

Jizzakh State Pedagogical Institute



**Journal of Preschool
Education**

*The faculty of pre-school
education*

KREATIV FIKRLASHNING IJTIMOY YORDAMCHI OMILLARI

O'qituvchi: G'aniyeva X

O'quvchi: Ma'rufjonova M

Anatatsiya: Kreativ fikrlash ko'rsatkichlari kreativ fikrlash jarayonining katta qismi ko'rinmaydigan topshiriqlarda o'quvchilar ijodiy ishlarining kreativligini ta'minlaydi. Kreativ mahsulot ijtimoiy kontekstga bog'liq va bu ijtimoiy kontekst, o'z navbatida madaniy me'yorlar va kutilayotgan natijalar tomonidan shakllantiriladi.

Kalit so'zlar; Kreativ fikrlash, ijodiy qobiliyat, ijodiy faollik, aqliy qobiliyat

Abstrakt: Creative Thinking Indicators Ensure students' creativity in assignments where much of the creative thinking process is invisible. The creative product depends on the social context, and this social context is shaped by cultural norms and expected outcomes.

Keywords; Creative thinking, creative ability, creative activity, mental ability.

Kreativ fikrlash qobiliyati ko'rsatkichlari, ayniqsa, kreativ fikrlash jarayonining katta qismi ko'rinmaydigan topshiriqlarda o'quvchilar ijodiy ishlarining kreativligini ta'minlaydi. Demak, o'quvchilarning ijod mahsuli ularning ijodiy fikrlash jarayoni muvaffaqiyatli bo'lganmi, yo'qligini aniqlashda qo'l keladi

Yillar mobaynida turli sohalardagi ijodiy mahsulning tahlili va ahamiyati haqida salmoqli tadqiqotlar o'tkazildi. Ilmiy adabiyotda qabul qilingan tavsifga ko'ra, ijodiy mahsulot muayyan ijtimoiy muhitda qabul qilingan normalarga muvofiq ham yangicha, ham foydalidir. Maktab sharoitida, ijodiy faoliyat turli kundalik shakllarni olishi mumkin: masalan, yozish, chizish, musiqa va boshqa san'at shakli orqali ifodalash faoliyati; yangi bilim va tushuncha yaratish; ochiq muammolarning turli shakllariga yangicha yechim taklif etish. O'quv jarayonidagi ushbu ijodiy faoliyatning shakllari sohalararo xususiyatga ega bo'lib, san'at va fan darslari kabi an'anaviy fanlar bilan kifoyalanmaydi

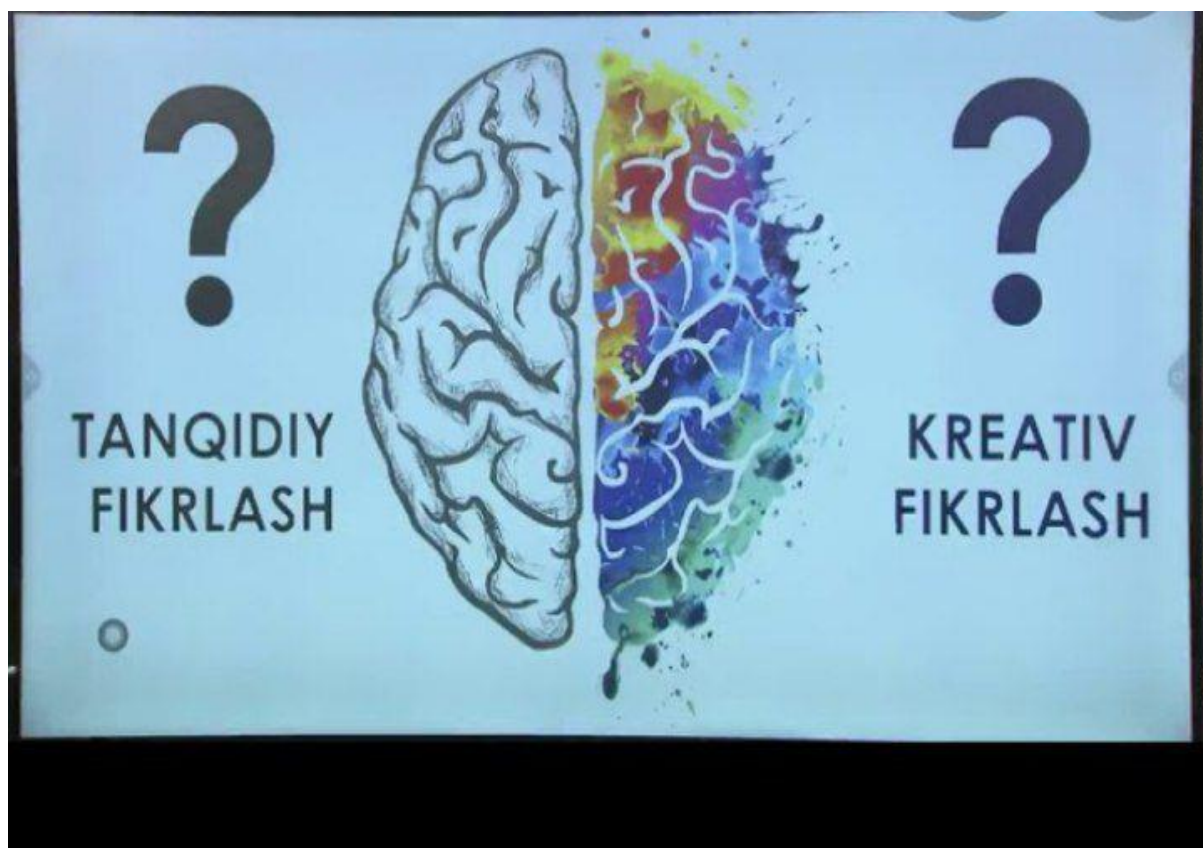
. Tashkilotchilik borasidagi tadqiqotlar ish muhitining ba'zi xususiyatlari ishchilarning ijodkorligiga ta'sir qilishini namoyish etgan. Faoliyatga berilgan norasmiy munosabat, maqsad qo'yish, ijobiy rag'batlantirish vazifani bajarishdagi nisbatan mustaqillik, munosib e'tirof va yangi go'yalar berishni qo'llab-quvvatlashning barchasi kreativlikning muhit bilan bog'liq yordamchi omillaridir. Va aksincha, yangi g'oyalarni tanqid qilib tashlash, mavjud ishlarining ahvoliga urg'u berish, rahbariyatning ortiqcha ehtiyotkorligi, muddatlar bosimi kreativlikni bo'g'uvchi muhit omillaridandir. Xuddi shu muhit omillari sinfdagi kreativ fikrlashga ham ta'sir o'tkazadi, deyish mumkin.

Ta'lim tadqiqotchilarining ba'zilar bilim hosil qilish ehtimolini oshiruvchi turli o'qitish va ta'lim olish usullarini tadqiq etmoqdalar. Tadqiqotlarga ko'ra, ijodiy fikrlash bilim-yaratuvchi jamoalardagi hamkorlik orqali muvaffaqiyatli vujudga kelishi mumkin. Ya'ni, maktablar bilim yaratuvchi tashkilot sifatida faoliyat yuritga va u yerda o'quvchilar go'yalar bilan to'g'ridan to'g'ri va davomiy faoliyat yuritga, vujudga keladi. Ta'lim jarayonining integral qismi o'laroq, bilim yaratish maqsadli faoliyatga aylanganda, o'quvchilar o'z jamoasiga yangi g'oyalarni taqdim etadilar hamda ushbu g'oyalarni davomiy takomillashtirib borishi uchun ishlaydilar.

. Zamonaviy tadqiqot tobora kreativ fikrlashga individual yumush emas, ko'proq ommaviy xatti-harakat sifatida qaramoqda. Bunga yangi bilim yaratishda guruhlarining faoliyatini tahlil qilishni misol keltirish mumkin. Kreativ fikrlashni bunday anglashda ilgari surilgan asosiy fikr, ijodiy faoliyat inson va uning muhiti, jumladan, ushbu muhitdagi boshqa insonlar orasidagi munosabatning natijasi ekanligidir. Bu yo'sinda, kreativ fikrlash va faoliyat doimiy «bajarish (muhitga qaratilgan xatti-

harakat) va «duchor bo'lish» (muhitning aks harakatini qabul qilib olish) sikli sifatida shakllantirilgan . O'zaro hamkorlik natijasida guruhlar alohida insonning qobiliyati yetmaydigan murakkab muammolarga yangicha yechimlarni taklif etishi mumkin

Hamkorlikdagi kreativ fikrlash borasidagi tadqiqotlarga ko'ra, guruh a'zolari maqsadli, opportunistik vaziyatdan kelib chiquvchi va tartibsiz murakkab jarayonlarda ishtirok etgan holda, maqsad qo'yadi va uning ro'yobga chiqishini kuzatadi, bunda guruhning turli a'zolari o'zining kuchli tarafiga asoslanib, guruhda yetakchilikni oladi. Xususan, muzokara va badiha usulidagi olib boriladigan jarayonlarda qatnasha olish yangi g'oyalarni yaratishga zamin tayyorlaydi. Hamkorlik natijasida, faoliyat g'oya yaratish va takomillashtirish bilan bog'lanadi, g'oyalardagi kamchilik tuzatiladi, boshi berk muammolarni aylanib o'tish yo'llari kashf etiladi.



50. Kreativ mahsulot ijtimoiy kontekstga bog'liq (Baer, 2016 [56]; Csikszentmihalyi, 1996 [21]) va bu ijtimoiy kontekst, o'z navbatida, madaniy me'yorlar va kutilayotgan natijalar tomonidan shakllantiriladi. Madaniy me'yorlar va kutilayotgan natijalar kreativ fikrlashga ta'sir qiladi, chunki ular inson rivojlantirishni afzal ko'rgan ko'nikma va aqliy jarayonlarga, insoniy kamo lotini shakllantiruvchi qadriyatlarining paydo bo'lishiga ta'sir o'tkazadi (Niu va Sternberg, 2003 [88]; Wong va Niu, 2013 [89]). Madaniy me'yorlar, shuningdek, bir kontekstda ijodiy fikrlashni qo'llab quvvatlashi, boshqa kontekstda esa ijodiy fikrlashdan qaytarishi (man etishi) mumkin (Lubart, 1998 [90]). Ba'zi tadqiqotlar madaniy farqliliklarni milliy ijodkorlik va innovatsiya o'lchamlariga ta'sirini o'rgangan.

Ularning umumiy xulosasiga ko'ra, faqatgina individualizm/ kollektivizm ijodiy mahsulot darajasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi (Rinne, Steel va Fairweather,

Kreativ mahsulot ijtimoiy kontekstga bog'liq va bu ijtimoiy kontekst, o'z navbatida, madaniy me'yorlar va kutilayotgan natijalar tomonidan shakllantiriladi. Madaniy me'yorlar va kutilayotgan natijalar kreativ fikrlashga ta'sir qiladi, chunki ular inson rivojlantirishni afzal ko'rgan ko'nikma va aqliy jarayonlarga, insoniy kamo lotini shakllantiruvchi qadriyatlarning paydo bo'lishiga ta'sir o'tkazadi. Madaniy me'yorlar, shuningdek, bir kontekstda ijodiy fikrlashni qo'llab quvvatlashi, boshqa kontekstda esa ijodiy fikrlashdan qaytarishi (man etishi) mumkin. Ba'zi tadqiqotlar madaniy farqliliklarni milliy ijodkorlik va innovatsiya o'lchamlariga ta'sirini o'rgangan. Ularning umumiy xulosasiga ko'ra, faqatgina individualizm/ kollektivizm ijodiy mahsulot darajasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Xulosa qilib aytganda, ta'lim jarayonida kreativ fikrlashning turli xil yordamchi omillari bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Ijtimoiy yordamchi omillar madaniyat qadriyatlar va an'analar ostida shakllanadi bu esa, o'quvchilarning shaxsiy kreativ ijtimoiy omillarining taraqqiy etishi uchun bir turtki bo'la oladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Hwang, S. (2015), Classrooms as Creative Learning Communities:

A Lived Curricular Expression, <https://digitalcommons.unl.edu/>

Teachlearnstudent/55 (accessed on 26 March 2018). [19]

2. International Test Commission (2017), «ITC guidelines for translating and

Adapting tests (Second edition)», International Journal of Testing, pp.

1-34, <http://dx.doi.org/10.1080/15305058.2017.1398166>. [123]

3. Irish National Teacher Association (INTO) (2009), «Creativity and the Arts

In the Primary School», INTO, 2009, <http://www.into.ie> (accessed on 27

March 2018). [109]

4. Julmi, C. And E. Scherm (2016), «Measuring the domain-specificity of

Creativity», No. 502, Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der

FernUniversität in Hagen, <https://www.fernuni-hagen.de/imperia/md/>

Images/fakultaetwirtschaftswissenschaft/db-502.pdf (accessed on 28

March 2018). [38]

5. Kashdan, T. And F. Fincham (2002), «Facilitating creativity by regulating

Curiosity», The American Psychologist, Vol. 57/5, pp. 373-4, [http://www.](http://www.Ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12025769)

Ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/12025769 (accessed on 29 March 2018). [68]

6. Kaufman, J. (2012), «Counting the muses: development of the Kaufman

Domains of Creativity Scale (K-DOCS)», Psychology of Aesthetics,

Creativity, and the Arts, Vol. 6/4, pp. 298-308, <http://dx.doi.org/10.1037/>