

Секция «Качественные и количественные методы исследования в психологии»

Качественные и количественные методы в исследовании потребностей по развитию творческого потенциала

Научный руководитель – Титов Сергей Анатольевич

Рунова Ксения Игоревна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: kseniarunova@ied.edu

Современное общество переходит к экономике впечатлений [8], крупный и малый бизнес ощущает потребность в сотрудниках, способных генерировать уникальные творческие идеи, которые становятся основным триггером продаж. Сотрудники компаний, в свою очередь, ощущают необходимость в усовершенствовании “гибких” навыков с целью продвижения по карьерной лестнице. Вместе с тем, часть людей полностью отказывается от работы по найму с тем, чтобы получить экономическую выгоду от своих способностей, в том числе творческих. Широкому кругу людей развитие творческих способностей позволяет переключить внимание с рутины и повседневности и переместить акцент на внутренний мир и собственную личность, подчеркнуть уникальность, которая является фокусной точкой современного общества. Вместе с тем, возникает сложность при оценивании потребности в развитии творческого потенциала, поскольку при использовании количественных методов сбора данных акцент приходится на рациональный аспект личности, тогда как при работе с качественными методами необходимо принимать во внимание субъективность самооценки респондентов, высокую степень неопределенности в исследуемой области и трудности с формированием критериев оценки и систематизации данных.

Проведенное исследование показало, что для работы со сложными интегральными понятиями, такими как творческий потенциал, наиболее применимы комбинированные комплексные модели сбора данных, включающие в себя как традиционные количественные методы, так и качественные методы с элементами игры, где предусмотрено активное вовлечение респондентов.

Литература

1. Binder T. and Brandt E., “The Design:Lab as Platform in Participatory Design Research,” *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts* 4, no. 2 (2008): 115-29
2. Bredies K., Chow R., and Joost G., “Addressing Use as Design: A Comparison of Constructivist Design Approaches,” *The Design Journal* 13, no. 2 (2010): 156-79
3. Broadbent J., “Generations in Design Methodology,” *The Design Journal* 6, no. 1 (2003): 2-13.
4. Celikoglu O.M., Ogut S.T., Krippendorff K., “How Do User Stories Inspire Design? A Study of Cultural Probes”, *Massachusetts Institute of Technology, DesignIssues: Volume 33, Number 2 Spring (2017): 84-98*
5. Hanington B., “Methods in the Making: A Perspective on the State of Human Research in Design,” *Design Issues* 19, no. 4 (Autumn 2003): 9-18.

6. Madden D., Cadet-James Y., Atkinson I., and Lui F.W., “Probes and Prototypes: A Participatory Action Research Approach to Codesign,” *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts* 10, no. 1 (2014): 31-45
7. Mattelmäki T., “Applying Probes— From Inspirational Notes to Collaborative Insights,” *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts* 1, no. 2 (2005): 83-102
8. Pine J. and Gilmore J., “Welcome to the Experience Economy,” *Harvard Business Review* 76, no. 4 (1998): 96-105
9. Sanders B. E.-N., “From User-Centered to Participatory Design Approaches,” in *Design and the Social Sciences: Making Connections*, ed. Jorge Frascara (New York: Taylor and Francis, 2002)
10. Vaajakallio K. and Mattelmäki T., “Design Games in Codesign: As a Tool, a Mindset and a Structure,” *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts* 10, no. 1 (2014): 63-77.