

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ ЗДОБУВАЧІВ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В КОНТЕКСТІ АДАПТАЦІЇ КРЕАТИВНИХ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ

MARKETING RESEARCH OF THE LEVEL OF DEVELOPMENT OF CREATIVE THINKING OF STUDENTS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE CONTEXT OF ADAPTATION OF CREATIVE TEACHING METHODS

В статті визначено зміст поняття креативність, окреслено актуальність впровадження креативних методів навчання в освітній процес вищих навчальних закладів в сучасних умовах, з орієнтацією на отримання високого рівня професійного розвитку здобувачів. Проведено маркетингове дослідження здобувачів вищих навчальних закладів Закарпаття у формі опитування з метою вивчення їх рівня та особливостей розвитку творчого мислення (креативності) за допомогою опитувальника креативності. Ідентифіковано прояви творчих здібностей, доступних зовнішньому спостереженню за допомогою контрольного списку характеристик творчого мислення і поведінки Джонсона. В ході дослідження виявлено ряд факторів особистісного характеру, що заважають розвитку креативності респондентів. Проведено оцінку здібностей мислення здобувачів за допомогою методики заснованої на дослідженнях Торенса та Гілфорда. Визначено відношення респондентів до параметрів навчання, характеристики змісту яких дозволяють визначити якому типу навчання вони віддають перевагу – традиційному чи креативному. За результатами проведеного дослідження представлено розподіл відповідей респондентів та запропоновано підходи до розвитку та активізації творчих здібностей респондентів через впровадження тих чи інших креативних методів навчання та їх прийомів у розрізі досліджуваних завдань. Запропоновано до адаптації метод «мозкового штурму» в якості активізації творчої думки здобувачів, зниження їх критичності та самокритичності, впровадження методу евристичних запитань у навчання, метою якого є стимулювання та активізація самостійної пізнавальної творчої діяльності здобувачів під час розв'язання творчих завдань. Визначено актуальність впровадження методу інсценування та методу «ділові ігри» спрямовані на удосконалення практичних навичок, вмінь, на створення умов для активного обміну досвідом. Підкреслено необхідність врахування здібностей та можливостей здобувачів в освітньому процесі та впровадження на основі цього методів та прийомів навчання, що максимально сприяють розвитку особистості та вирішують поставлені на заняттях завдання.

Ключові слова: креативність, методи навчання, опитування, творчі здібності,

метод «мозкового штурму», евристичні методи, імітаційні ігрові методи.

The article defines the content of the concept of creativity, outlines the relevance of the introduction of creative teaching methods into the educational process of higher educational institutions in modern conditions, with an orientation to obtaining a high level of professional development of students. A marketing survey of students of higher education institutions of Transcarpathia was conducted in the form of a survey in order to study their level and features of the development of creative thinking (creativity) using a creativity questionnaire. Manifestations of creative abilities accessible to external observation using Johnson's checklist of characteristics of creative thinking and behavior are identified. In the course of the research, a number of personal factors were identified that hinder the development of respondents' creativity. The thinking abilities of the applicants were evaluated using the methodology based on the research of Torrens and Guilford. The attitude of the respondents to the training parameters, the characteristics of the content of which allow to determine which type of training they prefer – traditional or creative. Based on the results of the research, the distribution of the respondents' answers is presented and approaches to the development and activation of the respondents' creative abilities are proposed through the implementation of certain creative teaching methods and their techniques in the context of the researched tasks. The method of «brainstorming» is proposed for adaptation as an activation of the creative thinking of students, reducing their criticality and self-criticism, the introduction of the method of heuristic questions in training, the purpose of which is to stimulate and activate the independent cognitive creative activity of students when solving creative tasks. The relevance of the introduction of the staging method and the «business games» method aimed at improving practical skills and abilities and creating conditions for active exchange of experience was determined. It is emphasized the need to take into account the abilities and capabilities of the students in the educational process and implement, based on this, methods and techniques of learning that maximally contribute to the development of the personality and solve the tasks set in the lessons.

Key words: creativity, teaching methods, surveys, creative abilities, «brainstorming» method, heuristic methods, simulation game methods.

УДК 658.8-047.37:37.015.31-026.15(045)
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/71.1.19>

Гаврилець О.В.,
канд. екон. наук,
доцент кафедри обліку і оподаткування
та маркетингу
Мукачівського державного університету

Дочинець Н.М.,
канд. екон. наук,
доцент кафедри сучасних
інформаційних технологій
та веб-дизайну
Закарпатської академії мистецтв

Феєр О.В.,
канд. екон. наук,
доцент кафедри менеджменту,
управління економічними процесами
та туризму
Мукачівського державного університету

Бокша Н.І.,
докт. філософії,
ст. викладач кафедри інженерії,
технології та професійної освіти
Мукачівського державного університету

Постановка та обґрунтування актуальності проблеми. Глобальні зміни соціально-економічного, екологічного, воєнного та технологічного умов життєдіяльності суспільства сприяють появі нових, інноваційних технологій навчання у вищій школі, вимагають професійної мобільності, високої

компетентності, низки особистісних якостей майбутніх фахівців, а метою освітнього процесу стає формування цілісного, висококваліфікованого, конкурентоспроможного фахівця. Оскільки швидкоплинність тенденцій сьогодення не піддається сумніву а жорстка конкуренція в різних сферах

господарювання не знижує обертів, на перший план серед затребуваних якостей та конкурентних здібностей фахівців на ринку праці виступає здатність особистості приймати не стандартні, інноваційні рішення. У практичній діяльності така здібність називається креативністю, яка підсилює природні здібності людини, допомагає творити і створювати нове, сприяє високій продуктивності праці та забезпечує тривалий успіх в зайнятій сфері. Не дивно, що креативність сьогодні виходить на перший план у життєвому просторі молодого покоління, адже характерні якості креативності перебувають на перших позиціях у резюме осіб, котрі прагнуть працевлаштуватися. В зв'язку з цим, формування висококваліфікованого, креативного фахівця стає завданням номер один на всіх рівнях освітнього процесу, як на рівні початкової школи так і в рамках вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблемам креативності навчального процесу, особливостям методів що складають основу такого процесу та їх практичній адаптації у освітній процес приділено увагу значної кількості як вітчизняних так і закордонних науковців. Зокрема, питанням теоретико-прикладних засад креативних методів навчання присвячено праці Д. Симпсона [1], Ф. Баррона та Д. Харрінгтона [2], М. Джонсона [4], Елліс Пол Торренса і Джой Пол Гілфорда [6]. Серед вітчизняних науковців питання креативності навчального процесу знаходять своє відображення у працях Ю. Абрамової [6], В. В. Павленко [7], Г. Ф. Пономарьова, Л. О. Петриченко, І. В. Полякової, А. А. Харківської [8], Т. М. Іщенко та Д. В. Кузьменко [9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Система освіти в Україні має вимоги системного рівня щодо кваліфікації та підготовки вчителів та фахівців стосовно розвитку креативності учнів, але не має їх щодо оцінювання креативності здобувачів. Дослідження з проблем оцінки креативності здобувачів дозволить на практиці визначити проблеми та фактори, що визначають особливості впровадження креативних методів навчання, їх адаптацію на різних рівнях освітньої діяльності.

Мета статті – визначення та обґрунтування напрямів підготовки креативного фахівця на практиці, виходячи з сучасних досягнень передових досліджень та з використанням технологій навчання, що належать до сучасних здобутків теоретичних напрацювань та викликів сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вперше термін креативність, як вважається, було вжито психологом Д. Симпсоном у 1922 р., який визначив, що «креативність» – це «здатність людини відмовитись від стереотипних способів мислення» [1]. За Ф. Баррон та Д. Харрінгтоном, креативність – це здатність адаптивно реагувати

на необхідність у нових продуктах та нових підходах [2]. При цьому, креативність проявляється не тільки через творчість, новаторство, але представляє собою конструктивний тип мислення, результатом реалізації якого є досягнення ефекту корисності, а нестандартний підхід до вирішення проблем, в рамках такого типу мислення, дозволяє приймати новаторські, несподівані рішення. Такий тип мислення є прийнятним в будь-якій сфері професійної діяльності. Так, у бізнесі креативні навички допомагають в адаптації інноваційних управлінських технологій до кон'юнктурних змін на ринку. У сфері послуг креативність відрізняє сучасного професіонала здатністю до вибору нових підходів у спілкуванні з людьми, навиками розробки та представлення послуги у якості продукту, потреба в якому на ринку досі не задоволена. Поряд з цим, чи не найзатребуванішими креативні навички або творчі здібності є у сфері педагогіки. Адже це та сфера діяльності, яка не тільки створює продукт – освітній продукт, але і готує кадри для різних сфер зайнятості, на всіх рівнях освітньої діяльності. Креативна викладацька діяльність може мотивувати дітей до навчання, а у після освіти, креативність входить до переліку навичок, які роботодавці цінують найвище. Реалізація такої діяльності можлива за допомогою використання креативних технологій навчання, впровадження передового зарубіжного досвіду викладання та через розробку та впровадження власних освітніх продуктів, що носять характер інноваційних, творчо зорієнтованих, що відповідають сучасним вимогам сьогодення.

За підсумками звіту міжнародних експертів PISA-2022, перекладений в Українському центрі оцінювання якості освіти й присвячений розвитку креативного мислення школярів, в Україні немає умов для оцінювання креативності учнів та існує ряд проблем, які перешкоджають роботі над креативним мисленням учнів [3]. У цілому, розвиток креативних здібностей учнів закладений у кваліфікації вчителя у менш ніж в 70% країн, а оцінювання учнівської креативності відбувається лише в 44% випадків в початковій школі та в 40% – в середній [4].

Тож, сучасна освіта вимагає формування у здобувачів навички креативності, яка полягає у здатності до розв'язання будь-якої навчальної задачі творчо, вмінні діяти оригінально, у необхідності використання здобутих знань в нестандартних ситуаціях за допомогою активної, вмотивованої позиції. Освітній процес повинен враховувати здібності та можливості учнів, та, спираючись на них, максимально сприяти розвитку особистості. Звідси, розробка технології навчання залежить від ряду факторів: пріоритетності цілей освіти; специфіки змісту навчання (навчального матеріалу); складу студентів (вік, рівень підготовленості,

фізичний стан, кількість учнів); рівня розвитку технічної оснащеності навчального процесу.

Однак, на нашу думку, реалізація креативних технологій у навчальному процесі повинна базуватися, окрім іншого, на аналізі контингенту навчальної групи щодо рівня розвитку творчих здібностей та рівня творчих якостей у тих, що навчаються, у визначенні зони найближчого розвитку творчих якостей кожного здобувача, оцінці характеристик навчальної діяльності, якій надає перевагу здобувач.

З цією метою у квітні 2024 року було проведено маркетингове дослідження серед здобувачів економічних та не економічних спеціальностей закладів вищої освіти Закарпаття у кількості 25 осіб. Вибірка була сформована із здобувачів спеціальності «Професійна освіта. Економіка» (Мукачівський державний університет) – 8 респондентів, «Графічний дизайн» – 9 респондентів та спеціальності «Живопис» – 8 респондентів (Закарпатська академія мистецтв). Дослідження проводилося у формі особистого опитування, за допомогою анкетування. В основі анкети представлені запитання відкритого та закритого типу, формулювання яких було виконано відповідно до цілей дослідження та відповіді на які були покликані вирішити наступні завдання:

- вивчення рівня розвитку творчого мислення (креативності) за допомогою опитувальника креативності Джонсона, який складається з восьми пунктів, а саме, контрольного списку характеристик творчого мислення й поведінки, розроблений спеціально для ідентифікації проявів творчих здібностей, доступних зовнішньому спостереження [5];

- виявлення факторів особистісного характеру, що заважають розвитку креативності респондентів;

- оцінка здібностей мислення здобувачів за допомогою методики заснованої на дослідженнях Елліс Пол Торренса і Джой Пол Гілфорда [6];

- аналіз відношення респондентів до параметрів навчання, характеристики змісту яких дозволяють визначити якому типу навчання вони віддають перевагу – традиційному чи креативному.

По кожному з представлених завдань дослідження було отримано наступні результати. Так, вивчаючи рівень розвитку творчого мислення за допомогою опитувальника Джонсона, респондентам було запропоновано оцінити вісім тверджень за п'яти розрядною шкалою, а вибір того чи іншого розряду демонстрував частоту використання опитуваним у своїй навчальній діяльності характеристик творчого, креативного мислення. Позитивним є той факт, що більша частина опитаних характеризується високим та нормальним (середнім) рівнями креативності, 36% та 32% відповідно (рис. 1). В ході самооцінки рівня креативності опитувані здобувачі найчастіше схильні проявляти уяву,



Рис. 1. Розподіл респондентів за рівнем творчих здібностей, %*

*розроблено автором за результатами дослідження

почуття гумору й розвивати гіпотетичні можливості (56,0% респондентів), а 20% опитаних роблять це постійно.

Враховуючи той факт, що почуття гумору є особистісним корелятом високо креативних особистостей, домінування даного фактору в самооцінці респондентів є позитивною ознакою. Однак, найрідше здобувачі схильні демонструвати поведінку, що є несподіваною, оригінальною, але корисною для рішення проблеми (28% із числа опитаних).

Щодо розподілу відповідей в рамках самооцінки креативності в межах окремих спеціальностей, то цікавим є результат, за яким високий рівень креативності демонструє спеціальність «Живопис» (62,5%), а найнижчий показник самооцінки притаманний якраз не економічній спеціальності а ближчій до творчості, в її традиційному розумінні – спеціальності «графічний дизайн» (22,2% відповідно), (рис. 2).

Однак ця спеціальність є найчастіше представленою в категорії «дуже високий рівень творчих здібностей», на відміну від двох інших спеціальностей (22,2% відповідно).

Вивчаючи роль та рівень впливу різних факторів на розвиток креативності здобувачів вищих навчальних закладів, виявилось, що ліміт часу та невпевненість у собі є бар'єрами, що в більшій кількості випадків заважають респондентам розвивати свою креативність (20,31% та 18,75% відповідно), (рис. 3).

Однак ця спеціальність є найчастіше представленою в категорії «дуже високий рівень творчих здібностей», на відміну від двох інших спеціальностей (22,2% відповідно).

Вивчаючи роль та рівень впливу різних факторів на розвиток креативності здобувачів вищих навчальних закладів, виявилось, що ліміт часу та невпевненість у собі є бар'єрами, що в більшій кількості випадків заважають респондентам розвивати свою креативність (20,31% та 18,75% відповідно), (рис. 3).

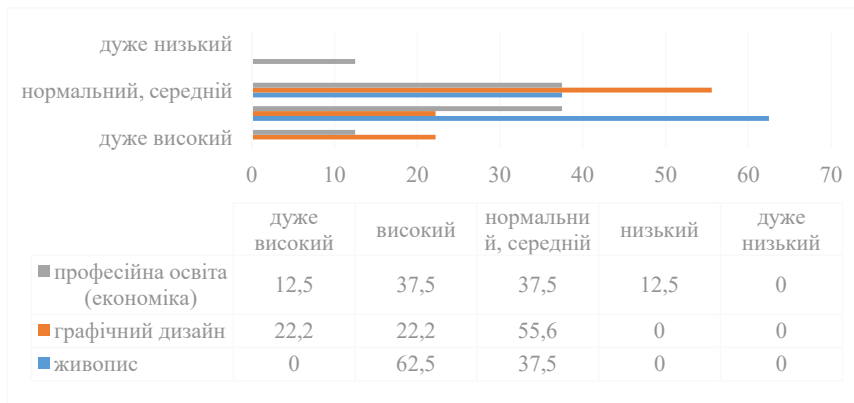


Рис. 2. Розподіл респондентів за рівнем творчих здібностей в межах спеціальностей, що здобуваються, в %*

*розроблено автором за результатами дослідження

Так звані «бар'єри у розвитку креативності» описує ряд авторів, зокрема, К. Шмідт вказує на наявність когнітивних, емоційних та мотиваційних бар'єрів у розвитку креативності, серед яких надмірний конформізм, страх перед осудом, відсутність відкритості для нового змісту тощо [7, с. 24]. Саме конформізм як реакція на потребу у схваленні, за результатами проведеного дослідження, здобувачі виділили в трійку факторів, що заважають зростанню креативності особистості (12,5%) поряд із фактором «невпевненість у собі» (18,75%) та фактором «висока тривожність як особистісна риса» (15,62% відповідно).

Звичайно, деякі з таких факторів тісно пов'язані і з особистими характеристиками здобувача, однак доцільно створювати сприятливі умови для активізації процесів креативного зростання, зокрема, за допомогою відповідної організації навчального

процесу. Наприклад, усвідомити бар'єри креативності, такі як обмеження в часі, ситуаційний фактор, стрес-фактор, що якраз є актуальними в рамках даного дослідження, здобувачам можуть допомогти методи креативного навчання. Одним з таких методів навчання, що є спрямованим на активізацію творчої думки здобувача завдяки використанню засобів, що знижують критичність та самокритичність особистості є метод «мозкового штурму». За результатами дослідження саме неупевненість у собі та висока тривожність як особистісна риса є одними з домінуючих факторів, що заважають розвитку креативності респондентів. Застосування методу «мозкового штурму» в навчальному процесі дозволить знизити критичність та самокритичність особистості, завдяки чому зростатиме її впевненість у собі, запобігатиме витісненню креативних ідей у підсвідомість

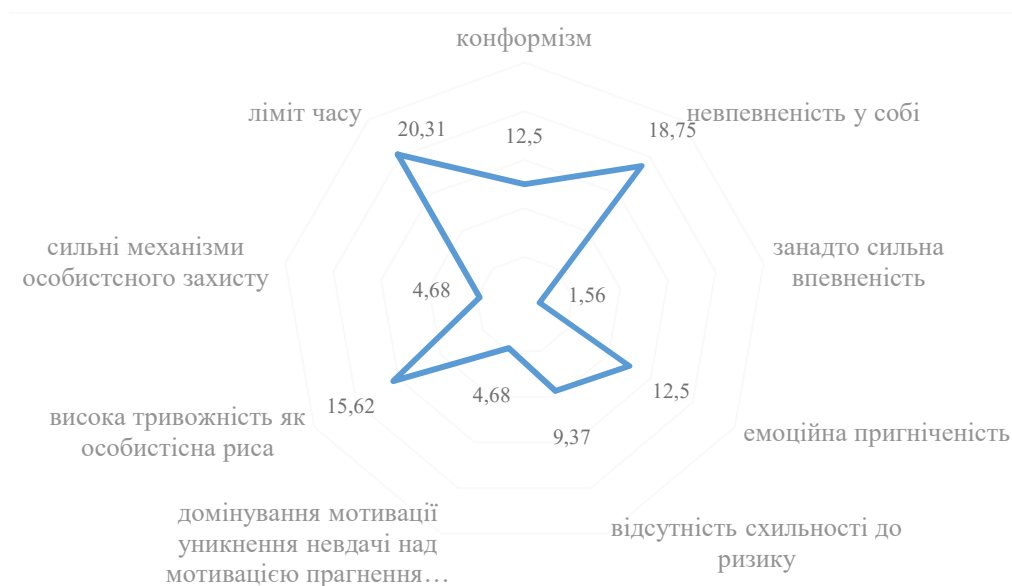


Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів щодо впливу факторів на розвиток власної креативності, %*

*розроблено автором за результатами дослідження

як небезпечних, та, що важливо, сприятиме появі почуття психологічної захищеності здобувача.

Цікавим є той факт, що респондентам пропонувалося до виконання завдання, результати якого тільки підтвердили раніше отримані оцінки щодо високого рівня наявних бар'єрів у розвитку креативності. Зокрема, в опитувальному листі респонденти розглядали десять зображень та формулювали свою версію назви до них. За методикою Торренса та Гілфорда чим більшою є кількість та оригінальність сформульованих назв до кожного зображення, тим вищою є креативність особистості. Однак, лише 8% респондентів змогли сформулювати більше як один-два варіанти відповідей, що засвідчує низьку оцінку здібностей мислення здобувачів. Щодо оригінальності назв зображень, то 47,7% здобувачів спеціальності «Живопис» змогли сформулювати назви, які відрізнялися від очевидних (рис. 4).

Найменш креативними за даним завданням виявилися студенти економічної спеціальності (13,75%), що не викликає особливого здивування, адже в лідерах креативності очікувано розмістилися дві інші творчі спеціальності.

В даному випадку, основою продуктивного навчання може виступати метод «Якби...», спрямований на розвиток здатності здобувача уявляти, краще розуміти реальність завдяки виконанню завдань типу зображення того, що відбувається та складання опису про те, що відбудеться, якщо пройдуть деякі зміни. Також на розвиток уяви, образного мислення, фантазії, доцільно практикувати та адаптувати до навчальної програми педагога вправи як то вправа на пошук якомога більшої кількості назв, версій, інтерпретацій зображенню, яке важко розпізнати відразу, або ж вправа на доповнення малюнку таким чином, щоб отримане зображення стало пізнаваним.

На сьогодні, в арсеналі креативних методів навчання є достатня кількість та різноманітність вправ, підходів та методів, що спрямовані на активізацію творчого мислення здобувачів, на розвиток його креативних здібностей, самореалізацію. Як свідчать актуальні дослідження особистісно розвивального навчання, ознаками розвитку креативних здібностей здобувачів, зокрема майбутніх педагогів, є такі як: повноправність викладача

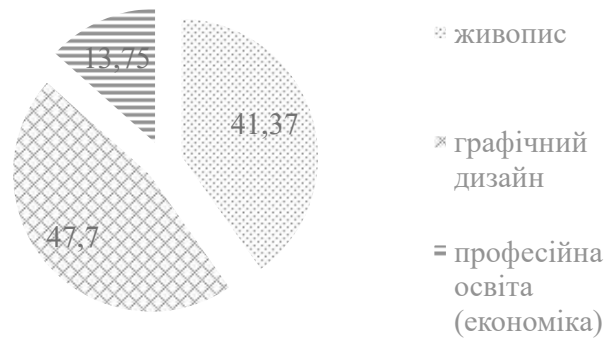


Рис. 4. Розподіл респондентів за рівнем оригінальності при формулюванні назви зображень, у %*

*розроблено автором за результатами дослідження

і здобувача в процесі навчання, особистісний підхід як системоутворюючий чинник освітнього процесу, в якому саморозвиток та самореалізація є провідними мотивами [8, с. 65]. Згідно цьому твердженню є доцільним виявити відношення здобувачів, що є об'єктами даного дослідження, до характеристик деяких параметрів навчання як то процес пізнання, функції педагога, тип мислення та інші. Кожен з таких параметрів можна було оцінити за двома характеристиками, одна з яких ототожнює вибір на користь традиційного підходу до навчання, інша – креативного (таблиця 1).

З метою дотримання об'єктивності в ході збору даних, респондентам не зазначалося яка саме характеристика притаманна тому чи іншому виду навчання. В результаті, найприйнятнішою характеристикою в креативному підході до навчання для респондентів стала взаємодія та супровід педагога, як його основна функція в процесі навчання, на противагу функції впливу, що притаманна традиційному типу навчання (рис. 5).

Як видно з рисунку 5, креативний тип навчання домінує у відповідях і щодо типу вживаної інформації, а саме, альтернативній, самостійно виявленій інформації надають перевагу респонденти в ході навчання (52%). В інших параметрах оцінювання домінує традиційний тип навчання, що демонструє необхідність у поєднанні таких типів навчання у освітньому процесі та впровадженні креативних технологій навчання з акцентом на ті

Таблиця 1

Характеристики параметрів навчання

Параметр	Характеристики	
Мотивація	– набуття знань	– самореалізація
Характер вживаної інформації	– не суперечлива, пропонується у готовому вигляді	– альтернативна, самостійне виявлення ідей
Процес пізнання	– опанування стандартів	– перетворення, відкриття
Тип мислення	– логічне	– творче
Функції педагога	– вплив	– взаємодія, супровід

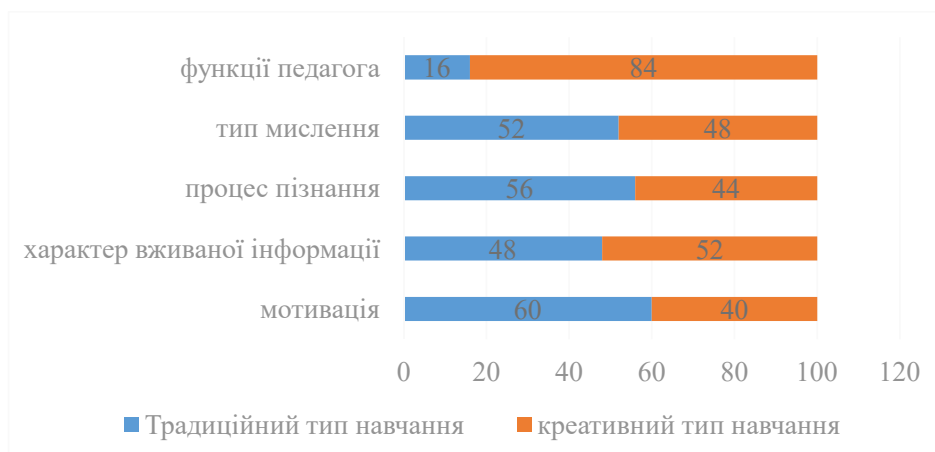


Рис. 5. Розподіл відповідей респондентів за відношенням до характеристик навчального процесу з позиції креативності, у %*

*розроблено автором за результатами власного дослідження

характеристики, де виявлена найбільша потреба в них.

Результати проведеного дослідження підтверджують той факт, що кожен учасник навчальної групи відрізняється своєрідним стилем навчання, а це, в свою чергу, вимагає використання індивідуального підходу до кожного стилю та особи зокрема, а, отже, збільшенню потенціалу групи у цілому.

Так, сприянню мотивації навчання здобувачів до самореалізації, а не лише набуття знань допомагає відчуття його самостійності в процесі пошуку знань, відчуття свободи вибору та успішності. Оскільки головним джерелом навчальної мотивації є сприйняття себе активним суб'єктом навчального процесу, від якого в першу чергу залежить результат, окрім методу «мозкової атаки» доцільним є впровадження у навчальний процес імітаційних ігрових методів. Ці методи допомагають закріпленню й поглибленню знань, отриманих під час лекцій, семінарів, практичних занять тощо. Зокрема, метод інсценування та метод «ділові ігри» спрямовані на удосконалення практичних навичок, вмінь та вміле їх застосування, на створення умов для активного обміну досвідом. Іншими словами, ігрові методи забезпечують такі результати у навчанні здобувачів, які не можуть компенсувати інші методи (наприклад словесні методи, практичні заняття тощо), але не замінюють їх.

Що стосується особливостей процесу пізнання, що притаманні респондентам даного дослідження, то результати дозволяють висунути наступне твердження про те, що креативність виступає інструментом для пізнання (що підтвердило 44% опитаних). Адже саме креативність робить пізнання корисним як для дослідника, так і для суспільної спільноти. Така креативність може бути розвинута через впровадження методу евристичних

запитань у навчання, метою якого є стимулювання та активізація самостійної пізнавальної творчої діяльності здобувачів під час розв'язання творчих завдань. Даний метод буде актуальним до застосування в кожній із досліджуваних груп здобувачів ще і з тої причини, що евристичні методи спрощують процес ухвалення рішень за допомогою раціональності та досить обґрунтованих роздумів, а раціональність, логічність, як підтверджують результати опитування, є притаманною типу мислення більшій частині респондентів. Зокрема, пропонується метод «Якщо б», який формує навичку творчого бачення фантазійних ситуацій, розвиває логічне та творче мислення здобувача, в ході якого останній має можливість уявити події та вигляд запропонованої викладачем ситуації.

Представлені вище креативні методи навчання звичайно є тільки частиною розв'язуваного комплексного завдання побудови цілісної системи використовуваних продуктивних методів навчання, а приведені аргументи не спрямовані проти традиційних методів навчання, адже лекції, доповіді, читання залишаються важливим елементом у процесі навчання. Погодимось із твердженням, що кожне заняття відрізняється від інших, кожна група є особливою, різними є також її потреби, а тому, кожного разу навчальні методи слід пристосовувати до потреб групи [9].

Висновки. Таким чином, адаптація креативних методів у навчання потребує врахування необхідності надання свободи вибору студентам, що сприяє формуванню професійної готовності, допомагає оволодіти системою знань і умінь і творчо їх використовувати у професійній діяльності та самоосвіті, кваліфіковано і незалежно вирішувати професійні завдання, бачити, самостійно формулювати проблеми, вибирати способи і засоби їх вирішення, самостійно будувати і коригувати свою професійну діяльність.

Також, реалізація методів креативного навчання сприятиме розв'язку проблеми професійної готовності випускників вузів і дозволить підготувати потрібних на ринку праці молодих фахівців, здатних задати свій інноваційний темп у соціально-економічному розвитку України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Добровольська Н. В. Теоретичні основи формування креативності майбутніх менеджерів. URL: <https://ol.world-ontology.org/wp-content/uploads/2021/02/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D0%94%D0%98%D0%92%D0%9E-211975.pdf> (дата звернення 09.03.2024).
2. Кириченко Р. В. Особливості креативності розвитку майбутніх педагогів. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v10/i25/21.pdf> (дата звернення 10.03.2024).
3. В Україні немає вимог до оцінювання креативності учнів. URL: <https://osvita.ua/school/90077/> (дата звернення 26.04.2024).
4. Розвиток креативного мислення в школах: способи впровадження та основні проблеми – дослідження PISA. НУШ. URL: <https://nus.org.ua/news/rozvytok-kreatyvnoho-myslennya-v-shkolah-sposoby-vprovadzhennya-ta-osnovni-problemy-doslidzhennya-pisa/> (дата звернення 26.04.2024).
5. Методика Джонсона «Опитувальник креативності» URL: http://ni.biz.ua/18/18_4/18_40849_metodika-dzhonsona-oprosnik-kreativnosti.html (дата звернення 10.03.2024).
6. Абрамова Ю. Тест: які у вас здібності мислення – звичайні чи не стандартні. URL: <https://tsn.ua/zdorovya/korysni-statti/test-yaki-u-vas-zdibnosti-mislennya-zvichayni-chi-nestandardni-1914112.html> (дата звернення 09.03.2024).
7. Павленко В. В. Бар'єри розвитку креативності. Multidisziplinare Forschung: Perspektiven, Probleme und Muster. 9. April, 2021, Wien, Republik Österreich. – pp.21-24. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/32599/1/%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf> (дата звернення 29.03.2024).
8. Технології розвитку креативних здібностей майбутніх учителів: монографія / Г. Ф. Пономарьова, Л. О. Петриченко, І. В. Полякова, А. А. Харківська ; Комунальний заклад «Харківська гуманітарно педагогічна академія» Харківської обласної ради. Харків: Видавець О. А. Мірошніченко, 2019. – 272 с.
9. Іщенко Т. М., Кузьменко Д.В. Креативні методи навчання та їх застосування при вивченні ділової іноземної мови студентами немовних вищих навчальних закладів освіти. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/43282996.pdf> (дата звернення 29.03.2024).



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>