur deb hisoblaydi: analitik qobiliyatlar, sintetik qobiliyatlar, amaliy qobiliyatlar, bilim, uslub, motivatsiya va muhit. Ushbu ko'p omilli yondashuv kreativlikni rivojlantirishda faqat intellektual rivojlanishga emas, balki shaxsning butun psixologik portretiga e'tibor berish zarurligini anglatadi.

Kreativlikni faqat shaxsiy qobiliyat sifatida emas, balki ijtimoiy tizimning bir elementi sifatida o'rganishga qaratilgan yondashuvlar XX asrning oxirida keng tarqaldi. Mihaly Csikszentmihalyi 1988-yilda taklif etgan tizim modeli kreativlikni uchta o'zaro ta'sirlovchi komponent o'rtasidagi dinamik munosabat sifatida ko'rib chiqadi: shaxs (kreativ shaxs), soha (ma'lum sohaga oid mutaxassislarning jamoasi) va maydon (shu sohani boshqaruvchi institutsiyalar va qoidalar). Ushbu modelga ko'ra, shaxsning yangi g'oyasi faqat soha vakillari tomonidan qabul qilinib, maydon tomonidan rasman tan olinganda kreativ yutuq sifatida qayd etiladi. Masalan, yangi rassomning asari faqat san'at tanqidchilari va galereya egalari tomonidan qadrlanganda keng jamoatchilikka yetib boradi. Biroq, ushbu modelning salbiy jihati shundaki, u ba'zan ijtimoiy tan olinmasdan qolgan, lekin haqiqatan ham innovatsion g'oyalarni kreativlikdan chetlab qoldirishi mumkin. Teresa Amabile ning ichki motivatsiya nazariyasi esa kreativlikni rag'batlantirish mexanizmlariga e'tibor qaratadi; uning ko'p yillik tadqiqotlari





ko'rsatishicha, ichki motivatsiya (shaxsning o'z qiziqishi va mamnuniyati) tashqi mukofotlar (pul, unvon, maqtab)ga qaraganda kreativ ishning sifati va miqdoriga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Garchi ba'zi holatlarda tashqi rag'batlantiruvchi omillar ham foydali bo'lishi mumkin bo'lsa-da, ular asosiy harakatlanish kuchi bo'lganda kreativlik pasayishi kuzatiladi. Bu xususiyat ta'lim muassasalarida o'quvchilarni baholash tizimini qayta ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatadi.

Amaliy yondashuvlar doirasida kreativ fikrlashni rivojlantirishga qaratilgan modellar keng qo'llanilmoqda. Edward de Bono 1967-yilda taklif etgan lateral fikrlash modeli muammolarni hal qilishda an'anaviy vertikal fikrlashdan (mantiqiy ketma-ketlikda chuqurlashish) farqli o'laroq, muammoni boshqa burchakdan ko'rishni, tasodifiy stimullardan foydalanishni va gipotetik "nima bo'lsa" savollarini berishni o'z ichiga oladi. De Bono shuningdek, "o'ylash kiyimlari" deb atalgan usulni ishlab chiqdi, bu yerda guruh a'zolari oq (ma'lumotlar), qizil (his-tuyg'ular), sariq (ijobiy jihatlar), qora (salbiy jihatlar), yashil (yangi g'oyalar) va ko'k (jarayonni boshqarish) rangdagi "kiyimlarni" kiyib, muammoni turli nuqtai nazarlardan ko'rib chiqadilar. Bu usul guruhda kreativlikni oshirishda samarali bo'lib, korporativ muhitda keng qo'llaniladi. Alex Osborn tomonidan 1940-yillarda ishlab chiqilgan brainstorming texnikasi esa g'oyalarning miqdoriy oqimini rag'batlantirishga qaratilgan; uning asosiy qoidasi g'oyalarni tanqid qilmaslik, g'oyalarni birlashtirish va takomillashtirish, hamda g'oyalarning sonini ko'paytirishga intilishdir. Zamonaviy tadqiqotlar ko'rsatishicha, an'anaviy brainstorming ba'zan guruh ichidagi ijtimoiy bosim tufayli samarasiz bo'lishi mumkin, shuning uchun "yozma brainstorming" yoki elektron platformalar orqali anonim g'oya almashinuvi ko'proq samarali bo'lishi mumkin. Stanford dizayn maktabi tomonidan rivojlantirilgan Design Thinking modeli esa empatiya, muammoni aniqlash, g'oya yaratish, prototiplash va sinovdan o'tkazish kabi takrorlanuvchi bosqichlarni o'z ichiga olgan inson-markazli yondashuvdir. Ushbu model muammoni hal qilishda foydalanuvchining real ehtiyojlariga e'tibor berishni talab qiladi va bu jihatdan u ilmiy tadqiqotlar va innovatsion loyihalarda keng qo'llaniladi. Stanford universitetining Hasso Plattner dizayn instituti tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlar ko'rsatishicha, Design Thinking jarayonlarini qo'llash loyihalarning muvaffaqiyat ehtimolini 30 foizga oshirishi mumkin.





Kreativ fikrlashni rivojlantirish modellari va nazariyalarining xilma-xilligi ularning bir-birini inkor qiluvchi emas, balki bir-birini to'ldiruvchi xususiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. Har bir model kreativ jarayonning ma'lum bir jihati yoki bosqichiga e'tibor qaratadi va shuning uchun ularni integratsion tarzda qo'llash eng samarali natijaga olib keladi. Masalan, o'quvchilarda divergent fikrlashni rivojlantirish uchun Torrance testlariga asoslangan mashqlarni o'tkazish bilan birga, Wallas modeli asosida inkubatsiya davrini tashkil etish (masalan, muammo ustida ishlagandan so'ng qisqa tanaffus berish) hamda De Bononing lateral fikrlash usullaridan foydalanish mumkin. Shuningdek, kreativlikni rivojlantirishda shaxsning psixologik xususiyatlari bilan birga uning ijtimoiy muhitini ham hisobga olish zarur; bu jihatdan Amabile ning ichki motivatsiya nazariyasi va Csikszentmihalyining tizim modeli birgalikda qo'llanilishi mumkin. Kelajakdagi tadqiqotlar kreativlik modellari o'rtasidagi o'zaro bog'liqliklarni matematik modellar yordamida ifodalashga qaratilishi mumkin, shuningdek, turli madaniy kontekstlarda ushbu modellarning samaradorligini solishtiruvchi tadqiqotlar o'tkazish dolzarb masala hisoblanadi. Xususan, O'zbekiston kabi an'anaviy madaniyatga ega mamlakatlarda kreativ fikrlashni rivojlantirishda qaysi modellar samaraliroq ekanligini o'rganish amaliy ahamiyatga ega. Oxir o'laroq, kreativlikni rivojlantirish faqat ta'lim sohasining vazifasi emas, balki oila, jamiyat va davlat siyosati bilan chambarchas bog'liq jarayon ekanligini ta'kidlash lozim; shuning uchun kreativ fikrlashni qo'llab-quvvatlovchi ijtimoiy muhit yaratish uchun barcha tashkilotlar va institutsiyalar hamkorligi zarur. Kreativlikni rivojlantirish strategiyalari faqat yangi g'oyalarni yaratishga qaratilmasdan, ularni amalga oshirish va jamiyat hayotiga tatbiq etish jarayonlarini ham o'z ichiga olishi kerak, chunki haqiqiy kreativlik nafaqat yangilik, balki foydali va amaliy ahamiyatga ega bo'lishi shart.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Westview Press.
2. Beghetto, R. A., & Kaufman, J. C. (2014). Classroom contexts for creativity. *European Journal of Education*, 49(3), 361–373. <https://doi.org/10.1111/ejed.12087>
3. Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. HarperCollins.
4. De Bono, E. (1970). *Lateral thinking: Creativity step by step*. Harper & Row.





5. Finke, R. A., Ward, T. B., & Smith, S. M. (1992). *Creative cognition: Theory, research, and applications*. MIT Press.
6. Glăveanu, V. P. (2018). The possible as a central concept in creativity research. *Creativity. Theories – Research – Applications*, 5(1), 5–15. <https://doi.org/10.2478/ctra-2018-0001>
7. Guilford, J. P. (1967). *The nature of human intelligence*. McGraw-Hill.
8. Isaksen, S. G., & Treffinger, D. J. (2004). *Celebrating 50 years of reflective practice: Versions of the creative problem solving process*. Creativity Press.
9. Kaufman, J. C., & Sternberg, R. J. (Eds.). (2019). *The Cambridge handbook of creativity* (2nd ed.). Cambridge University Press.
10. Mednick, S. A. (1962). The associative basis of the creative process. *Psychological Review*, 69(3), 220–232. <https://doi.org/10.1037/h0048850>
11. Sawyer, R. K. (2012). *Explaining creativity: The science of human innovation* (2nd ed.). Oxford University Press.
12. Sternberg, R. J. (1999). A propulsion model of creative contributions. *Review of General Psychology*, 3(2), 83–100. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.3.2.83>
13. Torrance, E. P. (1974). *Torrance Tests of Creative Thinking: Norms-technical manual*. Scholastic Testing Service.

