



Northumbria
University
NEWCASTLE



М. В. Ситницький, О. І. Жилінська,
С. В. Руденко, І. М. Горбась, В. І. Вялкова

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ

Creative Thinking

<https://ncce.knu.ua>

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

**М. В. Ситницький, О. І. Жилінська,
С. В. Руденко, І. М. Горбась, В. І. Вялкова**

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ

CREATIVE THINKING

Навчальний посібник

Київ
Видавництво Ліра-К
2020

УДК 37.042:612.821.3]:165.63(075.8)

C41

*Рекомендовано до друку вченою радою факультету психології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №12 від 25 червня 2020 року).*

*Рекомендовано до друку вченою радою філософського факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №13 від 23 липня 2020 року).*

*Рекомендовано до друку вченою радою економічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол №04 від 17 листопада 2020 року).*

Рецензенти:

Касич А. О., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та публічного адміністрування Київського національного університету технологій та дизайну;

Терепищій С. О., доктор філософських наук, професор, професор кафедри соціальної філософії, філософії освіти та освітньої політики Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова;

Шегда А. В., доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємства економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Ситницький М. В., Жилінська О. І.,

Руденко С. В., Горбась І. М., Вялкова В. І.

C41

Креативне мислення [Creative Thinking]: навч. посіб. / за ред. *М. В. Ситницького*. Київ: Національний центр розвитку креативного підприємництва КНУ ім. Т. Шевченка, Видавництво Ліра-К, 2020. 100 с.

ISBN 978-617-520-003-2

У навчальному посібнику наведено концептуальні засади креативного мислення. Визначено особливості креативного мислення як творчого процесу, узагальнено методи, інструменти, засоби, техніки й технології такого мислення для розвитку креативних компетентностей і вмій у різних сферах підприємницької діяльності.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також широкого кола читачів, які цікавляться питаннями креативного мислення.

УДК 37.042:612.821.3]:165.63(075.8)

ISBN 978-617-520-003-2

© М. В. Ситницький, О. І. Жилінська,
С. В. Руденко, І. М. Горбась, В. І. Вялкова, 2020

© Видавництво Ліра-К, 2020

© NCCE, 2020

ПЕРЕДМОВА

Креативне мислення є інтеграційною особистісною властивістю індивіда, що уможливорює швидке сприйняття та опрацювання інформації у процесі пошукової поведінки, а також індивідуалізоване й універсальне вирішення поставлених проблем як результат мисленнєвої діяльності. Розвиток компетентностей креативного мислення активізує інноваційну діяльність і дає змогу підприємцям різних сфер отримати набагато якісніші результати.



Команда Київського національного університету імені Тараса Шевченка спільно з партнерським Нортгумбрійським університетом із Великої Британії розробила проєкт «Національний центр розвитку креативного підприємництва» та подала його на конкурс Creative Spark, оголошений Британською Радою в Україні. Creative Spark – це п'ятирічна ініціатива, спрямована на сприяння міжнародному партнерству університетів та інституцій для розвитку підприємницьких навичок і креативної економіки у семи країнах: Азербайджані, Вірменії, Грузії, Казахстані, Киргизстані, Узбекистані та Україні за підтримки Великої Британії. В рамках проєкту провідні викладачі Київського національного університету імені Тараса Шевченка мають змогу вивчити кращі британські практики у сфері креативного підприємництва і використати набуті знання для підготовки та викладання відповідних тренінгів і курсів для широкої аудиторії слухачів, що суттєво посилює власні конкурентні позиції Університету.

Перед Вами навчальний посібник «Креативне мислення», створений досвідченими викладачами-науковцями, які пройшли стажування під керівництвом британських експертів із Нортгумбрійського університету і нині є сертифікованими

тренерами для креативних підприємців у міжнародному проєкті «Національний центр розвитку креативного підприємництва» Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Команда проєкту висловлює особливу подяку ректорові Київського національного університету імені Тараса Шевченка, академікові Національної академії наук України Л. В. Губерському, першому проректорові, академіку Академії педагогічних наук України, професорові О. К. Закусилю, проректорові з науково-педагогічної роботи (навчальна робота), професорові В. А. Бугрову, проректорці з наукової роботи, професорці О. І. Жилінській, проректорові з науково-педагогічної роботи (перспективний розвиток), професорові О. Д. Рожку, проректорові з науково-педагогічної роботи (міжнародні зв'язки), професорові П. О. Беху, директорові Наукової бібліотеки імені М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка, професорові О. О. Сербіну, Британській Раді в Україні, партнерам, а також усім, хто допомагав у реалізації проєкту.

Видання буде корисним для студентів, аспірантів, викладачів, підприємців (як початківців, так і більш досвідчених), менеджерів-практиків, які прагнуть поглибити теоретичні знання про креативне мислення, вивчити явище креативного мислення, пізнати ознаки креативного процесу та креативної особистості, дослідити дієві канали мережевого просування креативного мислення, проаналізувати глобальні виклики здійснення креативного мислення, освоїти методи, техніки, засоби й інструменти розвитку креативного мислення та почути поради креативним особистостям від експертів дослідницького університету.

З повагою
*доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри менеджменту інноваційної та
інвестиційної діяльності економічного факультету Київського
національного університету імені Тараса Шевченка, науковий
керівник міжнародного проєкту «Національний центр розвитку
креативного підприємництва» British Council's 'Creative Spark:
Higher Education Enterprise Programme'*

Максим Васильович Ситницький

ЗМІСТ

Передмова	3
Розділ 1. Теоретичні аспекти креативного мислення	6
1.1. Типи мислення та як їх розрізнити	6
1.2. Визначення креативного мислення.....	9
1.3. Креативність та її місце у житті і професії	10
1.4. Де і як працює креативне мислення.....	11
1.5. Креативне мислення і теоретичний світогляд	13
1.6. Креативне мислення та логічне, аналітичне і критичне мислення	18
1.7. Креативне мислення і риторика	21
1.8. Креативне мислення та еристика	24
Розділ 2. Процес креативного мислення та його суб'єкти	30
2.1. Креативна особистість	30
2.2. Ознаки креативного процесу	34
2.3. Канали мережевого просування креативного мислення.....	38
2.4. Глобальні виклики для здійснення креативного мислення	41
2.5. Креатив у дослідницьких університетах	44
Розділ 3. Методи, техніки, засоби та інструменти розвитку креативного мислення	56
3.1. Авторські методики.....	56
3.2. Прикладні техніки та інструменти.....	64
3.3. Практичні справи.....	68
3.4. Розвиваємо креативне мислення.....	70
3.5. Креативні бонуси.....	79
Розділ 4. Поради креативним особистостям	80
Список літератури	82
Додатки	98

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ

1.1. Типи мислення та як їх розрізнити

Поділ мислення на типи і розвиток кожного із них – відносно нова практика для студентів, освітян, викладачів, підприємців і широкого кола практиків пострадянських країн, а також деяких країн Східної Європи. Проте нині у сучасному освітньому просторі (від початкової школи аж до PhD студій в університетах), у секторі публічного адміністрування, а також у бізнесі дедалі частіше вживають словосполучення «критичне мислення», «креативне мислення», «аналітичне мислення», «логічне мислення» та похідні від них.

Утім, досить часто значення цих нових для української мови понять залишається не до кінця зрозумілим, більше того, навіть таким, що спантеличує не лише початківців, але й почасти досвідчених практиків. Уживання таких словосполучень як «креативне мислення», «критичне мислення», «аналітичне мислення», «логічне мислення» може створити враження, що у нашій свідомості мають співіснувати декілька «мислителів», кожен з яких «міркує власну думку». Тим не менше, це лише ілюзія, пов'язана з тим, які саме мовні засоби ми застосовуємо для позначення відповідних навичок.

Без сумніву, кожна людина є цілісною особистістю, сутнісною особливістю якої є здатність до свідомості, самосвідомості й мислення. Іншими словами, *мислити* означає спроможність відрізнити себе від зовнішнього світу, мати

уявлення про зовнішній світ і уміння *упорядковувати* ці уявлення згідно з певними цілями. Навіть із цієї простої дефініції можна побачити, що ознаками будь-якого мислення є *активність*, *цілеспрямованість* та *уява*.

Говорячи більш сухою академічною мовою, мислення можна визначити як інформаційну діяльність, що набула якості опосередкованого, узагальненого пізнання, яке за допомогою абстрагування, міркувань і типізації даних про світ розкриває їх необхідні зв'язки, закономірності й тенденції розвитку. Мислення виходить за межі емпіричного споглядання, ідеально відтворює процеси буття в їх необхідності та потенційності, що дає змогу формулювати закони. Мислення пов'язано також із моделюванням можливих ситуацій і тому здатне до планування дій та передбачення їх наслідків (*Філософський енциклопедичний словник*, 2001).

Креативне мислення, критичне мислення, аналітичне мислення, логічне мислення не є різними процесами. Вони постають моментами єдиного процесу мислення, але відрізняються за *способом використання* цієї унікальної здатності людини й, відповідно, *цілями*. Іншими словами, наведені словосполучення позначають різні *стилі мислення*.

Стилем мислення, згідно з більшістю сучасних філософських словників, є спосіб використання методу, характеристика шляху його застосування до конкретного матеріалу (чи ситуації), що визначається розкриттям у науці та культурі евристичних можливостей певних фундаментальних понять та категорій. Якщо метод є інструментом, орієнтованим на досягнення поставлених цілей, то стиль мислення є шляхом, способом, в який використовується цей інструмент, і таких шляхів може бути декілька [94].

Користуючись наведеним роз'ясненням, тепер ми можемо визначити й розрізнити такі стилі мислення як креативне мислення, критичне мислення, аналітичне мислення та логічне мислення.

Історично склалося так, що першим стилем мислення, на розвиток якого була звернена суспільна увага, стало логічне мислення. Це відбулося ще за часів Стародавньої Греції, де володіння законами і правилами логіки визнавали суспільною й особистісною чеснотою.

Логічне мислення можна визначити як здатність будувати міркування із дотриманням правил і законів логіки. Наприклад, відомий філософ Стародавньої Греції Аристотель вважав, що якщо людина мислить відповідно до правил і законів логіки, вона здатна осягнути істину, тобто отримати істинні знання про світ і суспільство. Також варто звернути увагу, що логічне мислення обов'язково містить елемент креативності. Адже саме міркування є процесом, коли із наявного знання утворюється *нове знання*. Так, можливість здобути *нове* істинне знання і зумовлює цінність логіки як науки й феномену культури.

Термін «аналітичне мислення» з'являється дещо пізніше і розвивається у час активного поширення природничо-наукового знання в Європі періодів Відродження та Просвітництва.

Аналітичне мислення можна визначити як здатність відтворити (дедукувати) певне складне явище за допомогою найпростіших елементів, що його утворюють. Цінність аналітичного мислення виникає у той час, коли перші дослідники живої та неживої природи, спостерігаючи певне її явище у його складності (рух небесних тіл, сила тяжіння, живий організм тощо), отримували знання про нього шляхом аналізу його складових. Проте, знову ж таки, варто зауважити, що цінність аналітичного мислення визначалася можливістю отримати *нове знання*.

Увага вчених і суспільства до «критичного мислення» формується у ХХ ст. і, на нашу думку, пов'язана із процесами глобалізації та суттєвого зростання ролі та впливу інформації на життя окремої людини і всього суспільства.

Є досить багато підходів до визначення критичного мислення [107]. Із точки зору логіки його розуміють як усвідомлене ставлення

до процесу міркування і дискурсу (А. Конверський). З точки зору політичної філософії критичне мислення визначається як характерний набір принципів для розподілу основних прав та обов'язків і для правильного розподілення благ та обов'язків соціального партнерства (Дж. Роулз).

Серед множини різних підходів, на наш погляд, зміст критичного мислення з точки зору підприємницької практики найбільш вдало пояснює таке визначення. *Критичне мислення* є здатністю розпізнавати *приховані* значення, смисли та ідеї у різноманітних мовних і позамовних практиках і контекстах. Також варто акцентувати, що цінність критичного мислення зумовлена здатністю отримувати *нове* істинне, більш точне знання про світ та суспільство.

Отже, можна побачити, що креативність, новизна, творчість є елементом, властивим різним стилям мислення, який зумовлює їх суспільну цінність.

Саме із цієї точки зору можна навести дефініцію креативного мислення.

1.2. Визначення креативного мислення

Креативне мислення сьогодні визначають як здатність розглядати явища, процеси, проблеми, завдання по-новому, тобто із різних точок зору. Це може бути новий підхід до проблеми, залагодження конфлікту між працівниками або новий результат із набору даних. Саме тому роботодавці в усіх галузях цінують працівників, які можуть творчо мислити та відкривати нові перспективи на робочому місці.

Ключовими ознаками креативного мислення вважаються:

- 1) спроможність віднайти декілька варіантів рішення для одного і того самого завдання;
- 2) здатність до творчості під час виконання повсякденних завдань;

3) уміння наводити альтернативний опис дійсності (ситуації, проблеми, становища тощо).

Головними формами креативного мислення вважаються:

1) здатність до аналізу та всебічного розуміння явища, проблеми, ситуації, становища тощо;

2) здатність до *насиченого опису* (*thick description*, термін К. Гірца) подій, вміння здійснювати детальне спостереження;

3) відсутність догматичності у розумінні та інтерпретації навіть звичних явищ і подій, спроможність і готовність розглядати будь-яку подію, явище, факт по-новому;

4) високий рівень організації та самоорганізації, здатність по-новому організовувати та впорядковувати ідеї, рішення, знання, вміння та уявлення;

5) спроможність налагоджувати ефективну комунікацію з іншими людьми завдяки чіткості й організованості власних думок, а також здатності до уважного сприйняття думок та ідей інших людей.

1.3. Креативність та її місце у житті і професії

Як бачимо, креативність не є характеристикою, притаманною представникам лише творчих професій (архітекторам, поетам, письменникам, композиторам, художникам, скульпторам, режисерам, акторам тощо), а постає важливим умінням для людей будь-якого фаху.

У сучасній соціогуманітаристиці виокремлюють відносно самостійну галузь знань, яка в україномовній літературі отримала назву «евристика».

Евристика – галузь знання про творчу діяльність, пов'язану із пошуками шляхів відкриття нового в різних типах діяльності людини. Цей термін виник у Стародавній Греції на позначення методу навчання, його застосовував відомий філософ Сократ.

Основним завданням евристики є створення моделей пошуку нового розв'язку завдання. Евристика становить комплексну галузь знань, що об'єднує декілька розділів філософії, психології, кібернетики, лінгвістики, теорії інформації, наукової організації праці. Центральне місце в ній посідає психологія творчого мислення, яка досліджує механізми врегулювання різних проблемних ситуацій. Евристичні моменти виявляються тоді, коли наявні умови не підказують людині способу розв'язку певного завдання, а минулий досвід не містить готової схеми, що могла би бути застосована за таких умов. Для виходу із проблемної ситуації створюють нову стратегію діяльності. До евристики належить також дослідження умов формування здібностей людини до творчої інтелектуальної діяльності – евристичного навчання і методів його організації. Значення евристики особливо зростає в умовах науково-технічного прогресу, із розширенням кола проблем, які потребують вирішення. Необхідність таких досліджень зумовлена, зокрема, використанням для розв'язку різних завдань штучного інтелекту. Розвиток кібернетики призвів до появи евристичного програмування (спеціального напрямку в моделюванні розумової діяльності засобами електронної техніки), яке застосовується, коли людина здатна оцінити результати відповідного процесу, але не може навести точного його опису. Із цією метою створюються різновиди евристичних програм, які моделюють розв'язок завдань людиною.

1.4. Де і як працює креативне мислення

Креативність – це здатність людини відмовитися від стереотипів у мисленні та діяльності, це її спроможність зруйнувати загальноприйняте, загальноживане, звичайний порядок дій, це її здібність згенерувати в незвичайний спосіб

ідеї у процесі мислення. Так, сміливо можна стверджувати, що креативність – це інакомислення.

Сьогодні науковці досліджують зв'язок креативності та успішності бізнесу і знаходять його. Сумнівів немає – людство вижило і прогресує завдяки креативному мисленню, і його актуальність хіба тільки зростає.

Креативно мислити – не дар, а здібність, яку можна розвинути. Основними необхідними складовими, які впливають на виникнення і розвиток креативного мислення, є:

- рівень інтелекту,
- життєвий особистий досвід і проаналізований досвід інших,
- обсяг теоретичних і практичних знань.

Отже, креативне мислення стосується не тільки власне мислення, а й життєвого досвіду особи, її знань, комунікацій, дій і вчинків, спрямованих на зміни і поліпшення своїх життя і бізнесу.

Недарма креативність і здатність креативно мислити зазначають у топі навичок професій і спеціалізацій майбутнього, уже сьогодні розвинуте креативне мислення є однією із обов'язкових вимог до кандидатів на вакантні посади і згадується у резюме претендентів. Про актуальність здібності креативно мислити свідчить безліч пропозицій тренінгів і книжок, присвячених різноманітним способам виявити, розвинути чи зміцнити креативне мислення в бізнесі.

Розвинена здібність креативного мислення є прямою вимогою часу, адже наразі у підприємницькому середовищі проблемних питань більше, ніж готових рішень; сьогодні минулий досвід роботи вже не такий актуальний і цікавий, адже вищу цінність має вміння працівника прогнозувати, передбачати розвиток подій; нині бізнесу і всьому підприємницькому середовищу властиві мінливість та динамічність, тому новації і свіжих рішень вимагають від кожного, незалежно від посади, яку обіймає людина.

Як часто працівник може почути: «Не знаєш, як вирішити це питання чи цю проблему? Ніколи з таким не стикався? А креативність тобі нащо?» «Навіщо нам збиратися на нараду, аби вислухати вказівки начальника? Усі мають вміти генерувати ідеї! Усі мають вміти опрацювати нові рішення! Усі мають обов'язково нестандартно мислити!».

Отже, сьогодні креативність і здатність креативно мислити додає цінності працівникові. Можливість проявляти такі здібності на роботі додає цінності не тільки робочому місцю і посаді, а й бізнесовій справі зокрема.

Для того, аби з'ясувати, як саме функціонує креативне мислення, розберемося із вихідними поняттями:

– Що таке світогляд? Що таке теорія і теоретичний світогляд? У чому полягає різниця між теорією та буденним світоглядом?

– Що таке логіка і критичне мислення, як саме вони впливають на креативне мислення?

– Що таке риторика, ораторська майстерність, яким чином вони виховують креативного підприємця?

– Що таке еристика, чому володіння нею сприяє успішному бізнесу?

– Що таке метафора, яке її місце у креативному мисленні?

– Що таке процес креативного мислення?

1.5. Креативне мислення і теоретичний світогляд

Світогляд – це сукупність філософських, релігійних, політичних, моральних, естетичних і теоретичних ідей, уявлень і поглядів людини, в яких світ відображається як ціле, а також місце людини у світі, сенс її діяльності і буття в цілому.

Світогляд – це загальний погляд людини на навколишній світ, ставлення до нього, до інших людей, розуміння ієрархії загальних і конкретних цінностей, у світогляді людина акумулює

власні життєві завдання; саме на рівні світогляду вона формує власний образ світу.

Звісно, світогляд конкретної людини сформований і зумовлений конкретними суспільством та оточенням. Проте кожна людина у свій особистий світогляд привносить власний сенс.

Межі світогляду залежать від самосвідомості людини – чи дбає вона про майбутнє, чи замислюється про причини подій, які щодня відбуваються, про наслідки власних дій. Основним маркером розвиненого світогляду є споглядання людиною буття не лише з точки зору сущого, але й з точки зору перспектив.

Найкраще зрозуміти, яким чином формується і функціонує світогляд людини, має допомогти аналіз його буденного і теоретичного рівнів, адже усі знання про дійсність, які акумулює в собі людина, можуть мати або буденний, або теоретичний характер.

Буденний світогляд – це стихійне, проте водночас систематизоване знання про дійсність, що не спирається на раціональне у пізнанні. Це знання, яке не входить у межі наукових правил і принципів.

На рівні буденного світогляду дійсність зазвичай оцінюється як така, що активно діє на людину, котра, у свою чергу, є пасивною. Водночас розуміння людиною подій починається саме із буденного світогляду.

Наприклад, нам здається, що Сонце обертається навколо Землі – це знання буденне, яке ґрунтується лише на зоровому чутті, але теорії достеменно відомо, що Земля, навпаки, обертається навколо Сонця.

Теоретичний світогляд забезпечує системне бачення людиною світу на засадах раціонального знання, обґрунтоване пояснення світу, історичних подій і дійсності, а також надає можливість прогнозувати.

На відміну від буденного досвіду, теорія не обмежується дослідженням і відображенням лише тих об'єктів, які сьогодні

можна досягнути на практиці. Теорія здатна виходити за межі кожного наявного типу практики і відкривати для людини нові предметні світи, що можуть бути об'єктами практичного освоєння на майбутніх етапах розвитку.

Саме тут, на рівні теоретичного світогляду, і запускається механізм креативного мислення, в тому числі й у підприємницькій діяльності, коли раніше напрацьованих ідей, продуктів, технологій виявляється замало для подальшого розвитку і функціонування бізнесу.

Постійне прагнення до розширення кола досліджуваних об'єктів, безвідносно до сьогоднішніх можливостей їх практичної перевірки, становить основну ознаку теорії, що відрізняє її від буденної свідомості.

Характерологічними рисами теоретичного світогляду є:

- 1) установка на системний приріст нових знань;
- 2) увесь сучасний процес виробництва (як знань, так і матеріальних чи духовних продуктів), системно організований та орієнтований на швидкий прогрес на ґрунті змін у техніці і технології завдяки систематичному застосуванню у виробництві теоретичних знань;
- 3) увесь сучасний процес виробництва зумовлений критикою, продуктивний характер якої породжений креативним мисленням і креативними діями, завдяки чому відбувається вдосконалення як знань, так і матеріальних чи духовних продуктів.

Тут маємо звернути увагу на поняття «**конструктивна критика**», зміст якого становлять зауваження дослідників, що у майбутньому дає змогу удосконалювати теоретичні знання і напрацювання; а також на поняття «**продуктивної критики**», яке характеризує умови можливого вдосконалення практичних знань.

У сучасному світогляді, звісно, переважає теоретичний, а не буденний світогляд, чому сприяє освітнє середовище. Водночас це освітнє середовище, прагнучи дати якомога більше

знань та інформації, не має на меті формування надзвичайно важливих здібностей комплексного теоретичного та системного креативного мислення.

Надважливим сьогодні є органічне поєднання цінностей науково-технологічного мислення з етичними цінностями, цінностями релігії й філософії, адже має бути відповідність між практичною користю, яку приносить наука, і цінностями людини і людства в цілому. «Чиста» наука дає бачення лише однієї зі сторін багатоманітної дійсності – вона не вичерпує собою всієї культури, тому має взаємодіяти з мораллю, мистецтвом, релігією, філософією. Наука, яка ґрунтується лише на імперативах чи доведеннях, є однобічною.

Отже, йдеться про загальне помилкове упередження (на рівні буденного світогляду), що якщо ми здобули обов'язкову освіту, мінімум в школі, максимум – у закладі вищої освіти, то у нас все в порядку і з теоретичним світоглядом, і з креативним мисленням зокрема. Проте це не так. На жаль, освіта в Україні нині дає стандартний набір знань, а не розвиває здібність теоретично і креативно мислити. Така здатність формується через масштабне розуміння процесів, що відбуваються у світі та у взаємодії між людьми, і в цьому випадку результатом навчального процесу у закладі освіти має бути:

1. Усвідомлення того, що теорія справді пояснює реальність, а у деяких випадках може поліпшити чи навіть урятувати життя; теорія дає нам набір потрібних знань про світ, про те, як він влаштований, як функціонує суспільство і взаємодіють люди у ньому, яким чином можна комунікувати з іншими і навіть керувати ними.

2. Повага до суспільного порядку і законів: рівною мірою як до об'єктивних, так і до державних та етичних.

Проблема формування здатності теоретичного і креативного мислення полягає в тому, що у кожного, хто навчається, намагаються «вкласти» принаймні обмежений обсяг інформації. За таких умов змусити аналізувати практично неможливо.

Людина не любить заборон і примусу та за будь-яку ціну намагається їх обійти. Тобто якщо у закладі освіти чи виховання не привчили дізнаватися нове, здатність до теоретичного та креативного мислення так і не буде сформована, у майбутньому така особа приречена стати «пересічним» чи «рядовим» працівником.

Більше того, не розуміючи закономірностей функціонування бізнесу (і навіть держави в цілому), ця людина може дійти висновку, що будь-які обмеження і правила установлені як зайві перешкоди – насправді світ влаштований інакше, – і намагання обдурити систему стануть для неї звичною справою.

Такий порядок речей стає ментальною рисою особи і хибним уявленням про теоретичний світогляд: коли правила та закони дискредитовані людьми як явище. Для таких людей закони і порядок ніби створені для того, аби їх порушувати (*«я знаю краще як керувати країною (компанією, офісом), як перемогти вірус, як видавати дієві закони, як повинні працювати інші, закони і правила тільки шкодять, і у нас всі корупціонери»*).

За цих умов людина випадковим чином обирає, яких правил дотримуватися, а які критикувати.

Тому ані диплом, ані успішність сьогодні не є запорукою освіченості, креативності та навіть просто адекватності.

3. Життєве кредо: «Не соромно не знати. Соромно не спитати». Тобто вихідним завданням при формуванні здатності до теоретичного та креативного мислення має стати бажання дізнаватися нове і, таким чином, розуміти дедалі більше.

Є упередження, що «соромно бути дурним» чи «соромно не знати». Проте це мало кого мотивує до навчання чомусь новому.

Для маси працівників це лише про те, щоб здаватися розумним, а не бути таким. І найбільш простий спосіб зійти за розумного – демонстративно критикувати рекомендації, приписи або доручення керівників, думку експертів, звинувачуючи інших у некомпетентності.

Отже, розвинений теоретичний світогляд є підставою активізації креативного мислення, що має сформувані системне і цілісне бачення подій, вміння прогнозувати, здатність аналізувати причинно-наслідкові зв'язки у подіях, спроможність адекватно оцінювати як власних працівників, так і опонентів та конкурентів тощо.

1.6. Креативне мислення та логічне, аналітичне і критичне мислення

Основною метою філософського світогляду є формування мислення. Мислення може мати декілька рівнів:

Логічне мислення – здатність мислити точно і послідовно, не допускаючи протиріч у міркуваннях, а також уміння викривати чужі логічні помилки. Основою логічного мислення є міркування.

Міркування – це розумовий процес, під час якого на підставі наявних, відомих знань отримують нове знання.

Структура будь-якого міркування утворена двома компонентами: засновками (висловлювання, в яких міститься вихідне, відоме знання) і висновком (висловлювання, в якому міститься нове знання і яке отримують логічним шляхом із засновків).

Класичний приклад міркування, який наводять майже в усіх підручниках з логіки:

Усі люди смертні. Сократ – людина. Сократ є смертним.

Тут засновки – «Усі люди смертні», «Сократ – людина», а висновок наведеного міркування – «Сократ є смертним». Це досить коротке міркування, і ви мали достатньо часу подумати і проаналізувати його.

На перший погляд, нічого складного в такій елементарній операції немає, проте зазвичай у житті ми ніколи так не міркуємо (не розкладаємо власну думку чи декілька думок на засновки і висновки).

Як правило, в процесі реальної комунікації люди скорочують власні міркування, опускаючи деякі засновки, а іноді – навіть висновки, що призводить до різного тлумачення однієї думки. Людина у такому випадку мислить нечітко, нелогічно, або не в змозі висловити власну думку, аргументуючи її, як їй здається, очевидними фактами («*Це ж так очевидно!*»), «*Так завжди було!*» і тому подібне).

З іншого боку, коли відбувається усна розлога дискусія, диспут чи полеміка, йдеться вже не про одне міркування, а про декілька. Співрозмовники можуть наводити для обґрунтування власної позиції значно об'ємніші міркування, а можуть і навмисно зміщувати хід думок, підмінювати поняття, аби заплутати опонента.

Проте насправді, як засвідчує досвід, дуже багато людей не тільки не вміють логічно розмірковувати, а навіть не замислюються над цим. У результаті маємо дискусії, де кожен із учасників говорить про своє, оскільки сприймає міркування співрозмовника як певний потік слів, навіть не намагаючись проаналізувати його.

Аби уникнути непорозумінь, плутанини, неоднокового тлумачення, потрібно розвивати логічне мислення. Адже володіючи логічним прийомом відновлення міркування в повному вигляді, можна чітко зрозуміти, із чого виходив опонент і яких висновків він дійшов, у такому разі шансів розібратися в суті питання, звісно, значно більше.

Гете: «Якби ви знали, як рідко нас правильно розуміють, ви б частіше мовчали».

Аналітичне мислення – це здатність людини до послідовного мислення, до пошуку та опрацювання великого блоку інформації, вміння обирати важливе і суттєве із цього блоку, поділяти інформацію на частини і поетапно досліджувати окремі із них.

Аналітичне мислення народжується із ґрунтового логічного аналізу міркувань опонента, із вміння виявити помилки, наявні у

міркуваннях опонента, будувати обґрунтоване твердження. Для цього потрібно вміти відновлювати міркування у повному вигляді, тобто з'ясовувати всі засновки та висновки міркувань співрозмовника.

Аналітичне мислення передбачає пошук нової інформації, її вивчення і систематизацію, а також формулювання висновків на основі одержаних знань.

Головною умовою розвинутого аналітичного мислення є **великий арсенал знань** (для цього необхідно багато читати і напрацювати навички швидкого пошуку потрібної інформації).

Добре розвинене аналітичне мислення дає змогу своєчасно та ефективно впоратися навіть із найскладнішим завданням і знайти декілька можливих варіантів розв'язку.

Людина, в якій переважає аналітичне мислення, приймає обмірковані та зважені рішення, вміє планувати і прогнозувати свою діяльність. У компаніях високо цінують працівників, наділених такими якостями. Вміння швидко знаходити гідний вихід зі складної ситуації буде перевагою у будь-якій професії.

Критичне мислення – теоретичний підхід до вирішення широкого кола буденних і професійних проблем, уміння формулювати правильні судження, оскільки таке мислення засноване на критеріях і враховує контекст.

Принципи, стратегії та процедури критичного мислення застосовуються для розв'язку неординарних практичних завдань, коли постають реальні проблеми, які неможливо вирішити за допомогою наявних знань та умінь.

XX та XXI ст. стали часом інформаційної і техногенної революцій. Проте ці революції не стосуються лише технологічного і машинного прогресу, вони вимагають прогресу і від самої людини, удосконалення її знань, навичок і здібностей, але насамперед – її мислення. Нездатний пристосуватися до нових умов життя не зможе впоратися і з новими труднощами і викликами.

Так, у 70-х рр. XX ст. у США до проблеми вдосконалення і прогресу мислення поставилися дуже серйозно і почали шукати

нові підходи до навчання. Професор Університету Монклер Метью Ліпман запроваджує шкільну освітню програму «Філософія для дітей», яка давала змогу з початкових класів і до закінчення школи навчати дітей мислити. Так було започатковано викладання критичного мислення в школі, необхідність якого професор Ліпман пояснював тим, що демократичне суспільство потребує розумних громадян, а не просто раціональних.

Завдяки критичному мисленню людина здатна широко розуміти своє призначення і межі своїх здібностей, усвідомлювати власну роль у суспільстві, роль сучасності стосовно минулого і майбутнього тощо. Критичне мислення отримує прояв під час розв'язку проблемних задач, формулювання висновків, ймовірнісної оцінки та ухвалення рішень.

Таким чином, критичне мислення – це **здатність вишукувати та виявляти приховані змісти**.

Креативне мислення та критичне мислення мають ряд спільних ознак, що полягають, зокрема, у здатності до:

- 1) насиченого спостереження;
- 2) прогнозування подій;
- 3) мисленнєвого експерименту та активного застосування уяви;
- 4) експериментування;
- 5) прийняття рішень в умовах невизначеності;
- 6) ідентифікації та аналізу аргументів.

1.7. Креативне мислення і риторика

Риторика (красномовність), або **ораторське мистецтво** – це наука про аспекти грамотної і технічно правильної мови; про способи і закони мисленнєво-мовленнєвої переконувальної діяльності; про ефективні форми впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей.

Предметом вивчення риторики є загальні закономірності мовної поведінки, які виявляються в різних ситуаціях спілкування.

Риторика має такі основні завдання:

- формування мовної особистості;
- пошук оптимальних методик спілкування;
- удосконалення механізмів взаєморозуміння учасників комунікації.

Сьогодні риторику розуміють простіше, а саме як уміння красиво говорити і конструктивно висловлювати свої думки. Втім, уміння грамотно спілкуватися завжди високо цінувалося, адже це та навичка, яка може допомогти досягти успіху в будь-якій сфері діяльності. Тому риторика завжди була ваговою складовою суспільного життя, адже вона стане у нагоді і в живому спілкуванні, і в процесі ведення бізнесу, і в політичній сфері.

Риторика – це наука з точними нормами і правилами публічної промови, а основна її мета полягає у переконанні та ефективному викладі інформації. Проте, з іншого боку, риторика – це майстерність (чи навіть мистецтво) вимови тексту і професійне володіння словом.

Якщо розглядати риторику як точну науку із конкретними закономірностями мови, крім звичайного уміння ефективно користуватися мовою у повсякденному житті, риторика складається із таких компонентів:

- **риторичний канон** (трансформація думки в слово), що, як нескладно здогадатися, у сфері бізнесу має значну цінність, особливо якщо йдеться про управлінську роль і роботу з персоналом, яка передбачає постійну комунікацію з людьми,
- **ораторія** (теоретичні та практичні основи публічного виступу), що досить часто застосовується в управлінській практиці,
- **уміння вести бесіду або сперечатися**, що також часто використовується серед підприємців і бізнесменів,

- **етно-риторика** (мовна взаємодія між представниками різних народів), що стане у нагоді під час міжнародної комунікації.

Якщо говорити про риторику як про майстерність чи мистецтво вимови тексту (дійсно, уміння правильно і в повному обсязі передавати думки – це справжнє мистецтво), володіє нею не кожен. Однак опанувати це уміння можна, якщо наполегливо вивчати риторику і систематично вдосконалювати навички спілкування.

У такому контексті риторика є дуже близькою до сценічної майстерності. Адже публічне мовлення має пройти стадію підготовки і наступну стадію – виконання (виголошення) промови, що можна порівняти із грою актора. Тому доречно використовувати ті компоненти сценічної майстерності, які забезпечують належну якість подання публічного мовлення і значною мірою гарантують його успіх: роботу над вимовою (дикцією), голосом (темпом), мовленнєвим диханням, композиційним оформленням мовлення, мімікою, жестами, позою, ходою, технікою входження в образ тощо.

Зрозуміло, що ораторська майстерність розвинена не у всіх рівною мірою. Багато в чому на її розвиток впливає близьке оточення, школа та інші соціальні інститути. Для підприємця це необхідна навичка при веденні перемовин. Отже, варто навчитися виявляти труднощі, які можуть бути зумовлені недосконалістю ораторської майстерності, коли потрібно висловити свою думку або виступити публічно, актуалізувати їх і вміти долати ці ускладнення:

- слова випереджають думки,
- брак слів, затинання,
- сором'язливість і надмірне хвилювання,
- страх перед публікою, побоювання висловити помилкову тезу,
- неспроможність одразу надати змістовну і вичерпну відповідь.

Сьогодні риторика – важливе вміння переконувати і красиво викладати свої думки. Розвинути здібності ораторського мистецтва може кожен, проте для цього потрібно докласти чимало зусиль і витратити багато часу на тренування.

Процес навчання може тривати довго, це залежить від набору природніх здібностей людини та талантів якими вона наділена. Важливим аспектом є системна робота над вимовою та фонетикою, щоб сприйняття аудиторії було максимально переконливим та досягало цілей промови.

Опанувати ораторське мистецтво – справа непроста, але якщо поставитися до цього серйозно, можна поліпшити свої комунікативні навички (потрібно працювати над дикцією; тренувати пам'ять, читаючи вголос, переказувати текст; розвивати мовне мислення – намагатися не висловлюватися шаблонно та однотипно; переповідати, використовуючи образи; вчитися аргументувати твердження; складати план підготовки промови).

1.8. Креативне мислення та еристика

Еристика – це галузь знання, предметом вивчення якої є такий комунікативний процес як суперечка (полеміка, дискусія); це також мистецтво дискутувати, знаходити істину у межах певної домовленості між опонентами.

Американський президент Авраам Лінкольн вважав, що жодна людина, яка вирішила досягти успіху в житті, не повинна витратити час на особисті суперечки. Зокрема, він радив іти на поступки не тільки у вирішенні значних питань, якщо опонент по-своєму має рацію, а й під час вирішення дрібних питань, навіть за умови, що опонент неправий. Очевидно, прихильників такої компромісної поведінки менше, ніж тих, хто вважає суперечку (полеміку, дискусію тощо) необхідною і доречною у процесі спілкування.

Термін «еристика» виник у Давній Греції, коли цим словом позначали ряд прийомів, якими потрібно користуватися в суперечці, щоб одержати перемогу.

Греки розрізняли суперечку «конструктивну» – спрямовану на досягнення істини, і суперечку «конфліктну», метою якої є не з'ясування істини, а боротьба із супротивником і перемога в ній – агоне (звідси походить і слово «агонія» – боротьба зі смертю). Отже, у греків еристика мала виключно агональний (змагальний) характер.

У наш час зміст слова «еристика» змінився, вона тепер близька до діалектичної суперечки, послуговується методами герменевтики, висуває ряд вимог щодо конструктивного вирішення спірної ситуації.

Комунікативна культура значною мірою отримує прояв в умінні правильно, виважено поводитися в суперечці, толерантно полемізувати, не ображаючи опонента, переконливо і послідовно обстоювати свою позицію, власну думку. Проте, як засвідчує досвід різних політичних баталій (наприклад, передвиборних кампаній), професійних зібрань або просто звичайної комунікації – значній частині їх учасників бракує загальної і логічної культури. Наведене має прояв у нестриманості емоцій, в образах, у поверхневості суджень, сумнівній переконливості висловлювань і міркувань.

Суперечка – це комунікативний процес, в якому виявляється активне ставлення до позиції, висловленої співрозмовником із приводу обговорюваного питання, ситуації, яка виражена критично, неоднозначно, полемічно. Звісно, будь-яка суперечка передбачає розходження в думках, зіткнення різних позицій. Кожна сторона активно обстоює свою думку та намагається заперечити чи спростувати погляди опонента [98].

Зрозуміло, що спірні питання не виникають самі собою, для виникнення моменту суперечки потрібні учасники процесу, і це – пропонент, опонент та аудиторія (слухачі).

Пропонент – це той, хто висуває та обґрунтовує певну думку (власну або колективну позицію з того чи іншого питання) [98].

Опонент – це той, хто піддає сумніву або заперечує істинність або слушність поглядів пропонента. Від опонентів вимагається усвідомлення теми обговорення, глибоке осмислення, уникнення остаточного присуду [98].

Аудиторія – це колектив слухачів або навіть учасників, які мають власні переконання, позиції, думки з приводу обговорюваного питання. У цьому сенсі аудиторія є головним об'єктом аргументативного впливу в суперечці, дискусії [98].

Суперечка (дискусія) у комунікативному процесі (процес спілкування) виникає тоді, коли його учасники мають розходження в думках із приводу обговорюваного питання. Так, одна сторона (пропонент) висловлює свою думку, а інша (опонент) – заперечує її або ж критикує. Отже, передумовою суперечки є розходження в думках із приводу певного предмета обговорення. Для того, щоб раціонально усунути це розходження, проводять **аргументовану дискусію**.

Аргументована (або критична) дискусія – це суперечка, в ході якої послуговуються аргументацією, за якою можна з'ясувати, наскільки певна думка є обґрунтованою. Під час такої суперечки пропонент намагається переконати опонента у прийнятності своєї точки зору, на той час як опонент продовжує висловлювати сумніви та зауваження [98].

Формально критична дискусія має стадії, однак на практиці учасники дискусії не завжди їх дотримуються, і перебіг суперечки може не відповідати цьому формальному порядку:

- **Стадія конфронтації** – учасники дискусії з'ясовують, що їхні думки з окремого питання різняться, і розвиток подій відбувається в один із двох способів, коли хтось з учасників, не приймаючи доказів іншого, висловлює сумніви та критичні зауваження; або висловлює протилежний погляд. Проте більш поширені випадки, коли впродовж дискусії учасники говорили кожний про своє, їм не вдалося чітко визначитися, з чим саме

вони не згодні, тоді доводиться знову повертатися до початку конфронтації.

- **Стадія відкриття дискусії** – учасники з'ясовують ролі (хто буде пропонентом, а хто опонентом); узгоджують правила дискусії та вихідні положення. Зазвичай ця стадія займає дуже мало часу. Правила ведення суперечки та вихідні положення досить часто не узгоджуються, учасники переважно взагалі не звертають на них уваги, що нерідко призводить до небажаних наслідків таких дискусій. Через відсутність певної процедури, тобто чітко регламентованих правил, виникають доволі серйозні труднощі у проведенні багатьох публічних суперечок.

- **Стадія аргументації** – пропонент захищає свою думку, висуваючи на критику опонента свої аргументи. Проте іноді опонент чи пропонент може заявити, що він переміг, навіть не завершивши своєї аргументації, тоді, аби досягти успіху у суперечці, доводиться знову повертатися до стадії конфронтації.

- **Стадія критики** – не погоджуючись із точкою зору пропонента, опонент може висловити власну точку зору та навести на її підтримку відповідну аргументацію.

- **Завершення** – учасники оцінюють, чия думка перемогла: якщо пропонент відмовляється від своїх поглядів, то перемагає опонент, якщо ж опонент припиняє висувати зауваження або відмовляється від своєї думки, то перемагає пропонент. Проте цієї стадії у реальних дискусіях може або взагалі не бути, або обидві сторони наприкінці обговорення не доходять згоди. Навіть у тих дискусіях, підсумки яких визначають за результатами голосування, пропонент та опонент іноді не згодні з ними і починають наводити додаткові аргументи вже з приводу того, чому саме так проголосувала аудиторія [98].

Є певні вимоги до предмета дискусії (полеміки):

- предмет має бути чітко сформульованим;
- визначену тему не можна підмінювати іншою;

- необхідно з повагою ставитися до іноді несумісних поглядів на один і той самий об'єкт суперечки;
- потрібно вміти знаходити спільне у вихідних позиціях;
- варто послідовно дотримуватися принципів аргументування і достовірності, автономного обґрунтування, достатності та внутрішньої несуперечливості;
- у тезах має бути дотримано вимог логіки, бажано використовувати документальний матеріал.

Найбільше шкодить об'єктивності, коли під час обговорення важливих питань виникають такі феномени:

- підвищена емоційність;
- виявляється плутанина у доведенні;
- учасники не дотримуються еристичної етики;
- учасники вдаються до некоректних прийомів:
 - софізмів (навмисне допущення помилки);
 - підміни понять чи тез;
 - зловживання облудними аргументами;
 - зловживання інтригам;
 - неприпустимої аргументації (звертання до неприпустимої громадської думки, свідоме викривлення позиції опонента, посилення на авторитет, зловживання необізнаністю аудиторії, провокування жалю, погрози, використання скандалу, нагнітання ситуації тощо).

Коли дискусія набуває пристрасного характеру і спрямована на те, щоб за будь-яку ціну перемогти опонента, вона перетворюється на полеміку.

Полеміка – це зіткнення різних поглядів на проблему, які виникають під час її обговорення чи дискусії. У полеміці можуть застосовувати нетолерантні засоби, вдаватися до інтриг, відкидати компроміси [98].

Наприклад, сатиричний синтез зображально-виражальних засобів у памфлетах Івана Вишенського відображений через складні епітети («мясочревоохотный», «детиноигралский»),

метафори («волци пастырообразные»), антитези («днесь кат, а завтра священник»), що створює враження гіпертрофії стилю.

Звичайно, в реальному житті і в етиці ділового спілкування варто намагатися уникати полеміки, користуючись засобами і прийомами еристики для досягнення мети спілкування.

РОЗДІЛ 2

ПРОЦЕС КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ ТА ЙОГО СУБ'ЄКТИ

2.1. Креативна особистість

У філософських, психолого-педагогічних роботах дослідників значну увагу приділено висвітленню теоретичних основ і підходів щодо розвитку креативних якостей особистості. У процесі їх вивчення з'ясовано, що в науковій теорії також є поняття креативної і творчої особистостей.

Як креативну належить розуміти особистість, яка має власне унікальне бачення, необхідне для розв'язку складних задач. Креативна особистість бачить проблеми під іншим кутом, а для їх вирішення застосовує неординарні, оригінальні способи. Насамперед креативність робить людину конкурентоспроможною в будь-якій галузі, саме тому актуальним завданням є розвиток креативних навичок людини для досягнення успіху в будь-якій діяльності.

Деякі науковці, зокрема В. Глухов, А. Лейбович, Т. Мариніна, Е. Бондаревська, М. Зиновкіна, В. Кан-Калик, викреслюють термін «творча особистість» – це цілісна людська індивідуальність, яка виявляє розвинені творчі здібності, творчу мотивацію, творчі вміння, що забезпечують їй здатність продукувати якісно нові ідеї, технології та духовні цінності, що якоюсь мірою змінюють на краще життя людини.

Креативність – універсальна пізнавальна творча здатність, що є самостійним фактором і не залежить від інтелекту. Виокремлюють **шість основних параметрів креативності**:

- уміння визначати і формулювати проблему;
- здатність генерувати ідеї – продуктивність;
- спроможність генерувати ідеї різного роду – гнучкість;
- здатність генерувати унікальні ідеї – оригінальність;
- уміння удосконалювати об’єкт, додаючи деталі;
- спроможність аналізувати і вирішувати проблеми.

До основних показників креативності відносять духовність, віру в ідею, прагнення досягти власної мети.

На думку психолога Дружиніна В. М., креативність є властивістю, яка актуалізується лише тоді, коли цьому сприяє навколишнє середовище. На розвиток креативних якостей особистості впливають такі умови:

- 1) відсутність позитивного зразка творчої поведінки;
- 2) наявність позитивного зразка творчої поведінки;
- 3) створення продуктивного середовища генерації ідей для наслідування творчої поведінки;
- 4) соціальне підкріплення творчої поведінки.

Формування креативних якостей особистості надає певні переваги. Так, креативність:

- уможливорює реалізацію нестандартних ідей;
- активізує здатність породжувати якісно нові ідеї;
- сприяє самореалізації щодня у нових проявах;
- розвиває здатність творчо працювати в професійній сфері, використовувати багатогранність своєї особистості для вирішення професійних завдань;
- дає змогу знаходити нестандартні шляхи самореалізації.

Варто зазначити, що дослідники виокремлюють чотири компоненти креативності, рис. 2.1.

«Креативна особистість»

Розвиток креативних якостей особистості – це складний багатогранний процес, в якому дуже щільно переплетені інтереси філософії, педагогіки та психології.

У 1968 р. американський психолог і дослідник Джой Пол Гілфорд визначив 4 риси креативних людей, рис. 2.2.



Рис. 2.1. Компоненти креативності

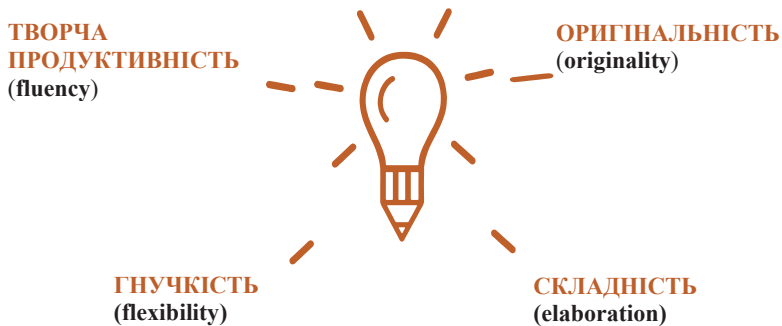


Рис. 2.2. Чотири риси креативних людей

Творча продуктивність (fluency) полягає у швидкості генерування безлічі різних ідей на одиницю часу. Розуміння алгоритмів і підходів генерування нових ідей, а також практика застосування цих алгоритмів дають більше можливостей, а отже і більше шансів знайти дієве рішення конкретної проблеми.

Оригінальність (originality) полягає у своєрідності креативного мислення, незвичайному підході до розв'язку творчих завдань і визначається кількістю нестандартних рішень. Оригінальність – це несхожість на інших, тому ця риса залежна

від зовнішнього середовища. Для її розвитку необхідно застосовувати підходи, що використовуються в інших дисциплінах, сферах діяльності.

Гнучкість (flexibility) визначає здатність поглянути на розв'язок творчих завдань під іншим кутом зору, пропонувати творчі рішення, засновані на різних алгоритмах або із різних областей знань. Людина може мати безліч ідей, однак усі її ідеї можуть бути однорідними. Для розвитку гнучкості у генерації нових ідей дізнавайтесь факти із різних дисциплін і опануйте різні методи продукування і перевірки ідей на практиці.

Складність (elaboration) полягає у деталізації створених ідей. Важливо, щоб креативність людини була логічною, обґрунтованою, а до генерації ідей застосовувався системний підхід.

Фактично складність креативного мислення – це вміння оцінити життєздатність ідей.

Отже, розглянувши ознаки креативної особистості, можна дійти висновку, що характерними для неї є: творча обдарованість, багата уява, інтелект, розвинене дивергентне мислення, творчі здібності до різних сфер діяльності, здатність породжувати якісно нові ідеї; спроможність реалізовувати себе щодня у нових проявах.

Розвиток креативних якостей особистості спрямований переважно на творчу діяльність, що має прояв у високій потребі до творчості. Структура креативності не може існувати без творчих здібностей, адже насамперед це сукупність властивостей і особистісних якостей людини; по-друге, такі здібності мають відповідати вимогам певного виду творчої діяльності, що зумовлює їхню результативність; по-третє, для розвитку творчих здібностей особистість повинна мати високий мотиваційний та інноваційний потенціал; по-четверте, творчі здібності розвиваються у процесі креативної діяльності.

2.2. Ознаки креативного процесу

Креативний процес можна оцінювати за такими критеріями:

- чутливість до проблеми;
- здатність до синтезу;
- здатність до відтворення деталей, яких не вистачає;
- дивергентність мислення;
- швидкість думки.

Дослідники з усього світу зібрали величезний обсяг знань, що становить основу теорії, підходів, методології і практики креативного процесу. Зокрема, варто звернути увагу на чотиристадійну модель творчого процесу, запропоновану Грехемом Уоллесом, згідно з якою виокремлюють такі етапи: підготовка, осяяння, інкубація, верифікація (див. рис. 2.3).

Підготовка. На першому етапі визначають деталі та формулюють завдання. Етап підготовки є базовим кроком креативного процесу, що охоплює опрацювання, планування та обмірковування завдань.

Осяяння. Цей етап креативного процесу можна описати як спалах, несподіване прозріння, момент, коли цікава ідея досягає рівня свідомості. Стадія осяяння досить делікатна, зовнішні події або спроби прискорити виникнення ідеї можуть усе зіпсувати.

Інкубація. На третьому етапі розкривається здатність неусвідомлено генерувати ідеї. Це стадія віднайдення ключа для розв'язку задачі. Мозок опрацьовує інформацію переважно у фоновому режимі, тому в такому випадку краще перейнятися ідеєю, почитати матеріал і на якийсь час просто «забути» про поставлену задачу. Для досягнення успіху на цьому етапі необхідно робити щось, зовсім не пов'язане з роботою, – доречними рівною мірою будуть відпочинок або фізична активність. Етап інкубації може тривати від декількох годин до кількох років.



Рис. 2.3. Чотиристадійна модель творчого процесу

Верифікація. Етап перевірки істинності рішення. На останньому етапі відбувається перевірка ідеї в різних ситуаціях, необхідно пересвідчитися, чи вона запрацює, тобто йдеться про тестування ідеї у контексті. У разі виникнення проблем на цьому етапі необхідно повернутися до інкубаційного або до підготовчого етапу.

Зовнішні та внутрішні чинники, які впливають на креативну особистість, визначив американський дослідник С. Хобфолл.

До зовнішніх чинників, що позначаються на креативному процесі, належать: соціально-психологічний клімат, мотивування особистості, створення робочих груп для прояву ініціативи.

Внутрішніми чинниками є мотиваційно-особистісні та когнітивно-операційні процеси.

Зокрема, із впливом таких чинників пов'язують усвідомлення необхідності або бажання розвивати нові напрями діяльності організації, підвищувати продуктивність праці,

власний інтелектуальний рівень, виявляти компетентність у виконанні завдань.

Отже, навівши основні характеристики креативного процесу, можна розглянути креативний процес у виді чотирьох фаз циклу: депресія, рецесія, поживлення, пік. Таке уявлення щодо процесу креативності є умовним, адже у реальному житті немає чіткого розмежування фаз і відокремлення етапів креативного процесу. Дуже складно визначити, де вони розпочинаються і де завершуються. Зазвичай початком нової фази вважають момент, коли очевидним стає збільшення чи зменшення рівня креативності.

Для ефективного здійснення креативного процесу шляхом використання ресурсних станів можна рекомендувати:

– вмотивованість – бажання рухатись вперед, саморозвиток;

- конкретність – наявність чітких цілей;
- поетапність – дотримання послідовності дій;
- створення комфортного креативного середовища;
- наполегливість і прийняття помилок;
- саморефлексія та самопостереження;
- знання власних слабких сторін.

Якість креативного процесу залежить від різних чинників і насамперед від знайомства із собою (визначення та балансу сильних і слабких сторін, уміння використовувати власні ресурси, які сприяють розкриттю креативних якостей).

Місце креативного процесу / Продуктивне середовище генерації ідей

Для підвищення інтелектуального і творчого розвитку креативної особистості необхідно створити відповідні сприятливі умови. Такі умови може забезпечити креативне середовище, якому властивий максимальний ступінь індивідуалізації за рахунок широкого використання інформаційних технологій. Креативне середовище надає майбутньому фахівцю можливість формування

індивідуалізованої освітньої траєкторії. Форми та методи активізації креативних якостей особистості майбутнього фахівця у такому середовищі повинні максимально відповідати особливостями креативної особистості щодо її інтелектуального розвитку, когнітивного стилю діяльності й ментального суспільного досвіду.

Креативне середовище – організація процесу, яка забезпечує максимальну ефективність генерації нових ідей. Варто враховувати, що продуктивність при цьому залежить від багатьох чинників, які зумовлюють використання нових інтерактивних технологій та методів, евристичних і творчих засобів пізнання.

Основними вимогами до креативного середовища є високий ступінь невизначеності й проблемності, мотивована творчість, сприйняття інформації повною мірою та застосування набутих знань в активній креативно-професійній діяльності.

Чим більше й повніше особистість використовує можливості середовища, тим успішніше відбувається її вільний і активний саморозвиток: така особистість є продуктом і водночас творцем свого середовища, яке дає фізичну основу для життя та робить успішним інтелектуальний, моральний, суспільний, духовний і творчий розвиток.

Креативне середовище повинно сприяти мобілізації людських ресурсів, мотивації і стимулюванню працівників, розвитку організаційної культури та соціальних умов праці.

Продукт / Результат креативного процесу

Результати креативного процесу дуже різноманітні. До них можна віднести технічні винаходи, новітні ідеї в науці, стилі в мистецтві, бачення професійної перспективи, визначення стратегії розвитку, створення нового знання тощо.

На думку дослідників, можна встановити такі критерії креативного продукту:

– комбінація елементів, не скомбінованих раніше – нестандартність;

- результат відповідає вимогам – усвідомленість;
- економність;
- продукт становить цінність і використовується соціумом.

Для отримання продукту необхідно пройти декілька стадій креативного процесу:

- збір матеріалу;
- творчий процес;
- здобуття творчого продукту.

2.3. Канали мережевого просування креативного мислення

Дієвим інструментом активізації креативного мислення є канали його просування мережевим способом. Мається на увазі створення таких творчих умов, що дають змогу за рахунок взаємодії багатьох суб'єктів креативного мислення забезпечити накопичення кумулятивного ефекту синергізму та отримати принципово новий підхід до вирішення поставлених завдань. Просування креативного мислення в означеному контексті також слід розглядати, як забезпечення місії з його популяризації серед креативної молоді та сформованих професіоналів. Така популяризація залучає всі більше молоді до процесів осмислення наявних в суспільстві проблем, ідентифікації ключових пріоритетів, розробки механізмів та пошуку інноваційних шляхів їх вирішення.

У числі основних каналів, що дають змогу просувати креативне мислення серед здатних до нього особистостей, варто виокремити такі:

Глобальні конкурси підприємницьких ідей – популярний та дієвий інструмент для стимулювання поширення культури змагальності та конкурентності серед людей із креативним типом мислення. Сучасним трендом є використання відео-

підчів, завантажуваних на глобальні портали, де оцінювання здійснює не тільки авторитетне журі, а і відбувається «public vote», що забезпечує апробацію сприйняття суспільством технологій вже на етапі їх зародження. Кращі ідеї потрапляють у фінал, де їм уже надається максимальна інвестиційна підтримка з метою прикладної реалізації на глобальному рівні.

Проведення підприємницьких хакатонів дає змогу одномоментно концентрувати специфічну креативну аудиторію інноваторів і ставити перед ними проблемно-орієнтовані завдання, що стосуються різних технологічних сфер. Таке фокусування дає змогу за рахунок ефекту профільного синергізму маркетологів, програмістів, менеджерів, інженерів, дизайнерів, митців і фахівців з інших сфер на максимально якісному рівні визначати шляхи розв'язку поставлених задач і створювати унікальні технології.

Проведення Boot Camp – застосування нового підходу до підготовки підприємців, що дає змогу за принципом табору зібрати і занурити у навчальну атмосферу зацікавлених підприємців. Особливостями цього підходу є стислі терміни підготовки, начитка значного обсягу навчального матеріалу та опанування практичних навичок, чого можна досягти не лише через створення сприятливих умов для навчання, а й завдяки специфічному способу життя під час навчання. Такі підходи до підготовки креативних підприємців, що змінюють їх мислення та спрямовують на досягнення дієвих результатів, застосовують багато провідних бізнес-шкіл дослідницьких університетів світу.

Платформи вивчення англійської мови для підприємців дають змогу опанувати специфічний категоріальний апарат, яким послуговується весь прогресивний підприємницький світ. Застосування комбінованих методик викладання під час такого навчання сприяє формуванню у підприємців глобального бачення, що, у свою чергу, дає їм змогу інтегруватися у міжнародну мережу та на зовсім іншому якісному рівні розкриває світовий порядок підприємницьких досягнень.

Організація літніх і зимових таборів для людей із підприємницьким типом мислення дає змогу повністю зануритися у творчу атмосферу, результатом чого є народження нових підприємницьких ідей, можливість концентрації на профільних знайомствах, акселерація і подальше просування інноваційних ідей та проєктів. Основною ціллю таких заходів є розширення корисної мережі професійних контактів, що у подальшому слугує створенню нових креативних об'єднань і підприємницьких партнерств.

Функціонування ресурсних центрів для підприємців є сучасною світовою практикою, що набуває широкої популярності для створення креативних хабів у наукових бібліотеках дослідницьких університетів та інших бібліотечно-інформаційних установах, завданням яких є просвітництво користувачів з метою надання необхідних ресурсів для підприємницької самоорганізації. Такими ресурсами є інформаційні потоки досягнень підприємців глобального рівня, методичні рекомендації із самоорганізації та форуми для обміну досвідом між зацікавленими особами. Варто зазначити, що функціонування таких ресурсних центрів у Великій Британії обов'язково несе нові можливості для підприємців з обмеженими фізичними можливостями. Одним із таких прикладів є робота інклюзивних аудіо- та відеолабораторій, де особи зазначеної категорії можуть вільно сприймати на слух аудіокниги та методичні матеріали, недоступні для вивчення ними традиційним способом через вади зору. І таких прикладів багато, це не ініціатива окремих дослідницьких університетів, а державна політика, що дає змогу забезпечити право громадян бути підприємцями, заробляти на себе і наймати працівників, розширюючи у такий спосіб базу платників податків для держави.

2.4. Глобальні виклики для здійснення креативного мислення

Традиційні форми господарювання почали деформуватися під тиском глобальних чинників, одним з яких є транскордонний вплив пандемії COVID-19. Це спричинило масштабні процеси адаптації, що відкрили нові можливості для активізації креативного мислення на новому рівні у національних та міжнародних інституціях. Ці глобальні виклики сформували новий порядок провадження освітньої та наукової діяльності, чинять руйнівний вплив на розвиток академічної мобільності та зумовлюють абсолютне домінування онлайн-технологій у професійному житті людей. За таких умов постає питання, наскільки такі умови вплинуть на процес здійснення та якість прийняття рішень осіб з креативним типом мислення; чи справді такий тиск глобальних чинників буде корисним для формування нового покоління інноваторів; чи не призведе це до руйнування свідомості та викривленого світосприйняття реального, а не віртуального суспільства; чи зможе світ відновити свої соціально-економічні та культурно-духовні показники розвитку.

Є різні точки зору та підходи до необхідності активізації креативного мислення в нестабільних умовах глобальної турбулентності. Більшість експертів запевняють у позитивному впливі креативного мислення на розвиток макроекономіки країни, наводячи як успішний приклад Велику Британію, яка на основі креативного підходу до підприємництва побудувала потужну, конкурентоспроможну та інноваційну модель економічного зростання. Інші експерти переконують у неспроможності креативних новаторів повною мірою впроваджувати свої ідеї у життя, через що масштабні ресурси витрачаються на підтримку проєктів, які не мають точно визначених перспектив, а зрештою бажаного результату можна так і не досягти. Отже, така дискусія засвідчує багатогранність

явища креативного мислення, яке ще не вивчено досконало і потребує додаткової уваги дослідницької спільноти та менеджерів-практиків, котрі спільно зможуть збалансувати його корисність та значний обсяг витрат на його супроводження і розвиток. На нашу думку, для створення зазначеної платформи обміну досвідом і розвитку креативного мислення необхідно підвищувати обізнаність національних економік країн світу про переваги креативного підходу до провадження підприємницької діяльності. Саме мережеве просування, що дає змогу максимально ефективно презентувати світу креативне мислення через дослідницькі університети, які є драйверами інноваційного і науково-технічного розвитку національних економік країн світу, і є тим раціональним шляхом, яким необхідно слідувати на теперішньому етапі розвитку суспільства.

Аналіз наукової думки провідних вчених і практиків світу засвідчив, що домінантними трендами розвитку креативного мислення у дослідницьких університетах є: створення транскордонних інституційних об'єднань, що використовують потенціал дослідників і практиків для формування традиції креативного підприємництва як планетарного явища, у результаті чого на рівні національних урядів держав формуються органи, які забезпечують сталість його розвитку; об'єднання людей із креативним типом мислення, які застосовують новітні форми вирішення проблемно-орієнтованих завдань, що підвищує якість технологій і формує пул креативних підприємців глобального рівня; посилення міждисциплінарної співпраці підприємців і дослідників, що забезпечує стартапам потужне наукове обґрунтування та інноваційну основу.

Вивчення кращих британських практик активізації креативного мислення в підприємницькій діяльності на міжнародному рівні продемонструвало, яким саме чином необхідно дієво проводити масові заходи у сфері менторства та акселерації стартапів з метою

досягнення цілей його популяризації на базі дослідницьких університетів, та інших інституцій які творять нове знання, а також знання про нове знання. Державна підтримка Великої Британії заходів з розвитку креативного мислення у здібних людей дає змогу цій країні закріпити своє лідерство у постачанні методичних матеріалів, експансії англійської мови серед підприємців на глобальному рівні, моніторингу зародження провідних технологій і своєчасній їх інвестиційній підтримці з метою доведення до масового виробництва, створення цільових підприємницьких груп інноваторів та визначення домінуючих трендів розвитку цієї сфери.

Для утримання сталого розвитку креативного мислення в умовах глобальних викликів має розвиватись і відповідне інституційне забезпечення на рівні національних урядів країн. Мається на увазі створення і розвиток креативних хабів, творчих просторів, онлайн-румів, ресурсних центрів, бізнес-інкубаторів та акселераторів, лабораторій колективного користування, креативних кластерів, кварталів і навіть креативних міст для концентрації культурних і креативних індустрій.

Систематизація глобальних викликів для здійснення креативного мислення в установах та організаціях оголила низку актуальних питань, що наразі постали перед людством. На нашу думку, саме креативне мислення, що базується на міждисциплінарному підході, у змозі в подальшому дати відповіді на ці питання, запропонувати належне теоретичне підґрунтя та забезпечити створення багатства і підвищення рівня зайнятості на основі більш ефективного продукування та використання інтелектуальної власності. Це дасть можливість обернути слабкі сторони на сильні для досягнення сталого розвитку.

Варто зазначити про необхідність пошуку нових форм інтенсифікації та розвитку креативного мислення у підприємстві. Це актуалізує питання глибокого вивчення

перспектив стратегічного управління розвитком креативних індустрій в установах де відбувається максимальна концентрація інтелектуального потенціалу людей з інноваційним типом мислення. Окрім дослідницьких університетів об'єктом такої уваги мають стати сучасні громадські об'єднання, що провадять інноваційну діяльність. Ці організації отримали потужний поштовх із можливістю ширшого доступу до грантових ресурсів як на міжнародному так і на вітчизняному рівні. Таким чином, об'єднані перспективною ідеєю люди з креативним типом мислення тепер мають змогу забезпечити невідкладний розвиток цієї ідеї за рахунок недержавної форми фінансування. Такий підхід дає змогу гнучко діяти у разі необхідності створення фінансової автономії у забезпеченні потреб функціонування громадського об'єднання креативних людей. Найчастіше такими потребами є необхідність реалізації академічної мобільності творчих особистостей, автономність у придбанні необхідного устаткування, планування інших операційних та капітальних витрат, заради зосередженості на головному аспекті – креативному мисленні для реалізації ідеї творчого задуму.

2.5. Креатив у дослідницьких університетах

Креативне мислення є найважливішою навичкою, яка розкриває інноваційний потенціал людей з творчим світосприйняттям заради перетворення труднощів і викликів людства на можливості та переваги.

Приміром, Клакстон визначає інструмент креативності як спосіб задовольнити виклики та позбутися невдоволення. Зокрема, обов'язковими складовими цього способу є:

- відкритість особи та її гумор;
- практичний інтелект особи, щоб перетворити її ідеї на реальність;

– енергія, працездатність та зосередженість особи.

«Креативність в освіті зараз настільки ж важлива, як і грамотність. Ми повинні надати їй такий самий статус. – Сер Кен Робінсон» [41].

Значена цитата підкреслює те, що переважна більшість інновацій народжується в дослідницьких університетах, що забезпечують розкриття талантів творчих людей у процесі здійснення ними освітньої та наукової діяльності. Саме ці інституції формують, розвивають та реалізують компетентності креативного мислення у здатних до цього людей.

«Світ потребує людей, здатних по-різному поєднувати думки, знання, можливості та цінності, вирішуючи у такий спосіб складні соціальні та екологічні проблеми, збагачуючи культуру та поліпшуючи добробут. Загалом університети відіграють важливу роль у створенні цих креативних ком'юніті... – Norman Jackson» [41].

Університет задишається одною із самих стабільних суспільних інституцій, що органічно функціонує та не тільки пристосовується до змін часу, а і проактивно формує передумови для здійснення таких змін.

За словами Річарда Флорида, ключ до креативності полягає у формулі, яка складається із трьох "Т": технології, таланту і толерантності. Згідно із цим припущенням заклади вищої освіти є основним креативним капіталом регіону, оскільки вони забезпечують принаймні два «Т», наприклад, талант і толерантність, або ж навіть і всі три [41].

Авторитетні експерти Всесвітнього економічного форуму в Давосі, вважають, що компетентності креативності невдовзі становитимуть одну із трьох найважливіших навичок, які роботодавці особливо потребуватимуть від своїх працівників, поряд із критичним мисленням, стратегічним підходом і комплексним вирішенням проблем.

Згідно з дослідженням від Adobe, проведеним серед 1000 навчальних закладів, 96 % погоджуються з тим, що

креативність – цінна компетентність для суспільства, а 78 % визнають креативність важливою для їхньої кар'єри. На переконання майже 68 %, креативність – це те, з чим вони народились, і те, чому можна навчитись, а 71 % зазначає, що поряд із математикою чи фізикою має бути і такий предмет як креативне мислення. Понад 78 % хотіли би бути більш креативними, а 32 % не відчувають себе комфортно, мислячи творчо на роботі [41].

Також на Всесвітньому економічному форумі в Давосі було встановлено, що креативне мислення належить до ТОП-5 компетенцій найближчого десятиліття. За словами Джиммі Уейлса, креативне мислення – це спосіб, завдяки якому людина здатна відрізнити інформацію від фактів, а з урахуванням нових реалій попит на цю компетентність зростає.

Дослідницькі університети завжди були місцями творчості, однак у XXI ст. рівень вимог до навчальних та наукових закладів значно зріс – вони мають стати проактивною дослідницькою інституцією, де студенти долучаються до створення креативних знань на всіх її рівнях. Це підкреслюється і Лісабонською декларацією про європейські університети 2010 р. основна мета якої – створення нових та удосконалення раніше створених університетів Європи як інституційного середовища, що сприяє розвитку творчості, креативного мислення та інновацій.

У рейтингу Reuters дослідницьких університетів світу 2020 р. Стенфордський університет є лідером уже втретє поспіль. До першої десятки також належать: Массачусетський технологічний інститут, Гарвардський університет, Університет Пенсильванії, Левенський Католицький Університет (KU Leuven), Корейський провідний науково-технологічний інститут (KAIST), Університет Вашингтону, Мічиганський університет, Техаський університет, Університет Вандербільта.

Едвард де Боно, британський психолог і письменник, який розробив систему організації мислення «Шість капелюхів

мислення», наголошує, що креативність і креативне мислення заохочують людей мислити поза сталими патернами та дивитися на речі з іншої точки зору. Основними навичками креативного мислення є: генерування ідей, відкритість до нового, уява та цікавість, розсудливість і дивергентне мислення (пошук різних рішень для розв'язку однієї і тієї самої проблеми) [41].

Нова цифрова реальність диктує сучасні імперативи розвитку суспільства, що спонукають до пришвидшення темпів освітньої діяльності та вдосконалення її основних форм. Така сама ситуація склалася й у сфері наукових досліджень і розробок. Інтенсифікація інноваційної діяльності у глобальному вимірі створила жорстке конкурентне середовище, що постійно генерує нові технологічні рішення. За таких умов дослідницькі університети вже давно перестали бути установами, які лише акумулюють і траншують наукові знання, а розширили своє соціальне та економічне призначення і перетворилися на організації, що формують стратегічні тенденції розвитку суспільства.

З огляду на переосмислення сучасної місії та сфер дивертисменту феномену дослідницького університету є своєчасним зазначити, що креативний клас, який формують дослідницькі університети, становить близько третини робочої сили в Ірландії, Бельгії, Австралії, Нідерландах і приблизно чверть робочої сили у шести інших країнах: Новій Зеландії, Естонії, Великобританії, Канаді, Фінляндії та Ісландії. Основа креативного класу – вчені, інженери, архітектори, дизайнери, педагоги, артисти, музиканти та виконавці, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, технологій або нового змісту. Частка креативного класу із 90-х років минулого століття зросла майже на 40 % [41].

Для виникнення та розвитку університетського феномену знадобилося понад тисячоліття, але розвиток саме дослідницьких університетів інтенсифікувався із середини ХХ ст. Цей період позначений активізацією процесів

конкурентної боротьби за право отримати звання університету світового класу. Для досягнення такого рівня дослідницьким університетам необхідно було відповідати ряду критеріїв і мати вагомі результати у сфері науки та освіти.

Дослідницькі університети уособлюють форму інтеграції фундаментальних наукових досліджень і навчального процесу, що дає змогу транслювати набуті знання та створювати унікальну творчу атмосферу. Детально особливості цього явища висвітлено у роботі [62].

На початку розвитку феномену університету його місія полягала у здійсненні основної функції – *навчанні студентів*. Такий підхід панував за часів Середньовіччя та доби Відродження, коли було необхідно транслювати накопичені знання для просвітництва. Навчання забезпечували професори, які переважно виконували роль релігійних посередників для донесення святого писання до людей. Цей період можна назвати *першим етапом* у формуванні бачення основного університетського призначення, як основного центру для формування креативного мислення.

Так, М. Тлостанова зазначає: «...І в цьому сенсі вже середньовічний університет установив повну конфігурацію геополітики знання, тягар якої світ відчуває і нині» [62].

Другий етап розвитку місії університету почався у ХІХ ст. із заснуванням Берлінського університету і проголошенням В. фон Гумбольдтом основних принципів вільного дослідницького університету. Фактично у ці часи сформувалася потреба людства у передбаченні та плануванні власного майбутнього розвитку, а також у підвищенні комфортності життя. Цього можна було досягти лише за допомогою наукових досліджень і практичного втілення їх результатів. Отже, місія університету отримує свій другий компонент – *проведення наукових досліджень*, запроваджуючи у такий спосіб дослідницьку модель функціонування університетів. Із цього приводу Дж. Скотт зазначив: «Місія проведення наукових досліджень

важлива для поліпшення життя будь-якого суспільства світу, адже створює кваліфіковану робочу силу, сприяє економічному зростанню, поліпшує охорону здоров'я та активізує виробництво нових знань» [62]. Саме у цей період актуальним як ніколи стає відомий вислів англійського вченого Ф. Бекона «Знання – сила». У подальші століття людство усвідомить це, а також зрозуміє важливість саморозвитку на наукових засадах. Свідченням такого розвитку зокрема в Україні є комплексна праця «Феномен інновацій», опублікована під редакцією академіка В. Кременя [62].

Третій етап розвитку місії університету, як основного центру для формування креативного мислення, припадає на ХХ ст., що зумовило необхідність для правителів держав зміцнювати свою владу та сприяло пробудженню патріотичної свідомості у громадян і підданих. На думку Р. Рідлі, сигнали до провадження націоналістичної пропаганди в університетах з'явилися вже у ХІІІ ст. у момент створення Університету Неаполя (1224 р.). На той час підлеглим правителя Фрідріха ІІ було заборонено відвідувати інші університети, окрім власного [62]. Однак повноцінним інструментом для пропаганди дослідницькі університети змушені були стати вже у період стрімкого розвитку диктаторських режимів у ХХ ст. Саме у цей час місія університету отримує свій третій компонент – *служіння уряду національної держави*.

Активне переосмислення місії університетів, як основного центру для формування креативного мислення, в Україні інтенсифікувалося із виходом наукової праці «Покликання університету», в якій колектив авторів намагався узагальнити ключову університетську роль у суспільстві [62]. Крім того, авторитетний мислитель Я. Пелікан у праці «Ідея університету» спробував широко витлумачити ідею університетського призначення відповідно до умов розвитку ХХ ст. Науковець дійшов висновку, що: «Університет є практично єдиним місцем, звідки беруться дослідники» [62].

Отже, на сьогодні класичне розуміння місії дослідницького університету, як основного центру для формування креативного мислення, у сучасній науковій літературі авторитетні вчені В. Кремень і С. Курбатов систематизовано представляють як сукупність трьох основних її компонентів: «навчання», «проведення наукових досліджень» і «служіння уряду національної держави».

У сучасному світі феномен дослідницького університету має прояв у рівноправному партнерстві із бізнес-середовищем і виробничими структурами. Таке партнерство реалізується у визначенні для реального сектора економіки нових завдань, що постають у результаті наукових відкриттів та інновацій, які продукують дослідницькі університети. У глобальному контексті університети світового класу є основною рушійною силою розвитку нових технологій, а у контексті окремих держав – ключовим суб'єктом національної інноваційної системи.

Час *четвертого етапу* розвитку університетської місії розпочався із ХХІ ст., позначеного стрімким розвитком цифрових технологій. Початок цього періоду характеризується відображенням діяльності повноцінного дослідницького університету, готового до функціонування у нинішніх реаліях і до майбутніх викликів цифрової та високотехнологічної ери. У праці [62] було додано ще один компонент місії дослідницького університету – *розкриття компетенції інноваційного мислення*. У наведеному випадку мається на увазі не навчання інноваційному мисленню, а саме розкриття такого мислення, тобто виявлення та розвиток цінних креативних талантів, спроможних вирішувати надскладні задачі.

Отже, згідно із викладеним баченням місія сучасного дослідницького університету базується на поєднанні наукових досліджень, навчання, служіння державі та розкритті компетенції інноваційного мислення, що є ефективним синтезом процесів пізнання і творення.

Науковці послуговуються двома основними термінами на позначення інноваційно спрямованих університетів, які успішно поєднують наукові дослідження із навчальною діяльністю, – «дослідницький університет» та «університет світового класу». У ХХ ст. ці поняття почали поєднувати і відбулося їх взаємопроникнення. Проте, на наше переконання, зазначені категорії мають різний змістовний посил і характеризують університети, що функціонують на різних рівнях конкурентних середовищ. З урахуванням наведеного підходу було надано визначення цих двох категорій, що охарактеризує їх основні відмінності.

Університет світового класу – університет із розгалуженою інфраструктурою та значними фінансовими ресурсами, який працює у вищій лізі на глобальному ринку і чия діяльність має на меті вирішення глобальних проблем людства [62].

Дослідницький університет – університет, що активно провадить наукову діяльність, залучає потужний інтелектуальний потенціал для розв’язку наукових завдань і здійснює навчальну діяльність, що імплементує кращі наукові розробки у навчальний процес, готуючи у такий спосіб зміну поколінь науковців та інженерів для розвитку і впровадження інновацій на національному та глобальному рівнях [62].

Базовою відмінністю цих категорій є рівні провадження наукової діяльності та масштаби фінансових ресурсів, залучених для її реалізації. Так, дослідницькі університети можуть виступати співвиконавцями наукових програм і проєктів, допомагаючи університетам світового класу вирішувати глобальні проблеми людства.

Варто наголосити на простій логічній відмінності – не всі дослідницькі університети можуть стати університетами світового класу, оскільки елітний клуб глобальних університетів оперує такими обсягами фінансових ресурсів для досліджень і розробок, які часто дорівнюють бюджетам цілих країн. З огляду на це, а також зважаючи на ряд інших аргументів, дослідницькі

університети можуть бути непоганими генераторами нових знань, але впроваджувати і поширювати ці знання у глобальних масштабах, як це вдається університетам світового класу, буде досить складно.

Необхідно визнати наявність нового університетського феномену – цифрового університету. Це транскордонне утворення, що руйнує попереднє розуміння класичного університету, призводить до переосмислення і ставить нові філософські питання стосовно суспільної ролі університету. Завдяки використанню високоефективних інформаційних платформ світ усвідомив можливість провадження наукової та дидактичної діяльності, що не має кордонів і здатна охопити необмежену кількість споживачів і цільових груп. Цей тип університету може стати ключовим і переінакшити класичне розуміння університету, відкривши нові можливості для навчання та наукової діяльності. У попередніх дослідженнях категорію «цифровий університет дослідницького типу» було визначено у такий спосіб.

Цифровий університет дослідницького типу – дослідницька та навчальна установа, що провадить свою діяльність у глобальному середовищі на основі автоматизації навчальних і дослідницьких процесів та забезпечує повний цифровий цикл створення, кодифікації, архівації, зберігання, обміну, пошуку і трансляції наукової та навчальної інформації, що була створена у результаті дослідницької діяльності [62].

Можливості дослідницького університету цього типу суттєво розширюють шляхи формування креативного мислення для отримання глобального лідерства на ринках освітніх послуг. Застосовуючи цифрові технології, можна швидко здобути необхідне фінансування для наукових досліджень і миттєво представити їх основні результати на експертне оцінювання світової спільноти науковців і практиків.

Таким чином, хто очолить процеси переосмислення ролі та можливостей цифрових університетів, той і матиме глобальну

конкурентну перевагу, а можливо, й отримає лідерство над розвитком нового, суспільно резонансного феномену у сфері науки та освіти. Залишається тільки узагальнити та розвивати можливості такого підходу і навчитися правильному та ефективному їх застосуванню. Це нова змога для людей із високими інтелектуальними показниками та підприємницьким типом мислення отримати реальну незалежність і необхідні можливості для вираження власних ідей і втілення їх у життя суспільства.

Важливо розуміти відмінності у категоріальному апараті що характеризує дослідницькі університети.

Національний університет – у цьому випадку маються на увазі університети, що зосереджені на навчальній діяльності та діють переважно на рівні країн для підготовки фахівців у різних галузях для задоволення потреб національної економіки та соціально-культурної сфери. Метою цих установ є задоволення потреб внутрішнього ринку та вирішення локальних проблем. Таких університетів найбільше, і їхню роль для напрацювання у суспільстві базових цінностей демократичного розвитку та формування нових знань неможливо переоцінити [62].

Корпоративні університети – навчальні установи, що здійснюють підготовку фахівців для корпоративного сектора і, як наслідок, забезпечують потреби бізнесу у значній кількості вузькоспеціалізованих фахівців. Корпорації вирішили не чекати, поки класичні університети підготують потрібних фахівців (що вимагає тривалого часу), а почали створювати власні корпоративні університети (академії), здатні забезпечити підготовку необхідного фахівця у максимально стислий термін [62]. Ця концепція підготовки і тип корпоративних університетів отримали досить значне поширення у світі з огляду на оптимальні затрати та ефективність підготовки. Ще одним важливим фактором є галопування темпу розвитку технологій, що потребує постійної перекваліфікації персоналу та, як наслідок, актуалізує розвиток вузькопрофільних

корпоративних університетів. Зазначене явище виникло і набуло поширення у США, що утворило концепцію, окрім корпоративних, ще й підприємницьких університетів, які є мобільними та повністю самоокупними за рахунок комерціалізації результатів власної наукової і навчальної діяльності на замовлення корпоративного сектора.

Підприємницький університет дослідницького типу – заклад вищої освіти, що здійснює навчальну, дослідницьку та інноваційну діяльність відповідно до форм і завдань, визначених національним законодавством, забезпечуючи власну автономність за рахунок комерціалізації вагомих здобутків своєї науково-технічної діяльності на ринку трансферу технологій та участі у реалізації міжнародних проектів і програм [62].

Явище підприємницьких університетів дослідницького типу широко обговорюється в експертному та професійному середовищі України і, можливо, скоро буде запропоновано навести відповідне визначення у законодавстві та дозволити таким університетам здійснювати повноцінне управління корпоративними правами.

Викладене бачення місії сучасного дослідницького університету базується на поєднанні наукових досліджень, навчання, служіння державі та розкритті компетенції креативного мислення, що є ефективним синтезом процесів пізнання і творення. Четвертий етап розвитку місії дослідницького університету, що розпочався із настанням ХХІ ст. і характеризується стрімким розвитком цифрових технологій сформував нову місію дослідницького університету, що відображає повний дивертисмент університетського явища, який єднає дослідницьку та навчальну діяльність. Саме за таких креативних умов забезпечується повна віддача від здобутків людей, які творять історію науки та освіти і своєю інноваційною активністю змінюють суспільство. Сучасний дослідницький університет уже має бути відкритим до сприйняття цифрових інновацій і швидкого освоєння інструментів, методів і способів

провадження своєї діяльності. Важливим акцентом стратегії розвитку сучасних дослідницьких університетів має стати системне підвищення кваліфікації та рівня цифрової обізнаності науково-педагогічного персоналу, який забезпечує життєдіяльність цих установ.

Висвітлений категоріальний апарат, що стосується дослідницьких університетів дав змогу переосмислити їх роль у новому світовому порядку у сфері освіти та науки, що формується у глобальному середовищі. Встановлено, що необхідність детального вивчення засобів, методів, способів і можливостей застосування цифрових технологій є вкрай важливим напрямом для досягнення лідерства у дослідницькій і навчальній діяльності на глобальному рівні. Українські дослідницькі університети мають історичний шанс очолити освоєння нового, ще не до кінця вивченого явища цифрових дослідницьких університетів, і отримати світове лідерство у цій сфері. Наведене дасть змогу не боротися за кращі позиції у минулих системах, а самим створювати індикатори оцінювання та рейтингові системи, що підтверджують креативне лідерство.

РОЗДІЛ 3

МЕТОДИ, ТЕХНІКИ, ЗАСОБИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ

3.1. Авторські методика

«Креативність – це інтегральна творча здатність людини відмовлятися від стереотипних способів мислення»
(Д. Симпсон, 1922 р.)

1) BRAINSTORMING / МОЗКОВИЙ ШТУРМ
(А. Ф. Осборн, 1942 р.) – учасники висловлюють всі можливі варіанти рішень (ідей), нехай навіть смішні, фантастичні чи безглузді, без їх критики та оцінювання іншими учасниками.

Завдання: за 5 хвилин у команді із 5 учасників згенеруйте мінімум 5 різних варіантів, чим замінити паперові гроші або як взагалі відмовитися від їх використання.

2) BRAINWRITING / МЕТОД «6-3-5» / ПИСЬМОВИЙ МОЗКОВИЙ ШТУРМ (Б. Рорбах, 1968 р.) – групі із 6 учасників пропонують 3 завдання (проблеми, ідеї), розв'язати які потрібно упродовж 1–2 хвилини, при цьому 5 разів відбувається обмін нотатками для доповнення та удосконалення «чужих» ідей (доки нотатки не повернуться до авторів).

Робочий аркуш			
	Завдання 1	Завдання 2	Завдання 3
Прізвище 1 учасника			
...			
Прізвище 6 учасника			

Робочий аркуш через 1–2 хв. передають тому, хто сидить праворуч.

Завдання: у команді із 6 учасників за 5 хвилин згенеруйте рішення «трьох проблем сучасності: дурні, дороги, горілка».

3) «YES, AND ...» / «ТАК, І ...» (Е. Л. Берн, 1960-ті рр.) модифікує класичний brainstorming через виявлення додаткових якостей, можливостей, ідей, варіантів розв'язку поставленої задачі у запропонованих іншими членами команди, групи судженнях, а також шляхом їх доповнення і/або розвитку.

Завдання: доповніть і розширте фразу «У здоровому тілі – здоровий дух!».

4) FANTASTIC BINOMIAL / БІНОМ ФАНТАЗІЇ (Дж. Родарі, 1973 р.) пропонує використовувати два випадкових, не пов'язаних між собою слова, щоб генерувати нові ідеї, підходи, судження чи формулювати рішення задачі, ситуації, проблеми.

Завдання: скористайтеся <https://randomwordgenerator.com>, щоб отримати пару випадкових слів, і застосуйте їх для: 1) вирішення проблеми нестачі питної води у світі; 2) розробки ідеї нового ІТ-продукту.

5) БІСОЦІАЦІЯ / ПОДВІЙНА АСОЦІАЦІЯ (Д. А. Кестлер, 2015 р.) поєднує різні «матриці мислення», образи, ідеї із різних контекстів, що належать до несумісних, на перший погляд, сфер, у результаті чого можуть з'являтися: комічні ідеї (у разі зіткнення), відкриття і/або винаходи (у випадку злиття), художні образи (у разі протиставлення). Методика охоплює: 1) установчу стадію: коротко та ясно сформулюйте проблему, задайте собі питання, про що йдеться, розгляньте проблему з усіх боків, ізсередини та ззовні, опишіть вимоги до варіантів її розв'язку; 2) креативну стадію (вибір «паралельної» матриці): уявіть ситуацію, в якій вашу проблему вже вирішено або її легко розв'язати; 3) дослідно-

аналітичну стадію: шукайте аналоги, розглядайте спільні принципи, закономірності. Перевірте, чи можна застосувати наявне у «паралельній» матриці рішення до досліджуваної проблеми; 4) адаптаційно-прикладну стадію (перенесення рішення): застосуйте готове рішення чи його ідею із «паралельної» матриці і спробуйте зробити так, щоб воно спрацювало. Адаптуйте його до нових умов.

Завдання: застосуйте бісоціацію для пошуку рішень проблеми пандемії COVID-19 та мінімізації її наслідків для здоров'я людства.

6) MENTAL PROVOCATION / МЕНТАЛЬНА ПРОВОКАЦІЯ (Е. де Боно, 1940–50-ті рр.) свідомо створює ситуації, поняття, вислови, які здаються суперечливими, незвичними, нереальними. Для ментальної провокації можна взяти за основу відоме, очевидне і зрозуміле твердження і поставити його під сумнів, спростувати і/або описати навпаки. Необхідно розвивати провокацію, перебільшувати і зменшувати її характеристики, відмовитися від бар'єрів та обмежень з метою її трансформації у прийнятне рішення, ідею. Для позначення ситуації як ментальної провокації можна застосувати скорочення «П (провокаційна) О (операція)». Наприклад: «ПО», ми продаємо наш продукт конкуренту; «ПО», у ресторанах немає меню; «ПО», телефон дзвонить постійно і мовчить лише тоді, коли хтось телефонує.

Завдання: розгляньте ментальну провокацію і на її основі запропонуйте новий спосіб організації навчального процесу: «ПО», у навчальних закладах немає викладачів/студентів.

7) THE 3 DISNEY CHAIRS / 3 СТИЛЬЦІ ДІСНЕЯ (Р. Б. Ділтс, 1993 р.) – рольова гра із бажаним фізичним переміщенням у просторі (різні стільці – різні приміщення). Вирішення задачі відбувається з трьох принципово різних позицій, ролей (стілців): мрійника, реаліста і критика.



Мрійник

Реаліст

Критик

Мрійник має безмежні можливості, йому не заборонено продукувати нові ідеї, фантазувати, вигадувати, поєднувати непоєднуване, вірити у нереальне тощо, не можна лише бути серйозним і логічним.

Реаліст, навпаки, – розсудливий і прагматичний, послуговується здоровим глуздом для розвитку і відбору раціональних рішень серед запропонованих мрійником фантастичних ідей.

Критик прискіпливо і безжально рецензує запропоновані ідеї та рішення з точки зору наслідків, ефективності, витрат, ризиків і будь-яких можливих ускладнень тощо.

Завдання: групою або індивідуально по черзі «сідайте» на кожен стілець, щоб обговорити роль фотосинтезу у житті сучасного людства.

8) SIX THINKING HATS / 6 КАПЕЛЮХІВ МИСЛЕННЯ (Е. де Боно, 1985 р.) пропонує структурування індивідуального мисленнєвого процесу й колективної дискусії шляхом послідовного застосування різних режимів мислення – примірювання капелюхів: білого – аналітичного, червоного –

емоційного, чорного – критичного, жовтого – оптимістичного, зеленого – творчого, синього – перспективного мислення, узагальнення.



Факти	Емоції	Критика	Позитив	Креатив	Узагальнення
Інформація	Відчуття	Проблеми	Вигоди	Творчість	Організація
Аналітика	Інтуїція	Протиріччя	Переваги	Нові ідеї	Управління

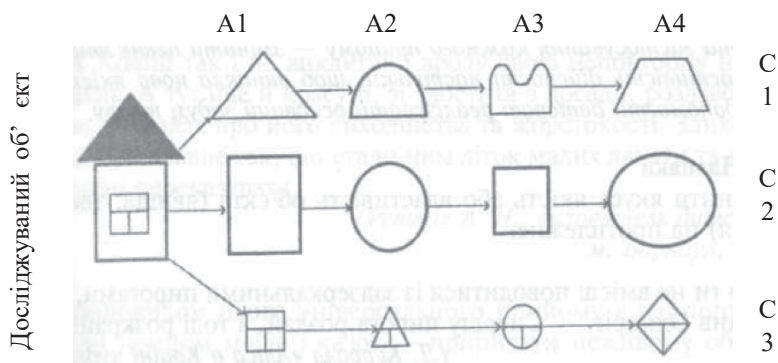
Завдання: висвітліть ситуацію дистанційного (онлайн) навчання в одній із запропонованих форм: 1) колективна дискусія, коли вся група обговорює завдання у визначеному режимі мислення (кольорі), по черзі «надіваючи» капелюх кожного кольору, а наприкінці формує колективний результат; 2) командна робота – розподіліть п'ять «капелюхів» між учасниками групи, вислухайте кожного і сформулюйте індивідуальний, узагальнений результат, «надівши» синій капелюх на кожного члена команди; 3) «приміряйте» по черзі кожен капелюх на себе, щоб деталізувати особисте сприйняття досліджуваного питання.

9) SYNECTICS / СИНЕКТИКА (У. Гордон, Д. Принс, 1950-ті рр.) намагається «зробити відоме дивним (незнаним), а дивне – відомим», застосовуючи п'ять видів аналогій: пряму (факти, порівняння з відомим), особисту (персональні відчуття, сприйняття синектора), символічну (парадокси, протиріччя у відомому, пошук спільних рис у протилежних об'єктах), образну (еталонний, зручний об'єкт), фантастичну (бажаний результат без обмежень). Отримані ідеї, аналогії, образи критично оцінюють щодо можливості їх застосування до досліджуваної проблеми. У разі отримання недосяжних або

надскладних варіантів етапи методики повторюють до отримання здійсненого рішення.

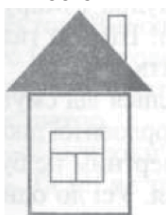
Завдання: застосуйте синектику для пошуку напрямів, аналогій, образів для розробки нового універсального харчового продукту.

10) MORFOLOGICAL BOX / МОРФОЛОГІЧНА СКРИНЬКА (Ф. Цвіккі, 1924 р.) – розкладання об’єкта на значущі складові (елементи), виокремлення можливих альтернатив для кожної з них, поєднання та комбінування нових елементів у «старий» об’єкт із новими якостями і характеристиками. Морфологічна скринька – це таблиця, у рядках якої зазначені складові досліджуваного об’єкта, а у стовпцях – їхні альтернативи.



C1, C2, ..., Cn – значущі складові, елементи досліджуваного об’єкта
A1, A2, ..., An – альтернативи, варіанти кожної значущої складової

Початковий об’єкт



Отриманий об’єкт із новими складовими



Завдання: побудуйте морфологічну скриньку для звичайної ручки.

11) МФО (МЕТОД ФОКАЛЬНИХ ОБ'ЄКТІВ) (Ф. Кунце, 1923 р., Ч. Вайтинг, 1958 р., Дж. К. Джонс, 1986 р.) передбачає створення нових властивостей та якостей досліджуваного об'єкта (фокусу) шляхом перенесення їх з інших випадкових об'єктів і явищ («крижаний» чай). Перенесення нових ознак на вихідний об'єкт (фокус) дає змогу отримати нові незвичні, нехарактерні властивості, які забезпечують можливість виконувати нові функції. Випадкові об'єкти беруть із розкритої навмання книги, словника або їх пропонують учасники групи.

Завдання: скористайтеся книгою, газетою, <https://randomwordgenerator.com> або зверніться до колег, щоб отримати декілька випадкових об'єктів для перенесення їх властивостей на іграшку.

12) SCAMPER (Б. Еберле, 1997 р.) – список дій, модифікацій, запитань до початкового об'єкта, які викликають глибинні, приховані асоціації, що мають потенціал для розвитку і поліпшення досліджуваного об'єкта.

Скорочення	Модифікація	Значення, пояснення
S	Substitute	Замінити, обміняти: компоненти, правила, матеріал, людей, назви, відносини
C	Combine	Скомбінувати, поєднати: елементи з ін. систем, функції, сфери застосування
A	Adapt	Адаптувати, підлаштувати: функції, копії, нові елементи, якості, наявні рішення
M	Modify	Модифікувати, уточнити: розмір, форму, колір, склад, призначення, інші атрибути

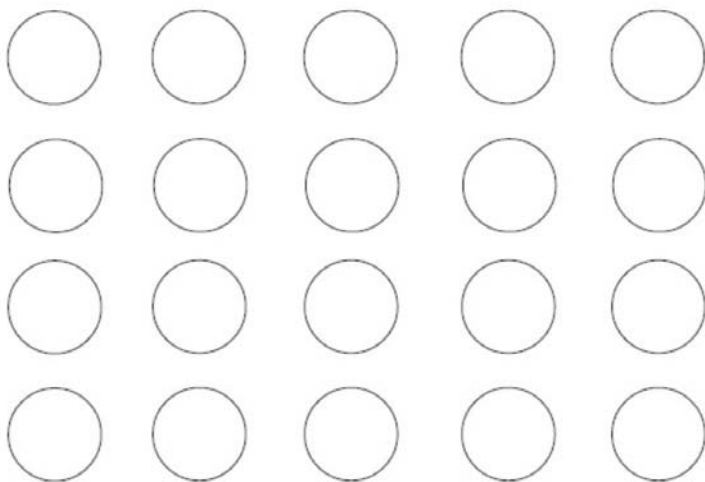
P	Put	Застосувати для інших цілей, переставити: параметри, людей, важливість, сенс
E	Eliminate	Видалити, спростити: частини, умови, контекст, правила, межі, параметри
R	Reverse	Перевернути, переробити: концепцію, наслідки, причини, структуру

Завдання: скористайтесь методикою для удосконалення роботи вашого улюбленого місця громадського харчування.

13) MIND MAPING / МЕНТАЛЬНІ КАРТИ / КАРТИ СВІДОМОСТІ (Т. Бузан, 1993 р.) застосовують ключові тематичні слова, фрази, вислови, зображення, відео, кольорові посилання, дописи, пости, ікони, емодзі, піктограми, зображення тощо – все, що допоможе візуалізувати досліджуваний об’єкт та його характеристики.

Завдання: складіть групову або індивідуальну карту бажань, користуючись онлайн сервісами: coggle.it; canva.com; exobrain.co.

14) КОЛА ВАРТЕГГА (Е. Вартегг, 1930-ті рр.) за обмежений час необхідно домалювати, додати деталі до усіх кіл на рисунку. Завдання полягає у тому, щоб зобразити предмети чи явища, використовуючи кола як основу. Малювати можна всередині і ззовні кіл, використовуючи по одному колу для кожного рисунку.



Завдання: за 10 хвилин домалюйте усі кола так, щоб отримати 20 самостійних рисунків.

3.2. Прикладні техніки та інструменти

15) FREE WRITING / ВІЛЬНЕ ПИСЬМО допомагає увійти у творчий стан і поринути у вільний потік слів, мета якого – подолати бар'єри внутрішнього цензора та отримати доступ до прихованих знань та ідей. Технологія виконання передбачає механічний запис усіх думок стосовно певної теми, які виникають протягом визначеного обмеженого часу. Записи не редагують і не виправляють, не звертають увагу на граматику, пунктуацію, стилістику і форму викладення думок. Якщо ідеї закінчилися, запишіть це дослівно: «ідеї закінчилися»; якщо відволіклися від теми – запишіть «відійшли від теми» тощо. Не припиняйте писати, поки не скінчиться відведений для цього час. По завершенні відпочиньте і переключіть увагу;

потім уважно прочитайте написане і перенесіть на окремий аркуш цікаві слова, фрази, думки.

Завдання: протягом 3 хвилин запишіть ваш особистий потік слів і думок про космос.

16) CINQUAIN / СІНКВЕЙН (США, початок ХХ ст.) – п’ятирядковий неримований вірш, написаний за визначеними принципами і правилами, який резюмує певну тему через виокремлення її найсуттєвіших елементів. Структура сінквею: 1-ий рядок – один іменник або займенник (тема); 2-ий рядок – два прикметники чи прислівники (ознаки та якості); 3-ій рядок – три дієслова, дієприслівника (характерні дії); 4-ий рядок – фраза чи вислів із чотирьох слів стосовно теми (цитати, афоризми, прислів’я, речення тощо); 5-ий рядок – одне слово-висновок (резюме).

Приклади:

Креативність.	Винахідник.
Збагненна. Невідома.	Дивиться навколо.
Розширює. Надихає. Зачаровує.	Вишукує ціль.
Вона завжди навколо тебе.	Раптово осяяний нею.
Багатогранність	Щастя.

Завдання: складіть і запишіть власний сінквейн на тему: щастя, дружба, робота, творчість, страх.

17) RANDOM WORD / ВИПАДКОВЕ СЛОВО до ідеї, ситуації, завдання чи проблеми дає можливість посунути традиційні межі та подивитися на об’єкт ширше, з нової неочікуваної, незвичної точки зору.

Завдання: скористайтеся <https://randomwordgenerator.com>, щоб отримати випадкове слово до економічного закону «Попит породжує пропозицію».

18) ELEVATOR PITCH / ПІТЧ У ЛІФТІ – презентація і просування ідей із вузькими часовими рамками. Формулюйте речення коротко і зрозуміло, висловлюйтеся прозоро та яскраво, щоб захопити і втримати увагу слухачів.

Завдання: розкажіть умовному перехожому, людині у ліфті, сусіду на ескалаторі про свою улюблену книгу чи фільм: 1) у трьох реченнях; 2) п'ятьма словами; 3) за 1 хвилину; 4) за 30 секунд.

19) ЖОРСТКІ ОБМЕЖЕННЯ, які застосовують до можливості опису досліджуваного об'єкта, дають змогу побачити і виокремити у ньому найважливіші, сутнісні характеристики й властивості, які мають найбільшу вагу.

Завдання: складіть короткий тематичний текст на довільну тему за допомогою: 1) лише однієї будь-якої букви; 2) таких обов'язкових слів: желе, галактика, брова, кукурудза, поважний, кристал, обговорити; 3) генератора випадкових слів для написання тексту про кохання (<https://randomwordgenerator.com>).

20) МЕТАФОРИЧНЕ МИСЛЕННЯ та **АНАЛОГІЇ** засновані на подібності та порівнянні. Метафора (грец. *metaphora* – перенос) – вживання слова, що позначає один об'єкт (предмет, явище, дію, ознаку), для образної характеристики іншого подібного об'єкта. Образне визначення через інший об'єкт здійснюється шляхом перенесення ключових властивостей і характеристик, за якого відбувається замасковане, а не пряме порівняння.

Завдання: застосуйте метафору «Все життя – гра, а люди в ньому – актори» для сфери бізнесу.

21) WARP-МИСЛЕННЯ – проривна методика, яка деформує простір ідей навколо дослідника і пропонує рішення на виході із циклу мислення, послуговуючись такими засобами та інструментами:

→ W → Wander → Watch → Wish	Результат Прагнн
мандруй дивись бажай	
A → Ask → Absorb → Add	Створюю
запитуй поглинай додавай	
R → Roll → Rest → Repeat	Відтворюю
переміщуй відпочивай повторюю	
P → Push → Play → Perform →	Дій
впливай бери участь виконуй	

Завдання: скористайтеся методикою для генерації ідей щодо організації зимового відпочинку та святкування Нового року.

22) 6 W / 6 ЗАПИТАНЬ, які дають змогу всебічно дослідити об'єкт, виокремити його суттєві характеристики і побачити слабкі сторони: 1) Who? / Хто? (особа) – зацікавлені особи; ті, для кого важливий, цікавий об'єкт дослідження; які людські аспекти, фактори, проблеми, обмеження; хто працюватиме, досягатиме; хто користуватиметься; хто виграє, постраждає, отримає прибуток, залишиться осторонь тощо; 2) What? / Що? (дія) – що станеться, якщо; що саме потрібно зробити; що вже зроблено; що ще не зроблено; що може піти дригом; що призведе до успіху тощо; 3) When? / Коли? (період, дата, межі) – коли це має статися; чи можна прискорити, сповільнити; чи можна перенести тощо; 4) Where? / Де? (місце чи середовище) – де саме це має відбуватися; альтернативні місця, де ще це вже відбувалося (аналогії); вплив місця, середовища на того, «хто»; 5) Why? / Чому? (ціль) – чому це зроблено, робиться, має бути зроблено, чому це заохочується або забороняється, чому цього уникають; у чому полягає відмінність від схожих ідей; чому саме наведені характеристики (учасники, місце, час, результати тощо), а не інші тощо; 6) How? / Як? (спосіб) – завдяки чому, в

який спосіб, яким шляхом можна досягти необхідного результату.

Завдання: скористайтеся методикою у групі та індивідуально, щоб з'ясувати зміст словосполучення «успішна країна».

3.3. Практичні вправи

23) СЛОВОТВОРЕННЯ – вигадайте нове слово чи словосполучення, якого не існує, опишіть його за різними параметрами, ознаками та характеристиками.

24) ФАНТАСТИЧНА ГІПОТЕЗА / «ЩО БУЛО БИ, ЯКБИ...» – задайте в Google пошук фрази: «What if...» / «А что, если ...» / «А що, якщо» / «Що було би, якби» і використайте запропоноване вам закінчення для написання короткого тематичного тексту.

25) ВІДТОРГНЕННЯ – назвіть 5 речей, понять, явищ, процесів чи осіб, які викликають у вас відторгнення, неприязнь, несприйняття. Уважно перегляньте список і спробуйте пояснити, чому або що саме викликає у вас незгоду, відразу.

26) ПЕРЕМИКАЧ СВІДОМОСТІ – уявіть себе іншою особою («на чужому місці», «у чужій шкурі», «у чужих чоботях») і спробуйте діяти і поводитися так, як нехарактерно для вас у звичному житті.

27) ЗОЛОТА ДЕСЯТКА – назвіть 10 людей, якими ви захоплюєтеся і/або поважаєте (обґрунтуйте чому), та 10 предметів, явищ, процесів, які викликають у вас наснагу, захват (обґрунтуйте чому).

28) «А Я НЕ ЗНАВ / ЗНАЛА!» – назвіть людей, факти, явища, про які ви дізналися нещодавно, зазначте джерела інформації.

29) СПІЛЬНІСТЬ – у трьох навмання взятих словах (зверніться до колег або скористайтесь генератором випадкових слів) відшукайте якнайбільше спільних рис, схожих характеристик, споріднених ознак тощо.

30) ЗАЙВИЙ – із трьох навмання взятих слів (зверніться до колег або скористайтесь генератором випадкових слів) вилучіть зайве слово і обґрунтуйте свій вибір.

31) МОЖЛИВО–НЕМОЖЛИВО – оберіть випадкове слово і запишіть у два стовпчики: що «можливо» і «неможливо» зробити з обраним об'єктом. Уважно перечитайте обидва стовпчики і вигадайте способи перетворення пунктів «неможливо» на «можливо».

32) РУЙНУВАННЯ БЛОКІВ – погляньте довкола (або скористайтесь генератором випадкових слів), оберіть один простий предмет (явище, дію) і назвіть усі можливі способи його застосування, незалежно від того, що це і як саме предмет зазвичай використовується. Наприклад, цегла може бути ніжкою для тумби, якорем для човна, будівельним матеріалом, баластом, шліфувальним блоком, порошком для фарбування (подрібнена), крейдою, лінійкою, стоп-сигналом, резервуаром для рідини (просякнута рідиною), грілкою (нагріта), пресом для листа, пресапа'є, табуретом, мішенню, дитячою іграшкою, еталоном ваги, еталоном відстані, еталоном визначення насиченості кольору, пристроєм для трамбування, печаткою (візерунок при збільшенні), маятниковою гирею, язичком дзвоника.

33) КРЕАТИВНІСТЬ У БУДЕННОМУ – подумайте, як можна удосконалити звичайні, буденні речі довкола, до яких ви

звикли і якими користуєтеся щодня: туалетний папір, тарілку, горнятко, олівець, одяг.

3.4. Розвиваємо креативне мислення

Коли виникає щось нове, оригінальне, творче, корисне, свіже то з високою ймовірністю слід вважати, що організація розвивається, а її менеджмент приймає вірні стратегічні рішення. Для напрацювання таких рішень задіяна ціла команда професіоналів, що перебираючи масиви статистичної, імперичної, звітної та аналітичної інформації приходять до консолідованих управлінських рішень. У цьому процесі все відбувається не завжди швидко та успішно. Бувають періоди коли щастить і думки виникають швидко, пропозиції колег є раціональними та у результаті цього рішення знаходяться оперативно. Проте, є і ситуації тупикові в яких треба застосовувати креативний підхід до вирішення поставлених задач, що дає змогу використовувати інструментарій нетиповий до усталених правил та норм – мислити по іншому. Отже, головним завданням управлінської освіти сьогодення є пошук дієвих підходів до формування таких креативних здібностей мислення, їх виявлення, розвитку та підтримки.

У теоретичній базі сучасної психології креативності можна знайти низку підходів до розуміння та розвитку креативності.

За підходом Дж. Гілфорда [27] виділяється два основних типи мислення людини:

- **конвергентне** – пошук єдиного розв’язку проблеми за вже засвоєними лінійними алгоритмами;

- **дивергентне** – мислення одразу у багатьох напрямках, варіювання шляхів вирішення проблеми (див. рис. 3.1).

У випадку коли відбувається пошуковий процес різних підходів до пояснення того чи іншого явища, присутні сумніви дослідника у правильності запропонованих шляхів розв’язку

поставленої задачі, наявна аргументація, що ґрунтується на випадковості, такий тип мислення Е. де Боно називає «латеральним мисленням», тобто боковим.



Рис. 3.1. Види мислення [27].

Стосовно розуміння креативності Т. Любарт розробив узагальнене, університетське визначення даного поняття: «Креативність – це здатність створювати продукт, який має новизну і водночас відповідає контексту, в якому він перебуває» [43].

Для розвитку власної індивідуальної творчості наведемо корисні прийоми, що поділяються на лінійні, або ж раціональні, та інтуїтивні, або ж ірраціональні.

Розрив шаблону. В основному люди схильні мислити звичними способами, але далі представимо певні прийоми, які дадуть змогу змінити мислення людини запропонувавши йому інший шлях. Такі прийоми реалізуються у:

- **доповненні** – які можливо елементи ще додати?
- **видаленні** – які елементи можуть бути зайвими?
- **заміні** – які елементи можуть бути замінені?
- **інверсії** – що може бути протилежним до окремих елементів та всієї ситуації загалом?

– **гіперболізації** – що може статись, якщо певні елементи будуть посилені? А якщо може статись коли вони будуть послаблені?

– **зміні порядку** – як можливо здійснити зміну порядку розташування елементів? [27].

Наприклад, оглядаючи робочий кабінет, особа бачить об'єкти такі як, стіл, стілець, комп'ютер. Що ще особа може додати? Можливо картину, кулер із водою. Особа може позбутися стільця, щоб працювати стоячи. В іншому випадку стілець можна замінити на більш комфортний, так зменшиться навантаження на хребет. А якщо сидіти на столі, поставивши комп'ютер на стілець? – Звісно, це вже буде прикладом інверсії. А якщо стілець стане більшим, ніж стіл? – Гіперболізація. Зараз стілець розташований ближче до вікна, а стіл далі – що як поміняти їх місцями? [27]. Цей приклад показує незвичний спосіб мислення.

Більш творче сприйняття будь-якої ситуації, об'єкта чи проблеми дає можливість застосовувати прийоми розриву шаблону.

Відслідковування звичного способу мислення є також одним, з дуже важливих прийомів. Коли особа про щось думає, одразу варто її запитати, чи саме так вона зазвичай мислить. Якщо вона відповість «так», одразу треба рекомендувати їй змінити напрям мислення на інший. Наприклад, особа йшовши вулицею побачила дерево. Її думки: «Яке гарне, зелене. Чи саме так я зазвичай мислю? Так! Змінюю напрям мислення. А ще на цьому дереві багато фруктів. І з нього можна багато що побачити» [27].

Аналогія. Одним з ефективних прийомів організації креативного мислення є прийом аналогії. Для аналізу і креативного розв'язку проблеми особа може взяти віддалену аналогію та застосувати її у мислинневому процесі. Результатом можуть бути свіжі думки, що стануть корисними у вирішенні проблеми. Наприклад, особа порівнює компанію зі свічкою. У

цій аналогії має виникнути багато міркувань, щодо того як «запалити» компанію для більшої мотивації працівників? Як зробити так, щоб компанія (свічка) довго горіла? Які конкуренти (протики) заважають?

Загалом прийоми аналогії можуть бути доволі продуктивними у стимулюванні креативного мислення творчих осіб.

Розтягування-стиснення завдання. Креативне мислення вирішує задачі, які часто не під силу розв'язати традиційно. Продуктивний розв'язок досягається коли завдання набуває нового забарвлення не притаманного об'єкту мислення. Це проявляється в більш широкому розумінні, або навпаки у сфокусованому розгляді. При таких умовах запускається процес креативного мислення без шаблонів та рамок, результатом чого виникають загальні рішення, що широко характеризують механізм дій. Але така інформація обов'язково стане дороговказом на необхідний ключ, що відкриє таємницю розв'язку.

Доволі простий приклад. Відніміть від шести три та отримайте чотири (див. рис. 3.2).



Рис. 3.2. Квадрант [27].

Треба розширювати рамки мислення і змінювати формулювання у процесі усвідомлення та вирішення завдання.

Спробуйте розширити завдання: «Як можна отримати чотири? Як має виглядати четвірка? Яким буває четвірка?». Це розтягування завдання. Якщо ви зробите так, то побачите, що сірники можуть утворити римське чотири. Тоді залишиться лише прибрати сірники згори, праворуч та знизу. Так, віднявши три, ви отримаєте чотири [27].

Заперечення вихідних даних. Спробуйте сформулювати певну проблему та всі відомості, вихідні данні, які є. Після цього послідовно заперечуйте кожну відомість та слідкуйте, чи виникає рішення.

У завданні треба поєднати точки трьома лініями (див. рис. 3.3).



Рис. 3.3. Квадрант 2 [27].

Перед тим, як визначити оптимальний шлях поєднання представлених на рисунку точок трьома лініями можна додатково для себе встановити умову обов'язковості використання центру точок та умову того, що вихід лінії за межі квадранту не допускається. Підхід у кожного є різний, у тому числі початку розбудови логіки вирішення завдання. Але, якщо врахувати те, що ці обмеження ніхто не встановлював, то означені вимоги ніхто і не може заперечити. З огляду на це, завдання можна вирішити у такий спосіб (див. рис. 3.4).

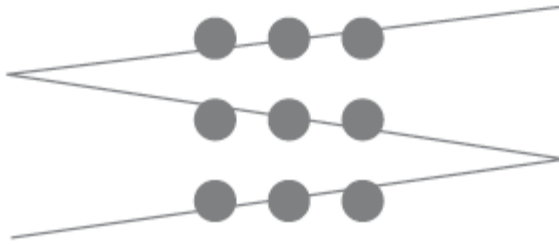


Рис. 3.4. Фігура [27].

Аналіз ознак. Цей прийом креативного мислення застосовується у процесі зміни характерних ознак, що характеризують певну проблему. В такому разі проблема проглядається ширше, а варіанти інструментарію її вирішення будуть різноманітнішими.

Схема мислення. У креативному підході до мислення необхідно формувати групи думок у процесі вирішення поставленого завдання. Мається на увазі фіксацію всіх думок і вражень без виключення та побудову між ними зв'язків. Обов'язковою умовою є ігнорування слів та фраз, що не стосуються предмету мислення. Необхідно встановлювати зв'язки навіть між незалежними елементами думок, але які є сутнісними.

Підприємці, коли малюють схему мислення завжди згадують про аналіз. Як правило, у низки людей аналіз асоціюється із психоаналізом, а психоаналіз, у свою чергу, – із З. Фройдом. Отже, підприємці вирішили виготовляти подушки з портретом З. Фрейда.

Запитання. Необхідно ставити до своєї проблеми запитання за моделлю SCAMPER:

S = Substitute? – Замінити?

C = Combine? – Комбінувати?

A = Adapt? – Адаптувати?

M = Modify? = Magnify? – Модифікувати? = Збільшити?

P = Put to other uses? – Запропонувати інше застосування?

E = Eliminate or minify? – Усунути або зменшити?

R = Revers? = Rearrange? – Замінити на протилежне? =
Реорганізувати? [27].

Чудо-запитання. Креативне мислення є інструментом вивільнення чудових запитань, що потребують творчих відповідей. Уявіть, що у процесі сну, проблема особи дивним чином вирішилася сама. Особа прокинулася і побачила, що проблеми вже не існує, все вирішилося. Що змінилося? За якими ознаками особа має помітити зміни?

У креативному мисленні також широко застосовуються ірраціональні прийоми творчості.

Схопитися за соломинку. Такий прийом є необхідним, коли вже немає надії на вирішення проблеми, чи виникла ситуація коли група осіб вирішує поставлене завдання і зовсім не розуміється на сфері предмету мислення та не є фахівцями. В такому випадку, на допомогу приходять рядок із пісні, вірша або навіть сюжету художнього твору, що може бути причетний до предмету мислення. Це допомагає у налаштуванні думок на суть проблеми, а також в обговоренні цих думок з іншими учасниками групи креативного мислення некомпетентними у цьому питанні. Нова конфігурація думок формується у процесі промовляння їх в голос через творчі здобутки у цій сфері. Навіть частим прийомом є відкриття профільної книги на випадковій сторінці і зачитування також випадково обраного абзацу в голос. Дійсно, містики може і не відбутись у сенсі того, що читаюча особа побачить у цьому абзаці ключ до вирішення, але сама концентрація на профільній інформації у літературному джерелі, може спричинити новий поштовх до мисленні під іншим кутом.

Інкубація. Напевне, всі пам'ятають історію про те, що періодична система хімічних елементів просто наснилася Д. І. Менделєєву, в результаті вона і отримала просту назву «таблиця Менделєєва». А відкриття формули бензолу? Кільце з

атомів вуглецю та водню у вигляді змійки також наснилося А. Кекуле. Хоча сам він розповідав історію про мавп, які зчепилися лапами, коли їх везли в клітці, і ці тварини також наштотхнули вченого на ідею про кільцеву структуру [27].

Людське мислення є самоорганізованим явищем, що самотужки продовжує роботу постійно у випадку якщо перед ним була поставлена конкретна задача. Особа може навіть не відчувати того, що його мозок потужно працює над пошуком раціонального вирішення проблеми.

Для того, щоб завантажити у мозок корисну інформацію, що допоможе у вирішенні складної проблеми необхідно:

- зібрати про завдання якомога більше інформації, почути думки авторитетних експертів, по максимуму зосередитись цьому завданні на певний час, думаючи тільки про нього і ні про що інше;

- зробити на певний час паузу у концентрації на завданні та зайнятися чимось іншим, наприклад відпочинком. У такому разі розв'язок на поставлене питання прийде згодом, вже тоді, коли особа не очікує;

- якщо, не відбувся автоматичний приток ідеї то необхідно повернутись до поставленого завдання, із самого початку уважно вивчити всю наявну інформацію, проаналізувати критично факти, спробувати застосувати максимальну концентрацію на елементах проблеми та логічно розв'язати його.

Медитація. Творити можна тільки у спокійному стані натхнення та гармонії. Саме тоді на світ народжуються шедеври. Концентрація у процесі релаксації вивільняє творчу особу від занепокоєння і стресу та дуже допомагає на шляху до досягнення креативного результату.

Максимальну концентрацію можна досягати фокусуванням на предметі, що стосується завдання та здійсненням уважного його розгляду. У цьому процесі треба зберігати спокій роблячи глибокі вдихи і спокійні видихи. Предметом споглядання є зовнішні та внутрішні об'єкти.

Континуум усвідомлення дає змогу віддатись потоку своїх відчуттів: зорових, слухових, тілесних.

Наприклад: «Тут і зараз особа помічає свою тривогу через звіт, який потрібно робити, особа бачить коричневий стіл, особа чує, як її колеги стукають по клавіатурі, і це нагадує їй стрекотіння коників». Особа має спостерігати за тим, що відбувається прямо зараз, і усвідомлювати це [27].

Діалог із самим собою. Використовуючи цей прийом треба сісти навпроти себе перед дзеркалом, та задати собі питання: «Як вважаєш, яким є рішення?». Потім, сконцентрувати зір на образ у здеркалі і озвучити самому собі спонтанну думку, що прийшла на цей момент.

Інша роль. Особа має уявити себе іншою людиною, тією яка, має більш креативний потенціал або точно знає відповідь на важливе для особи запитання. Необхідно вжитися у роль та пограти її тривалий час рухаючись як вона, розмовляючи як вона та одягаючись як вона. Особа має спробувати прожити ці емоції, а вже потім розв'язувати завдання.

Креативно мислить в іншому місці. У науковому світі кажуть, що всі найбільші відкриття визначаються правилом «три b» – їх здійснили або в автобусі, або у ліжку, або у ванні. «Три b», тому що англійською: **bus** – автобус, **bed** – ліжка, **bath** – ванна [27].

Необхідно знати, де Архімед кричав «Еврика!»? Тоді він перебував у незвичному місці і у нього в цей момент народилась оригінальна ідея.

3.5. Креативні бонуси

7 ЧУДЕС КРЕАТИВНОСТІ – несерйозні способи розвитку креативності:

- 1) Танцюй – уяви ідею у вигляді танцю і спробуй відтворити її у русі;
- 2) Грай на музичному інструменті, співай або просто вигукуй – висловлюйся за допомогою звуку;
- 3) Мрій і візуалізуй бажане – сформулюй мрію, зроби власний постер чи карту бажань, зобрази те, чого прагнеш;
- 4) Малюй, ліпи – використовуй колір і форму, щоб передати ідеї, думки;
- 5) Грай у дитячі та дорослі, спокійні та рухливі, «живі» та онлайн ігри, щоб позбутися бар'єрів, обмежень та отримати нові можливості, якості;
- 6) Ходи в гості – там ти можеш попросити про допомогу в пошуку ідей чи звернутися за порадою стосовно вирішення твого питання, задачі;
- 7) Залишайся дитиною, будь зацікавленим і допитливим, відкритим новому.

РОЗДІЛ 4

ПОРАДИ КРЕАТИВНИМ ОСОБИСТОСТЯМ

Коротко про креативність:

- комбінуй, поєднуй непеєднуване;
- абстрагуйся;
- аналізуй, будь логічним;
- знаходь зв'язки, асоціації та аналогії;
- шукай метафори;
- будь допитливим, став запитання, дізнавайся;
- надихайся і надихай;
- імпровізуй;
- застосовуй творчі обмеження;
- запитуй інших (дітей і тих, з ким не згодний);
- помиляйся, роби висновки, виправляйся, змінюйся;
- веди щоденник, формуй списки, роби нотатки, плануй;
- «відкрій» банк ідей та ділися ними;
- експериментуй, моделюй, синтезуй;
- складай вірші, казки, тексти;
- медитуй, танцюй, читай («живі» книги і журнали), співай, говори, малюй (пиши), ліпи, слухай музику, майструй, споглядай, знайди хобі;
- спи (висипайся), відпочивай, радій життю, байдикуй;
- навчайся (упродовж усього життя);
- знайди однодумців, співпрацюй;
- аргументуй, обстоюй свої думки та ідеї;
- створюй власні методи;
- шукай шаблони та руйнуй їх;
- знайди «свій темп»;

- вигайдай власний герб (прапор, гімн);
- загадай (або згадай) свою мрію;
- сформулюй власну життєву місію;
- запам'ятай,

ТИ – ЦЕ І Є КРЕАТИВНІСТЬ!!!



СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. **Абдула А.** Відкрите суспільство, критичне мислення та раціональність // Вісник Львів. ун-ту. Серія : Філософсько-політологічні студії. 2018. Вип. 18. С. 13–20. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlu_fps_2018_18_3.

2. **Аргунова М. В.** Личностноориентированные подходы на примере технологии «Чтение и письмо для развития критического мышления»: методика и опыт // География в школе : теоретический и науч.-метод. журнал. Москва, 2009. № 5. С. 42–43.

3. **Архіпова Є. О., Ковалевська О. В.** Критичне мислення як необхідна складова розумової діяльності людини в межах сучасного інформаційного суспільства // Гуманітарний часопис. 2012. № 2. С. 34–38. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc_2012_2_7.

4. **Бараненкова Н. А., Шевченко Ю. В.** Розвиток критичного мислення на заняттях з іноземної мови за професійним спрямуванням засобами методу проектів // Вісник Луганськ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка : зб. наук. праць / Луганськ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; редкол. : Курило В. С., Савченко С. В., Бур'ян М. С. та ін. Старобільськ, 2018. № 2 (316), квітень. Філологічні науки. С. 246–254.

5. **Бахвалова А.** Від стереотипів до критичного мислення // Країна знань : науково-популярний журнал для юнацтва / ГО «Науково-освітня спілка «Майбутнє» ; науково-консультативна рада : А. Г. Загородній, А. Г. Наумовець, М. З. Згуровський, Л. В. Губерський та ін. Київ, 2017. № 9/10 (127). С. 46–49.

6. **Бевз В., Годованюк Т.** Технологія розвитку критичного мислення у методичній підготовці майбутніх учителів математики // Зб. наук. праць Уманського держ. пед. ун-ту / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини ;

редкол. : Безлюдний О. І., Совгіра С. В., Балдинюк О. Д. та ін. Умань, 2019. Вип. 1. С. 29–38.

7. **Бойченко М. І.** Інституційні засади критичного мислення: історичне становлення // Дні науки філософського факультету – 2016 : Міжнар. наук. конф. (20–21 квіт. 2016 р.) : матеріали доп. та виступів / МОН України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Філософ. ф-т ; редкол. : А. Є. Конверський (голова) та ін. Київ : Київський ун-т, 2016. Ч. 3. С. 21–23.

8. **Бондар В.** Критичне мислення в контексті внутрішньої й зовнішньої свободи людини // Вісник Ін-ту розвитку дитини. Серія : Філософія, педагогіка, психологія. 2014. Вип. 36. С. 68–75. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vird_2014_36_14.

9. **Бондар В. І.** Критичне мислення суб'єктів наукової й практичної діяльності // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 12 : Психологічні науки. 2012. Вип. 36. С. 45–51. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_012_2012_36_7.

10. **Бондар В. І., Яценко Т. С.** Критичне мислення у соціальному, науковому та освітньому пізнанні // Наукові записки НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія : Педагогічні науки. 2019. Вип. 142. С. 5–16. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzped_2019_142_3.

11. **Векслер С. І.** Розвиток критичного мислення учнів у процесі навчання. Київ, 1971. 60 с.

12. **Гвоздєв В. М.** Аудиторія ЗМІ: проблеми критичного сприймання масової інформації // Наукові записки Ін-ту журналістики : щоквартальний науковий збірник / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2010. Т. 38. С. 14–17.

13. **Генкал С.** Формування критичного мислення учнів засобами проблемного навчання на уроках біології // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : наук. журнал / МОН України, Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка ; редкол. : А. А. Сбруева, М. А. Бойченко, О. Є. Антонова та ін. Суми, 2019. № 4 (88). С. 256–267.

14. **Герасименко Л.** До проблеми розвитку критичного мислення майбутніх авіаційних фахівців // Науковий вісник

Льотної академії : зб. наук. праць / МОН України, Льотна академія НАУ ; редкол. : Плачинда Т. С., Айвазян Е. І., Барановська Л. В. та ін. Кропивницький, 2018. С. 65–71.

15. **Горохова І. В.** Використання англійської мови для формулювання філософських проблем критичного мислення // Політологічний вісник : зб. наук. праць / Політологічний центр при Київ. нац. ун-ті ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. Вип. 78. С. 58–71.

16. **Горохова І. В.** Критичне мислення як предмет філософського дослідження // Політологічний вісник : зб. наук. праць / Політологічний центр при Київ. нац. ун-ті ім. Тараса Шевченка ; за заг. ред. : Ф. М. Кирилюка, М. І. Хилька. Київ, 2015. Вип. 77. С. 56–67. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pv_2015_77_8.

17. **Гравс О.** Створення психологічного клімату під час формування в учнів критичного мислення на уроках географії : методика, практика, досвід // Географія та основи економіки в школі : наук.-метод. журнал. Київ, 2009. № 4. С. 15–17.

18. **Гравс О. І.** Технологія розвитку критичного мислення під час роботи з обдарованими учнями // Географія та економіка в рідній школі : наук.-метод. журнал. Київ, 2016. № 7/8 (173/174). С. 3–8.

19. **Гречка А.** Розвиток соціальної компетентності учнів шляхом застосування технології критичного мислення під час вивчення географії // Географія та основи економіки в школі : наук.-метод. журнал. Київ, 2011. № 10. С. 2–6.

20. **Громова Н. М.** Психологічні особливості установки на критичне мислення // Актуальні проблеми психології. 2015. Т. 10. Вип. 27. С. 79–88. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsub_2015_10_27_9.

21. **Даценко І. П., Лозовенко О. А., Мінаєв Ю. П.** Критичне і понятійне мислення: чи не є це різними назвами для вищого рівня розвитку мислення? // Зб. наук. праць Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. Івана Огієнка. Серія : Педагогічна. 2016. Вип. 22. С. 131–134. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znprp_red_2016_22_43.

22. **Дерига Е. С.** Возможности образовательной технологии критического мышления при реализации компетентностного

підхода в вузе // Філософія образования / Н.-иссл. ин-т философии образования Новосибирского гос. пед. ун-та; Ин-т философии и права СО РАН. Новосибирск, 2010. № 3 (32). С. 160–166.

23. **Десятник В. О.** Критично-правове мислення: прогрес науки // Часопис Київ. ун-ту права: український науково-теоретичний часопис / Київський ун-т права НАН України; Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України. Київ, 2015. № 4. С. 19–24.

24. **Десятов Д.** Формування навичок критичного мислення учнів в процесі використання Інтернет-ресурсів на уроках історії // Історія в школі: наук.-метод. журнал для вчителів / НПУ ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2011. № 1. С. 21–23.

25. **Димарчук Т.** Розвиток критичного мислення на уроках економіки // Географія та основи економіки в школі: наук.-метод. журнал. Київ, 2009. № 6. С. 2–3.

26. **Ємельянова Н. М.** Філософський сумнів і скептицизм: палітра оцінок // Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. С. 153.

27. **Зімовін О.** Розвиваємо креативне мислення. 2019. № 12/1. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/ot/2019/june/issue-12/1/article-45200.html>

28. **Золотар О. О.** Критичне мислення як необхідна умова безпеки людини в інформаційному суспільстві: соціально-правовий аналіз // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2018. № 1. С. 98–105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd_2018_1_12.

29. **Іванчук Г.** Розвиток критичного мислення школярів у контексті поглядів американських та українських дослідників // Гуманізація навчально-виховного процесу: наук.-метод. зб. / МОН України, Слов'янський держ. пед. ун-т. Слов'янськ, 2010. Спецвип. 5. Ч. 2. Матеріали 5-ої Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку освіти в Україні та за кордоном». С. 201–209.

30. **Каткова О. А.** Использование технологии развития критического мышления на уроках географии: методика и опыт // География в школе: теоретич. и науч.-метод. журнал. Москва, 2009. № 9. С. 38–43.

31. **Кірпиота Н.** Емпіричні й теоретичні методи навчання як засіб розвитку критичного мислення // Рідна школа : наук.-пед. журнал / МОН України. Київ, 2001. № 4. С. 71–72.

32. **Козаченко Н. П.** Критичне мислення: граничні підходи та оптимальні шляхи // Актуальні проблеми духовності : зб. наук. праць / МОН України, Держ. вищ. навч. закл. «Криворізький нац. ун-т» ; за заг. ред. Я. В. Шрамка. Кривий Ріг, 2017. Вип. 18. С. 165–178.

33. **Конверський А. Є.** Критичне мислення : підруч. для студ. навч. закл. вищої освіти усіх спец. / МОН України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 334 с.

34. **Кононова О., Юрженко А.** Формування критичного мислення у процесі підготовки студентів з використанням цифрових технологій // Інноваційний розвиток вищої освіти: глобальний, європейський та національний виміри змін : матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (16–17 квіт. 2019 р.) : присвяч. 95-тій річниці Сум. держ. пед. ун-ту ім. А. С. Макаренка / МОН України, Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка, Департамент освіти Сум. облдержадмін. та ін. ; редкол. : А. А. Сбруєва та ін. Суми : Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2019. Т. 2. С. 57–59.

35. **Корбут О.** До питання про навчання навичок критичного мислення, необхідних для успішної кар'єри студентів технічних спеціальностей // Матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань» (27 жовт. 2017 р.) / «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань», Всеукр. наук.-практ. конф. ; МОН України, Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту ; редкол. : О. О. Романова (голова), О. В. Лященко. Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ, 2017. С. 68–70.

36. **Костирєв А.** Формування критичного мислення у студентів за допомогою застосування методів медіа-освіти у процесі вивчення суспільно-політичних дисциплін // Університет : науковий історико-філософський журнал /

Київський славістичний університет. Київ, 2011. № 5 (43). С. 76–83.

37. **Костирєв А.** Формування критичного мислення у студентів за допомогою застосування методів медіа-освіти в курсах суспільно-політичних дисциплін // Вища освіта України : теоретичний та науково-методичний часопис / МОН України, Нац. акад. пед. наук України ; Ін-т вищ. освіти НАПН України. Київ, 2011. № 3 (42). С. 99–105.

38. **Костирєв А. Г.** Запровадження методів медіаосвіти у курсах суспільно-політичних дисциплін // Наукові записки Ін-ту журналістики : щоквартальний наук. зб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2009. Т. 36. С. 16–21.

39. **Котовська О. П.** Творчість, творець і педагог: спроба міждисциплінарного осмислення // Практична філософія : науковий журнал / БО «Центр практичної філософії» ; Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди НАНУ. Київ, 2011. № 3 (41). С. 115–120.

40. **Кошетар У. П.** Філософський аналіз сутнісних рис радикальної (критичної) педагогіки // Вісник НАУ : зб. наук. праць / МОН України, НАУ ; голов. ред. Л. Г. Дротянко ; редкол. : В. І. Онопрієнко, А. Гжеліньский, В. В. Лях та ін. Київ, 2017. С. 85–88.

41. **Креативність** та освіта: чому це має значення? URL : http://www.gohigher.org/creativity_and_education

42. **Лукина И. Н.** Технология развития критического мышления как средство реализации профессиональной компетентности // Философия образования / Н.-иссл. ин-т философии образования Новосибирского гос. пед. ун-та ; Ин-т философии и права СО РАН. Новосибирск, 2012. № 4 (43). С. 29–34.

43. **Любарт Т., Муширу К., Торджман С., Зенасни Ф.** Психология креативности. М. : Когито-Центр, 2009. 215 с.

44. **Лякішева А., Вітюк В., Кашуб'як І.** Ретроспективний огляд поняття «критичне мислення» // Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи. 2019. Вип. 1. С. 29–37. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ ped_in_2019_1_6.

45. **Ляшенко О. І., Терещук С. І.** Критичне мислення як технологія компетентнісного навчання фізики // Соціологія: теорія, методи, маркетинг : наук.-теор. часопис / Ін-т соціології НАН України ; голов. ред. : В. Воронова ; редкол. : В. Бакіров, О. Вишняк, В. Волович та ін. Київ, 2017. № 4. С. 162–165.

46. **М'ясоїд П. А.** Наукознавчий аналіз психологічного пізнання // Психологічне пізнання : історія, логіка, психологія / голов. ред. А. С. Мнишенко. Київ : Либідь, 2016. С. 73–149.

47. **Макашова Ю.** Формування комунікативної літературної компетенції через використання технології розвитку критичного мислення учнів // Українська мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах : наук.-метод. та літ.-мист. журнал / МОН України. Київ, 2011. № 9 (108). С. 57–64.

48. **Мельник О. Г.** Емоційний інтелект і критичне мислення // Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія : Психологія і педагогіка. 2009. Вип. 12. С. 122–131. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoapp_2009_12_14.

49. **Мітіна І. В.** Критичне мислення і сьогодення // Постметодика. 2013. № 6. С. 25–31. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Postmetodyka_2013_6_9.

50. **Міщенко Т.** Технологія критичного мислення і урок літератури // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України : наук.-метод. журнал / МОН України. Київ, 2008. № 11/12. С. 27–29.

51. **Набатов С. М.** Актуальні проблеми розвитку навичок критичного мислення в науковому дискурсі // Вісник Черкас. нац. ун-ту ім. Богдана Хмельницького / МОН України, Черкас. нац. ун-т імені Богдана Хмельницького ; редкол. : Борисов В. В., Лобатко Є. О., Архипова С. П. та ін. Черкаси, 2019. С. 28–34.

52. **Навчасмо мислити критично** : посіб. для вчителів / авт.-уклад. : Пометун О. І., Сущенко І. М. Дніпропетровськ : Ліра, 2016. 143 с.

53. **Осадча О. М.** Стратегії критичного мислення // Хімія : наук.-метод. журнал / ТОВ «Видавнича група «Основа». Харків, 2016. № 15/16 (363/364). С. 39–42.

54. **Підтикан О. Ю.** Есе – один із найефективніших методів розвитку критичного мислення // II Міжнар. наук.-практ. конф. «Модернізація змісту освіти в контексті політкультурного середовища та реалізації ідей нової української школи»: (свідectво про реєстрацію УкрІНТЕІ № 449 від 13.09.2018) : матеріали конф. / «Модернізація змісту освіти в контексті політкультурного середовища та реалізації ідей нової української школи», міжнар. наук.-практ. конф. ; НАН України, Нац. акад. пед. наук України, Департамент освіти виконкому та ін. Кременчук : Щербатих О. В., 2019. С. 96–97.

55. **Пометун О. І.** Критичне мислення як педагогічний феномен // Український педагогічний журнал: фахове періодичне видання : наук. журнал / Ін-т педагогіки НАПН України ; редкол. : Топузов О. М., Головка М. В., Засекіна Т. М. та ін. Київ, 2018. № 2. С. 89–98. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrpj_2018_2_14.

56. **Починкова М. М.** Дефініція «критичне мислення» в науковому педагогічному дискурсі // Education and pedagogical sciences / Держ. заклад «Луганськ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка» ; редкол. : Курило В. С., Савченко С. В., Бутенко Л. Л. та ін. Старобільськ, 2019. № 1 (170). С. 37–48.

57. **Пугачева Т. Н.** Урок с использованием технологии критического мышления : методика и опыт // География в школе : теоретический и науч.-метод. журнал. Москва, 2007. № 7. С. 52–55.

58. **Радудік О.** Читання розвиває критичне мислення // Матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань» (27 жовт. 2017 р.) / «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань», Всеукр. наук.-практ. конф. ; МОН України, Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту ; редкол. : О. О. Романова (голова), О. В. Лященко. Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ, 2017. С. 307–310.

59. **Рогов П. Д., Ворович Б. О., Бутенко М. П.** Роль страгемного та критичного мислення щодо збереження і

розвитку інформаційного суверенітету держави // Зб. наук. праць Центру воєнно-стратегічних досліджень Нац. ун-ту оборони України ім. Івана Черняхівського / Центр воєнно-стратегічних досліджень Нац. ун-ту оборони України ім. Івана Черняхівського. Київ, 2016. № 1 (56). С. 111–118.

60. **Савельєв В. Л., Льїн В. В.** Критичне мислення як умова продуктивної освіти // Європейські педагогічні студії / Асоціація ректорів пед. університетів Європи ; редкол. : В. П. Андрущенко, А. Гайжугіс, Й. Гінек та ін. Київ, 2015. Вип. 5–6. С. 126–135. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/epc_2015_5-6_14.

61. **Сальник І., Томашевська Г.** Розвиток критичного мислення учнів у процесі вивчення сучасних питань фізики // Наукові записки Центральноукраїнського держ. пед. ун-ту ім. В. Винниченка : зб. наук. праць / Центральноукраїнський держ. пед. ун-т ім. В. Винниченка ; МОН України ; редкол. : Величко С. П., Вовкотруб В. П., Гайдарова М. та ін. Кропивницький, 2017. С. 129–136.

62. **Ситницький М. В.** Стратегічне управління розвитком дослідницьких університетів : монографія. Київ, Вид-во Ліра-К, 2018. 302 с.

63. **Скоморовська Н.** Використання технології критичного мислення на уроках української літератури // Українська мова і література в школі : наук.-метод. журнал / Ін-т педагогіки АПН України. Київ, 2012. № 4 (98). С. 28–31.

64. **Соломенко А. О.** Методична система розвитку критичного мислення студентів у процесі вивчення теоретичної фізики // Наукові записки Бердянськ. держ. пед. ун-ту : зб. наук. праць / Бердянськ. держ. пед. ун-т ; МОН України ; редкол. : Богданов І. Т., Баханов К. О., Глазкова І. Я. та ін. Бердянськ, 2017. С. 227–234.

65. **Сулім А. А.** Особливості формування критичного мислення як результату медіакритики та медіаосвіти // Наукові записки Ін-ту журналістики : щоквартальний наук. зб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. Київ, 2013. Т. 53. С. 348–353.

66. **Сусь Б. А., Сусь Б. Б.** Формування фахової компетентності майбутніх вчителів шляхом розвитку їх

критичного мислення // 36. наук. праць студентів та магістрантів Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. Івана Огієнка : наук. видання / МОН України, Кам'янець-Подільський нац. ун-т ім. Івана Огієнка. Кам'янець-Подільський, 2014. С. 55–57.

67. **Твердовська О. В.** Критичне мислення як чинник розвитку обдарованості людини в сучасних соціокультурних трансформаціях // Освіта та розвиток обдарованої особистості. 2014. № 7. С. 19–22. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Otros_2014_7_4.

68. **Твердовська О. В.** Методологічні засади формування критичного мислення особистості в освітньому процесі // Дні науки філософського факультету – 2015 : Міжнар. наук. конф. 21–22 квіт. 2015 р. : матеріали доп. та виступів / МОН України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Філософ. ф-т ; редкол. : А. Є. Конверський (голова) та ін. Київ : Київський ун-т, 2015. Ч. 6. С. 102–104.

69. **Твердохліб О. В., Чернікова Н. В., Молчанюк О. В., Пальчик О. А.** Критичне мислення як ефективний інструмент конструктивного освітнього середовища // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2017. Вип. 55. С. 333–340. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2017_55_47.

70. **Терно С.** Навчання критичного мислення – ознака середньовічної відсталості? // Історія в сучасній школі : наук.-метод. журнал / МОН України ; Держ. інформаційно-виробниче підприємство вид-во «Педагогічна преса». Київ, 2013. № 6 (142), червень. С. 25–31.

71. **Терно С.** Природовідповідне навчання історії на основі розвитку критичного мислення // Історія в сучасній школі : наук.-метод. журнал / М-во освіти і науки, молоді та спорту України ; Держ. інформ.-виробниче вид-во «Педагогічна преса». Київ, 2012. № 3 (127). С. 38–42.

72. **Терно С.** Чому важливо розвивати критичне мислення учнів? // Історія в школах України : науково-методичний журнал / МОН України ; Держ. інформаційно-виробниче вид-во «Педагогічна преса». Київ, 2011. № 10 (122). С. 30–34.

73. **Терно С. О.** Критичне мислення – середньовічна відсталість? // Наукові праці історичного ф-ту Запорізького нац. ун-ту. 2013. Вип. 37. С. 301–306. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu_2013_37_65.

74. **Терно С. О.** Критичне мислення: динаміка та сфера застосування // Наукові праці історичного ф-ту Запорізького нац. ун-ту. 2016. Вип. 46. С. 310–315. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu_2016_46_58.

75. **Терно С. О.** Критичне мислення: стратегії та процедури // Наукові праці історичного ф-ту Запорізького нац. ун-ту. 2015. Вип. 44 (2). С. 227–230. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu_2015_44\(2\)_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu_2015_44(2)_45).

76. **Терно С. О.** Методика розвитку критичного мислення школярів у процесі навчання історії. Харків : Основа, 2012. 96 с.

77. **Тунік І. Ю.** Психологічне сприяння розвитку критичного мислення в освітньому процесі у вищих навчальних закладах // Наукові праці МАУП / Міжрегіональна академія управління персоналом (МАУП). Київ, 2013. Вип. 1 (36) – 2 (37). Психологічні науки. С. 58–64.

78. **Тягло А. В.** Критическое мышление на основе элементарной логики : учеб. пособ. / МОН України ; Центр усовершенствования соц. образования. Харьков : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2001. 210 с.

79. **Тягло О. В.** Критичне мислення – сучасна освітня інновація // Вісник Харків. нац. ун-ту внутрішніх справ. 2002. Спец. вип. С. 29–35. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnivs_2002_Spets.

80. **Тягло О. В.** Критичне мислення як освітня інновація // Вісник Харків. нац. ун-ту внутрішніх справ. 1997. № 2. С. 229–232. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnivs_1997_2_41.

81. **Тягло О. В.** Критичне мислення : навч. посіб. для студентів вищ. навч. закладів. Харків : Основа, 2008. 189 с.

82. **Ущановська Г. В.** Індуктивний характер критичного мислення // Філософія і політологія в контексті сучасної культури. 2012. Вип. 4 (2). С. 93–98. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/filipol_2012_4\(2\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/filipol_2012_4(2)_20).

83. **Ущатовська Г. В.** Критичне мислення в процесі прийняття рішення // Дні науки філософського факультету – 2008 : Міжнар. наук. конф. (16–17 квіт. 2008 р.) : матеріали доп. та виступів / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський ун-т, 2008. Ч. 7. С. 39–40.

84. **Ущатовська Г. В.** Критичне мислення як метод навчання // Дні науки філософського факультету – 2010 : Міжнар. наук. конф. (21–22 квіт. 2010 р.) : матеріали доп. та виступів / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський ун-т, 2010. Ч. 4. С. 46–48.

85. **Ущатовська Г. В.** Критичне мислення як стратегія мислення // Проблеми викладання логіки та дисциплін логічного циклу : V міжнар. наук.-практ. конф. (3–4 трав. 2012 р.) : матеріали доп. та виступів / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; редкол. : А. Є. Конверський та ін. Київ : Київський ун-т, 2012. С. 182–184.

86. **Ущатовська Г. В.** Критичне мислення: історія та сучасний стан розвитку : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.06 / МОН України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2014. 16 с.

87. **Ущатовська Г. В.** Критичне мислення: історія та сучасний стан розвитку : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.06 / МОН України, Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2014. 185 с.

88. **Ущатовська Г. В.** Критичний раціоналізм як передумова критичного мислення // Дні науки філософського факультету – 2010 : Міжнар. наук. конф. (21–22 квіт. 2010 р.) : матеріали доп. та виступів / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський ун-т, 2010. Ч. 4. С. 46–48.

89. **Ущатовська Г. В.** Проблема неформальної оцінки аргументації // Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. С. 64–67.

90. **Ущатовська Г. В.** Проблема формального підходу в концепції критичного мислення // Дні науки філософського факультету – 2011 : Міжнар. наук. конф. (21–22 квіт. 2011 р.) : матеріали доп. та виступів / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський ун-т, 2011. Ч. 10. С. 80–81.

91. **Ущатовська Г. В.** Проблеми ідентифікації концепції критичного мислення // Філософія і політологія в контексті сучасної культури : наук. журнал / М-во освіти і науки, молоді та спорту України ; Дніпропетр. нац. ун-т ім. О. Гончара. Дніпропетровськ, 2013. Вип. 5. С. 72–76. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/filipol_2013_5_21.

92. **Ущатовська Г. В.** Проблеми ідентифікації концепції критичного мислення // Гуманітарні студії : зб. наук. праць / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. Вип. 20. С. 203–210. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gums_2013_20_27.

93. **Ущатовська Г. В.** Творче та критичне мислення: їхній взаємозв'язок // Людина. Світ. Суспільство (до 175-річчя філософського факультету) : матеріали доп. та виступів / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський ун-т, 2009. Ч. 4. С. 43–45.

94. **Філософський** енциклопедичний словник / за загальною редакцією В. І. Шинкарука. К.: Інститут філософії НАНУ, 2002. 742 с.

95. **Ходаковська О.** Впровадження методів критичного мислення на заняттях з іноземної мови // Матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конференції «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань» (27 жовт. 2017 р.) / «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань», Всеукр. наук.-практ. конф. ; МОН України, Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту ; редкол. : О. О. Романова (голова), О. В. Лященко. Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ, 2017. С. 355–367.

96. **Царлова І.** Урок літератури і формування критичного мислення // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України : наук.-метод. журнал / МОН України. Київ, 2008. № 10. С. 16–18.

97. **Цьома Н.** Сутність і структура критичного мислення // Гуманізація навчально-виховного процесу : зб. наук. праць / МОН України ; Держ. вищ. навч. закл. «Донбас. держ. пед. ун-

т» ; редкол. : Саяпина С. А. (голов. ред.), Сипченко В. І., Панасенко Е. А. та ін. Харків, 2019. № 4 (96). С. 207–221.

98. **Чорнобай О. Л.** Мистецтво суперечки, або еристика: предмет та історія. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Юридичні науки. 2015. № 827. С. 210–220.

99. **Шабі С.** Застосування інноваційних технологій для розвитку критичного мислення студентів на заняттях української мови // *Матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань»* (27 жовт. 2017 р.) / «Поєднання інноваційних і традиційних технологій навчання української та іноземних мов як чинник забезпечення дієвості знань», Всеукр. наук.-практ. конф. ; МОН України, Харків. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту ; редкол. : О. О. Романова (голова), О. В. Лященко. Харків : РВВ ХТЕІ КНТЕУ, 2017. С. 174–177.

100. **Шимон Ю.** Розвиток критичного мислення на уроках правознавства // *Історія та правознавство : наук.-метод. журнал / ТОВ «Видавнича група «Основа» ; голов. ред. Н. Харківська.* Харків, 2018. № 9 (505). С. 8–16.

101. **Bondazhevskia, L.** Logic and critical thinking: formation of professional competencies // *The days of science of the faculty of philosophy – 2019 : intern. sci. conf. (April 23–24, 2019) / Min. of education a. science of Ukraine, Taras Shevchenko nat. univ. of Kyiv ; ed. Board : A. Konverskyi et al. Kyiv : Київський ун-т, 2019. P. 74.*

102. **Budak, V., Oleksiuk, O.** Patriotic education of students in teaching psychological and pedagogical discipline (on example of critical thinking technology) // *Неперервна професійна освіта: теорія і практика : науково-методичний журнал / Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка ; Благодійний фонд ім. Антона Макаренка ; голов. ред. С. Сисоева. Київ, 2019. Вип. 2 (59). С. 41–45.*

103. **Chairunnisa, C.** The implementation of group investigation model (gim) to enhance students' critical thinking skill in educational program evaluation class // *Advanced education / МОН України, Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т», Ф-Т*

лінгвістики ; голов. ред. : Н. Г. Іщенко ; редкол. : Л. І. Тараненко, М. А. Петерз, А. А. Калита та ін. Київ, 2016. Вип. 6. Р. 22–27.

104. **Eliopoulos, P.** Philosophical studies as a precondition for an education of humanism and critical thinking in the university // Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія : Філософія. 2017. Вип. 20. С. 121–131. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoafs_2017_20_25.

105. **Herasymenko, L. S., Muravska, S. M.** A case study: a tool for developing critical thinking skills of management students // Науковий вісник Льотної академії. Серія : Педагогічні науки. 2019. Вип. 5. С. 86–89. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/sbfasps_2019_5_14.

106. **Herasymenko, L., Muravska, S.** Results of measuring critical thinking skills of first year student pilots // Науковий вісник Льотної академії : зб. наук. праць / МОН України, Льотна академія НАУ ; редкол. : Плачинда Т. С., Москаленко О. І., Урсол О. В. та ін. Кропивницький, 2019. С. 42–46.

107. **Hitchcock, D.** *Critical Thinking*. The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2020 Edition), Edward N. Zalta (ed.). URL : <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/critical-thinking/>

108. **Ilichuk, L.** Developing critical thinking of students in the process of learning // Гірська школа Українських Карпат. 2018. № 18. С. 95–102. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/gasuk_2018_18_21.

109. **Kashubiak, I. O.** Critical Thinking as Philosophical and Psychological Category // International journal of education and science. 2019. Vol. 2, № 2. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/intjeds_2019_2_2_35.

110. **Korshuk, T. L.** Developing students critical thinking through introducing video materials into educational process // Advanced education. 2014. Вип. 2. С. 58–65. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/novocv_2014_2_10.

111. **Kurniasari, W., Purwanta, E.** The effect of problem based learning model on creative thinking of students the impact of cooperative integrated reading and composition (circ) model on students' learning activity // Неперервна професійна освіта: теорія

і практика. 2019. Вип. 4. С. 52–56. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/NPO_2019_4_11.

112. **Shovkova, O.** Better learning through metacognitive monitoring: developing students' critical thinking // Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія». Серія : Психологія. 2019. Вип. 9. С. 57–65. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoapp_2019_9_12.

113. **Shurter, R. L., Pierce, J. R.** Critical thinking: its expression in argument. New York a.o., 1966. 356 p.

114. **Sitnicki, M.** Determining the Priorities of the Development of EU Research Universities Based on the Analysis of Rating Indicators of World-Class Universities. *Baltic Journal of European Studies*. 2018. Vol. 8. № 1(24). Pp. 76–100. DOI: <https://doi.org/10.1515/bjes-2018-0006>

115. **Терлова, М. В.** Critical thinking approach to forming productive skills for ielts // Англїстика та американїстика. 2017. Вип. 14. С. 89–94. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/antame_2017_14_18.

ДОДАТКИ



Креативні учасники конкурсу ідей Big Idea Challenge 2020



Тренери Національного центру розвитку креативного підприємництва



Лекція «Інклюзивне лідерство» британського професора Рібекі Страчан



Лекція «Як виглядатиме зайнятість у 2030 році» британського професора Альфредо Москардіні

Навчальне видання

**М. В. Ситницький, О. І. Жилінська, С. В. Руденко,
І. М. Горбась, В. І. Вялкова**

КРЕАТИВНЕ МИСЛЕННЯ

CREATIVE THINKING

Керівник видавничого проєкту *В. І. Зарицький*
Комп'ютерний дизайн *О. П. Щербина*

Підписано до друку 17.11.2020. Формат 60x84 1/16.

Ум. друк. арк. 5,81. Обл.-вид. арк. 3,79.

Тираж 200 прим.

Видавець і виготовлювач: ТОВ «Видавництво «Ліра-К»»,

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3981 від 15.02.2011.

03142, м. Київ, вул. В. Стуса, 22/1.

тел./факс (044) 247-93-37; (050) 462-95-48

Сайт: lira-k.com.ua, редакція: zv_lira@ukr.net



Ситницький Максим Васильович – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності Київського національного університету імені Тараса Шевченка, автор та науковий керівник міжнародного проєкту «Національний центр розвитку креативного підприємництва (NCCE)».



Жилінська Оксана Іванівна – доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи, професор кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Заслужений діяч науки і техніки України.



Руденко Сергій Валерійович – доктор філософських наук, професор, заступник декана філософського факультету, професор кафедри української філософії і культури Київського національного університету імені Тараса Шевченка.



Горбась Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту інноваційної та інвестиційної діяльності Київського національного університету імені Тараса Шевченка.



Вялкова Віра Іванівна – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри кібербезпеки та захисту інформації Київського національного університету імені Тараса Шевченка.