# Стратегии активного обучения по формированию креативной грамотности

Стратегия современного образования заключается в предоставлении возможности всем учащимся проявить свои таланты и творческий потенциал, подразумевающий возможность реализации личностных качеств; ставится акцент на развитие креативных способностей.

## *Представления о креативности*

Термин «креативность» происходит от английского слова «create», что означает «творить» или «создавать». И понимается под ним творческий потенциал человека, который характеризуется готовностью к тому, чтобы принимать и создавать принципиально новые идеи, отличные от общепринятых или традиционных концепций мышления. Также креативностью называют способность человека к решению проблем. Если же обратиться к идеям американского психолога Абрахама Маслоу, то он трактует креативность как творческую направленность индивида, изначально свойственную всем (врождённую), но утрачиваемую многими людьми по причине определённых факторов, таких, к примеру, как особенности образования, воспитания, социальных условий и т.д.

На локальном (бытовом) уровне креативность может проявляться в форме смекалки – способности к [достижению целей](http://4brain.ru/time/celi.php?ici_source=ba&ici_medium=link), поиску выхода из сложных ситуаций посредством применения обстановки, подручных предметов и обстоятельств неординарным способом. А на более масштабном уровне креативность проявляется в нестандартном и остроумном преодолении трудностей, причём, обычно с использованием скудного набора инструментов или ресурсов, если речь идёт о материальных потребностях, а также в нешаблонном подходе к решению задач и удовлетворению нематериальных потребностей.

Креативностьможно отнести к *общим способностям*, так как она отражает расположенность человека к созданию нового, оригинального продукта в разных сферах своей деятельности. Креативность многими психологами рассматривается как высшее проявление феномена человека, одна из составляющих его духовной и личностной зрелости, интегративное свойство личности, связанное с другими ее чертами (инициативностью, находчивостью, независимостью, эмоциональностью и др.).

Понятие **креативности**(от лат. creatio — создание, сотворение), являясь аналогом понятия **«творческие способности»**, неразрывно связано с творчеством, творческой деятельностью, порождающей нечто качественно новое (либо для творца, либо для группы или общества в целом). Несмотря на значимость и большую историю, проблемы творчества и творческих способностей до сих пор недостаточно разработаны. Как отмечает известный исследователь этой проблематики Д.Б. Богоявленская, принципиальная спонтанность творческого процесса делает его практически неуловимым для естественно научных методов. Эта спонтанность проявляется как в невозможности прогнозировать момент озарения и творческого решения, так и в неопределенности (неожиданности) самого предмета творчества, творческой идеи, которые могут возникать вне связи с целью данной познавательной деятельности («чтобы изобретать, надо думать около»). Довольно долго творческие достижения человека объясняли высоким уровнем общих и специальных способностей, фактически не выделяли творческие способности как особый вид, отождествляли их с интеллектом.

Толчком для их выделения как особого вида послужили сведения об отсутствии связи между выполнением тестов интеллекта и успешностью решения проблемных ситуаций. Было также отмечено, что творческие возможности человека не совпадают со способностями к обучению. Тенденция к выделению креативности как отдельного вида способностей возникла в 50-е гг. XX в. и связана прежде всего с именами известных американских психологов Л. Терстоуна и Дж. Гилфорда.

Л. Терстоун проанализировал возможную роль в креативности способностей быстро усваивать и разными способами использовать новую информацию. Он отметил роль в творческих достижениях индуктивного мышления и некоторых особенностей восприятия, а также обратил внимание на то, что творческие решения чаще приходят в момент релаксации, рассеивания внимания, а не в момент сосредоточения над решением проблемы. Креативность стали рассматривать как способность создавать новые идеи, стали напрямую связывать с творческими достижениями.

Изучение креативности за рубежом ведется в основном в двух направлениях. Одно связано с вопросом о том, зависит ли креативность от интеллекта, и ориентируется на измерение познавательных процессов в связи с креативностью.

Другое направление занимается выяснением того, является ли личность с ее психологическими особенностями существенным аспектом креативности, и характеризуется вниманием к личностным и мотивационным чертам.

Попытки определить креативность посредством познавательных переменных направлены на оценку необычных интеллектуальных факторов и познавательных стилей. Было выделено 16 гипотетических способностей, характеризующих креативность. Среди них такие:

* беглость мысли (количество идей, возникающих в единицу времени);
* гибкость мысли (способность переключаться с одной идеи на другую);
* оригинальность (способность производить идеи, отличающиеся от общепризнанных взглядов);
* любознательность (чувствительность к проблемам в окружающем мире);
* способность к разработке гипотезы, иррелевантность (логическая независимость реакции от стимула);
* фантастичность (полная оторванность ответа от реальности при наличии логической связи между стимулом и реакцией).

Дж. Гилфорд объединил эти факторы под общим названием ***«дивергентное мышление»,*** которое проявляется тогда, когда проблема только еще должна быть определена или раскрыта и когда не существует заранее предписанного, установившегося пути решения (в отличие от «конвергентного мышления», ориентирующегося на известное или «подходящее» решение проблемы). Исследуя, различные ли особенности представляют интеллект, измеряемый традиционными интеллектуальными тестами, и креативность, также определяемая с помощью специальных тестов, ученые получили противоречивые результаты.

В некоторых работах подтвердилась гипотеза о высокой корреляции IQ и показателей креативности, в других были получены прямо противоположные результаты. Причины такого рассогласования отчасти видели в отсутствии разработанности диагностики креативности, вследствие чего в ряде случаев отсутствовали значимые корреляции между разными показателями этого свойства.

Однако не все психологи признают креативность особым качеством, одной из разновидностей общих способностей. Некоторые из них, например, Н. Марш, Ф. Верной, С. Берт и др., рассматривают креативность как одну из сторон интеллекта, не измеряемую традиционными интеллектуальными тестами. Их точку зрения подкрепляют результаты исследований, показывающих зависимость оценок креативности от прошлого опыта, характера усвоенных знаний и навыков, особенностей окружающей среды. Так, Э. Оглетри и В. Юлаки, изучив 1165 школьников из Англии, Шотландии и Германии, установили, что оценки креативности являются функцией социоэкономического положения. Во всех странах дети, принадлежащие к привилегированному классу, получили более высокие оценки по тестам креативности, чем их сверстники из среднего и низшего классов.

Д. Гуднау на примере двух детских садов показал, что обучение детей активному манипулированию предметами приводит к более нестандартному их использованию. В. Уорд в своем исследовании увеличил число дивергентных ответов у детей, поместив их в богатую информацией среду.

Таким образом, посредством воздействия на окружающую среду можно формировать креативность, развивать ее. От каких показателей окружающей среды в первую очередь можно ждать развивающего действия? Как показывают исследования, окружающая среда должна отличаться богатством информации и большой свободой, вольной атмосферой. Так, Ф. Хеддон и Г. Литтон обнаружили более высокие оценки креативности у учащихся школ, отличающихся неформальной атмосферой и организацией обучения по сравнению с более формальными школами.

Также развитие креативности зависит от особенностей культуры, от традиций и ценностей, поддерживаемых обществом. Так, в США велик престиж творчества, американские школы стремятся развивать у детей креативность, используя специальные программы обучения, и это приводит к заметному повышению уровня креативности американских школьников.

Подобные данные свидетельствуют о большой роли личностных особенностей в развитии креативности. Личностный подход в изучении креативности характеризуется особым вниманием к эмоциональным и мотивационным факторам, включенным в это свойство. В отношении личностных особенностей, связанных с креативностью, результаты разных исследователей схожи. Выделены некоторые личностные черты (самонадеянность, агрессивность, самодовольство, непризнание социальных ограничений и чужих мнений), отличающие креативных от не креативных. По мнению некоторых психологов, это говорит о существовании общего типа креативной личности, в отличие от типа личности некреативной. Интересно, что исследования, проведенные на детях и молодежи, показали, что личностные черты юных и взрослых креативных индивидов совпадают. Это означает, что, по-видимому, креативность можно предсказывать на основании проявления личностных особенностей в довольно раннем возрасте.

Нет единой точки зрения и в отношении мотивационных характеристик креативности. Согласно одной точке зрения, креативный человек пытается наилучшим образом реализовать себя, максимально соответствовать своим возможностям, выполнить новые, непривычные для него виды деятельности, применить новые способы деятельности. Согласно другой точке зрения, мотивация креативных способностей основана на стремлении к риску, к проверке предела своих возможностей.

Креативность, как и любую другую [способность](http://4brain.ru/psy/psihologija-lichnosti.php?ici_source=ba&ici_medium=link), можно не только потерять, но и напротив – развивать, постепенно раскрывая личностный потенциал человека. Самих же способов развития креативности сегодня существует немало – это и [метод мозгового штурма](http://4brain.ru/blog/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4-%D0%BC%D0%BE%D0%B7%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE-%D1%88%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BC%D0%B0/), и [метод синектики](http://4brain.ru/blog/%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/), и метод фокальных объектов, и некоторые другие. Одним из самых известных, популярных и эффективных методов раскрытия творческого потенциала считается креативная стратегия Уолта Диснея, автором которой является отнюдь не Уолт Дисней, как можно подумать, а Роберт Дилтс.

Роберт Дилтс является одним из пионеров нейролингвистического программирования, автором множества [НЛП-техник](http://4brain.ru/nlp/tehniki.php?ici_source=ba&ici_medium=link) (приёмы генеративного НЛП, реимпринтинг, стратегия грамотного письма и другие), статей и [книг](http://4brain.ru/books/fokusy-jazyka.php?ici_source=ba&ici_medium=link) на соответствующую тему, а также тренером и консультантом в этой же сфере.

Уолт Дисней известен по замечательным мультфильмам. Этот человек был художником-мультипликатором, актёром, кинорежиссёром, сценаристом и продюсером. Также он основал компанию «Walt Disney Productions», ставшую впоследствии настоящей мультимедийной империей «The Walt Disney Company». На его счету создание первых за всю историю кинематографа звуковых и музыкальных мультфильмов, 111 снятых и 576 спродюсированных фильмов.

Очевидно, что и Роберт Дилтс и Уолт Дисней являются не просто профессионалами, но людьми с потрясающим творческим потенциалом и завидной степенью креативности. Соответственно, можно сделать и вывод, что рассматриваемая стратегия заслуживает пристального внимания.

Уолт Дисней в своей деятельности использовал множество эффективных [стратегий творчества](http://4brain.ru/tvorcheskoe-myshlenie/teorii-kreativnosti.php?ici_source=ba&ici_medium=link), благодаря чему его творения и сегодня пользуются огромным успехом среди миллионов телезрителей по всему миру, и доставляют им массу удовольствия и позитивных эмоций.

Роберт Дилтс сумел выявить из всех применявшихся Уолтом Диснеем стратегий одну наиболее продуктивную. Наибольшая ценность этой стратегии заключается в том, что она может применяться во множестве сфер жизнедеятельности. А её основная цель выражается в организации мыслительного процесса человека при [планировании](http://4brain.ru/time/plan.php?ici_source=ba&ici_medium=link) так, чтобы способствовать активизации его творческого потенциала, причём, в любое необходимое время и в любом месте. Отсюда вытекают и принципы стратегии.

***Принципы креативной стратегии Уолта Диснея***

Суть стратегии креативности Уолта Диснея заключается в точном разделении творческого процесса на несколько этапов, а ее необычайная эффективность объясняется следующими характеристиками.

*Трехактное мышление.* В отличие от большинства людей, Уолту Диснею было присуще не двухактное мышление, которое включает генерацию идей, а затем критику, а трехактное (генерация, затем поиск путей реализации и только потом критика). Каждый этап требует исполнения определенной роли: МЕЧТАТЕЛЬ формирует новые идеи и цели, РЕАЛИСТ преобразует эти идеи в конкретные предложения, КРИТИК является фильтром и стимулом к усовершенствованию. Результат определяется согласованностью действий всех звеньев — КРИТИК без РЕАЛИСТА непродуктивен, а РЕАЛИСТ без МЕЧТАТЕЛЯ не знает, куда двигаться.

*Установление пространственных «якорей».* Существенным для получения особого эффекта является закрепление для каждой роли отдельного места в пространстве. В терминологии нейролингвистического программирования — это установление пространственных «якорей», закрепляющих подходящие для выполнения задачи внутренние ресурсы. Другими словами, формируется условный рефлекс: позиция МЕЧТАТЕЛЯ вызывает состояние вдохновения, позиция КРИТИКА активизирует критическое мышление, позиция РЕАЛИСТА — здравый смысл и практический, прагматичный подход.

*Микроуровень.* Каждому состоянию (МЕЧТАТЕЛЯ, РЕАЛИСТА И КРИТИКА) соответствуют определенные психологические и физиологические характеристики — поза, жесты, а также тип информации, с которой преимущественно происходит работа — зрительная, слуховая либо чувственная. Каждый из нас обладает ипостасями и МЕЧТАТЕЛЯ, и РЕАЛИСТА, и КРИТИКА. Но, к сожалению, очень редко эти персонажи находятся в гармонии, на равных участвуя в решении задач, а перекосы в сторону определенных ролей приводят к различным неприятным последствиям.

Основополагающим принципом креативной стратегии Уолта Диснея является выделение четырёх позиций мышления (можно даже сказать – [позиций восприятия](http://4brain.ru/nlp/pozicii-vosprijatiya.php?ici_source=ba&ici_medium=link)) – это позиции МЕЧТАТЕЛЬ, НАБЛЮДАТЕЛЬ, РЕАЛИСТ и КРИТИК. У обычного человека эти позиции всегда смешаны, а с помощью целенаправленного их выделения можно максимально реализовать присущие им возможности независимо друг от друга.

Следующим важным принципом является то, что все позиции представляют собой единый механизм, целью которого является разработка наилучшего способа реализации любого проекта.

***Технология реализация креативной стратегии Уолта Диснея***

В реализации технологии креативной стратегии Уолта Диснея выделяется 12 шагов:

**Шаг 1.** *Подготавливаем в пространстве четыре места: МЕЧТАТЕЛЬ, НАБЛЮДАТЕЛЬ, РЕАЛИСТ, КРИТИК.*

**Шаг 2.** *Входим в позицию МЕЧТАТЕЛЬ.* МЕЧТАТЕЛЬ — человек, создающий самые красивые «воздушные замки». Все, что он умеет делать — гениально мечтать, «отрываясь» от современной реальности и полностью направляя все свои творческие способности на создание самой совершенной и единственной в своем роде мечты. Представляем в своём воображении самую лучшую, идеальную возможность реализации задачи либо проекта. Представляем самый лучший образ самих себя, а также то, как мы реализуем проект. Наибольших результатов можно достичь посредством [визуализации](http://4brain.ru/blog/%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D1%83%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%BC%D0%B5%D1%87%D1%82%D1%8B/).

**Шаг 3.** *Входим в позицию НАБЛЮДАТЕЛЬ*.  НАБЛЮДАТЕЛЬ — лицо нейтральное. Его цель — наладить эффективную работу всех трех позиций и осуществлять своевременную связь между ними. Из позиции НАБЛЮДАТЕЛЯ оцените эффективность работы МЕЧТАТЕЛЯ. Если нужно, можно дать МЕЧТАТЕЛЮ рекомендации по улучшению его работы в будущем. Затем мысленно передайте созданную МЕЧТАТЕЛЕМ репрезентацию мечты РЕАЛИСТУ. Здесь задачей является налаживание эффективного взаимодействия всех позиций и осуществление корректной связи между ними. Необходимо оценить продуктивность работы МЕЧТАТЕЛЯ, дать соответствующие рекомендации и после этого мысленно передать [репрезентацию](http://4brain.ru/nlp/reprezentacija.php?ici_source=ba&ici_medium=link) плана реализации проекта от МЕЧТАТЕЛЯ к РЕАЛИСТУ.

**Шаг 4.** *Входим в позицию РЕАЛИСТ*.  РЕАЛИСТ — человек дела. Он получает удовольствие от процесса реализации доверенного ему проекта. Его меньше интересует, что было вчера и что будет завтра, зато он точно знает, что можно и нужно делать прямо сейчас. В работе ему помогает его чувство реальности, благодаря которому, он всегда может выбрать из многообразия предложений только те, которые можно реализовать в условиях данной реальности. РЕАЛИСТ рассматривает проект реализации мечты, предложенный Мечтателем, и выбирает из него только те пункты, за реализацию которых он точно можете поручиться.

**Шаг 5.** *Входим в позицию НАБЛЮДАТЕЛЬ.* Проводим оценку продуктивности работы РЕАЛИСТА, делаем выводы и, если это необходимо, вносим корректировки и дополнения. После этого передаём обработанную идею от РЕАЛИСТА к КРИТИКУ.

**Шаг 6.** *Входим в позицию КРИТИК.* Настраиваемся позитивно. На этом этапе требуется проанализировать наш план, спрогнозировать возможные препятствия и ошибки и предупредить их. Сделать это нужно ещё до реализации плана. Очень важно также сформулировать для МЕЧТАТЕЛЯ необходимые вопросы и задачи, подумав о возможных проблемах. Что может произойти в процессе реализации? Может ли наш проект как-то и на что-то отрицательно повлиять? Требующиеся задачи по доработке плана следует указать именно в позитивной форме.

**Шаг 7.** *Входим в позицию НАБЛЮДАТЕЛЬ.* Оцениваем продуктивность работы КРИТИКА. При необходимости, дополняем её. Далее передаём информацию, обработанную РЕАЛИСТОМ и КРИТИКОМ МЕЧТАТЕЛЮ на последующую доработку.

**Шаг 8.** *Входим в позицию МЕЧТАТЕЛЬ***.** Проводим анализ информации, полученной на предыдущем этапе, и уже на основе его создаём модифицированный и обновлённый образ проекта. Проект теперь должен выглядеть более чётко, и приобрести более осязаемые очертания.

**Шаг 9.** *Проходим позиции РЕАЛИСТ* ***-*** *НАБЛЮДАТЕЛЬ - КРИТИК*. В данном случае важно обработать дополнительную информацию. Происходит это таким же образом, как на предшествующих этапах.

**Шаг 10.** Входить поочерёдно во все позиции требуется до тех пор, пока разработанным планом реализации проекта или задачи не будут окончательно удовлетворены все участники.

**Шаг 11.** *Интегрируем позиции.* Как только план будет окончательно оформлен и доработан, нужно войти в каждую из позиций, кроме позиции НАБЛЮДАТЕЛЬ, и обратить внимание на все состояния и способы работы с планом реализации, которые характерны для каждой из позиций. После этого объединяем их в себе в одно целое.

**Шаг 12.** *Подстраиваемся к будущему.* На данной стадии у нас есть полная «картинка» плана реализации нашего проекта и всех действий, необходимых для достижения требуемого результата. На основе этого продумываем свои первые практические шаги и приступаем к их осуществлению.

*Описание ролей креативной стратегии Уолта Диснея*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Параметры** | **МЕЧТАТЕЛЬ** | **РЕАЛИСТ** | **КРИТИК** |
| *Вопросы* | Что? | Как? | Почему? |
| *Установка* | Все возможно | Действовать, «как будто» это возможно | «Что, если» возникнут проблемы |
| *Тип креативности* | Переформулирование целей | Переформулирование поведения | Переформулирование процедур доказательств |
| *Когнитивный стиль* | Визуальные образы, видение, большая картина, цветной «фильм» | «Раскадровка» — разбиение общей картины на этапы, короткие сроки поэтапного воплощения | Дигитальное поведение — логические рассуждения, анализ, поиск недостатков |
| *Микростратегии* | Синтезирование (звук + зрительный образ, зрительный образ + чувственные ощущения) | Ассоциирование с решением задачи, взгляд на ситуацию изнутри | Взгляд на ситуацию со стороны, с точки зрения посторонних наблюдателей |

Для коллективной работы стратегия Уолта Диснея может быть применена по следующему алгоритму.

1. Определите состав команд МЕЧТАТЕЛЕЙ, РЕАЛИСТОВ И КРИТИКОВ, учитывая их личностные особенности и предпочтения. ВЕДУЩИЙ (координатор) исполняет роль НАБЛЮДАТЕЛЯ.

2. Сформулируйте краткое описание ситуации и задачи, требующей решения.

3. Попросите каждую из групп «заякорить» чистое и сильное состояние для каждой из трех позиций — МЕЧТАТЕЛЯ, РЕАЛИСТА И КРИТИКА. Помогите им выработать наилучшее состояние, попросив их вспомнить случай, когда они: а) мечтали, б) были практичны, в) критиковали.

4. Первыми включаются в работу МЕЧТАТЕЛИ. Их задача — дать как можно больше оригинальных идей и решений задачи. Работа проходит в режиме «мозгового штурма» — критика запрещена.

5. Идеи, полученные МЕЧТАТЕЛЯМИ, передаются НАБЛЮДАТЕЛЕМ группе РЕАЛИСТОВ. Их задача — выбрать из них те, которые пригодны для реализации, и доработать до вида, приемлемого для практического воплощения. РЕАЛИСТЫ должны составить поэтапный план реализации данных решений задачи.

6. План, предложенный РЕАЛИСТАМИ, НАБЛЮДАТЕЛЬ передает группе КРИТИКОВ. КРИТИКИ выявляют изъяны и недостатки каждого проекта.

7. При необходимости решение передается на доработку МЕЧТАТЕЛЯМ и РЕАЛИСТАМ и потом возвращается КРИТИКАМ — до тех пор, пока все стороны не будут полностью удовлетворены полученным результатом.

Главная задача НАБЛЮДАТЕЛЯ, кроме передачи результатов работы от группы к группе, строго следить за сохранением чистоты ролей. МЕЧТАТЕЛЯМ запрещается критиковать, РЕАЛИСТАМ и КРИТИКАМ — предаваться фантазиям.

При регулярном использовании метода Уолта Диснея для решения самых разных творческих задач обучаемые начинают применять разделение состояний для генерации идей, поиска путей их реализации и критики автоматически, поскольку формируется соответствующий навык, дающий замечательные результаты. Не зря античные мудрецы говорили, что «частое подражание становится собственным нравом».

**Список литературы:**

1. Альтшуллер Г.С. Творчество как точная наука. - М., 1979.
2. Батоврина Е. Креативность: дань моде или необходимость? 10 способов сломать рамки шаблонного мышления // Управление персоналом. - 2004. - № 20.
3. Батоев Г.Б. Развитие творческого воображения учащихся. - Улан-Удэ: Бурят. кн. изд., 1986. - 144 с.
4. Белова Е.С. Выявление творческого потенциала дошкольников с помощью теста Е.П. Торренса // Психологическая диагностика. - 2004.- № 1-С. 21-40.
5. Бердяев Н.А. Смысл творчества. Опыт оправдания человека. - М.: Фолио-Аст, 2002.
6. Бескова И.А. Как возможно творческое мышление? - М., 1993. - 198 с.
7. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. Учеб. пособие. - М.: Академия, 2002. - 320 с.
8. Выготский Л.С. Воображение и творчество в детском возрасте // Психология. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2000. - С.807-819.
9. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. - СПб.: Нева, 2003.
10. Зденек М. Развитие правого полушария: Углубленная программа высвобождения силы Вашего воображения. - М.: Попурри, 2004. - 352 с.
11. Интеллект и креативность в ситуациях межличностного взаимодействия: Сб.науч.тр./РАН. Ин-т психологии; Ред.-сост. А.Н.Воронин. - М.,2001- 275 с.
12. Кулюткин Ю.Н., Сухобская Г.С. Развитие творческого мышления школьников. - Л.: Знание, 1987. - 38 с.
13. Левин В.А. Воспитание творчества. - Томск: Пеленг, 1992.
14. Лютова Е.К. К вопросу о взаимосвязи интеллекта, креативности и личностных черт у детей // Интеллект и креативность в ситуациях межличностного взаимодействия: Сб. науч. тр. / РАН. Ин-т психологии; Ред.-сост. А.Н. Воронин. - М., 2001.
15. Матюшкин А.М. Мышление, обучение, творчество. - М.: Изд-во МПСИ, 2003.
16. Моляко В.А. Психология решения школьниками творческих задач. - Киев: Радянска Школа, 1983.
17. Пономарев Я.А. Психология творчества и педагогика. - М.: Педагогика, 1976. - 280 с.
18. Психологические исследования творческой деятельности / Под ред. О.К. Тихомирова. - М.: Наука, 1975. - 256 с.
19. Психология творчества / Под ред. Я.А. Пономарева. - М.: Наука, 1990. - 224 с.
20. Симановский А.Э. Развитие творческого мышления детей. - Ярославль, 1996. - 192 с.

***Источники Интернт:***

https:// sites.google.com/site/celovekvmiretvorcestva/meiody-aktivizacii-myslenia/metodika-uolta-disnea-metod-treh-stulev

http:// harizma-chel.ru/trainings/author/item/3-chairs

http://www.mazm.ru/article/read/Strategija\_metoda\_trjoh\_myslitelnyh\_stulev.html http://kreamozg.ru/metodyi-velikih-kreativshhikov/kreativnaya-strategiya-uolta-disneya /

https://ru.wikipedia.org/wiki/%C4%E8%F1%ED%E5%E9,\_% D3%EE%EB%F2

http:// [www.disney.ru/about/biography.jsp](http://www.disney.ru/about/biography.jsp)

http://www.peoples.ru/undertake/cinema/disney/