

Projekt: Kreativita jako prostředek kritického myšlení

E-CON GAMES - Ekonomie hrou

kreativní metody a nástroje pro rozvoj kritického myšlení ve výuce ekonomických předmětů

Oblasti: finanční gramotnost, kritické myšlení, ekonomický styl myšlení, morální základ

Partneři CZ: Slabiky.cz, Mise Hero s.r.o., Vysoká škola ekonomická v Praze

Partneři EU: WU Wirtschaftsuniversitat Wien

Přidružení partneři: Národní institut ekonomického vzdělávání

Priority: Stimulating innovative learning and teaching practices

Inclusion and diversity in all fields of education, training, youth and sports

Cílová skupina: Učitelé ekonomických předmětů na vysokých školách

Kdo benefituje z projektu: studenti ekonomických předmětů

Rozpočet projektu: 250.000,- EUR

Délka projektu: 2 roky

Výstup projektu: metodika jak aplikovat aktivity, které vyvineme společně se studenty. Velká hra na kreativitu a kritické myšlení. Doporučení pro vysokoškolské učitele, jak aplikovat zmíněné aktivity ve vzdělávání. Kreativitu budeme rozvíjet již v rámci projektu.

Zpracoval:

Prof. PhDr. Libor Pavera, CSc., VŠE v Praze

Úvod

Proč je kreativita důležitá?

V dnešním rychle se měnícím a neustále se vyvíjejícím světě je kreativita klíčovou dovedností. Nejedná se pouze o schopnost vytvářet umělecká díla; kreativita je zásadní pro řešení problémů, inovace a adaptací na nové výzvy. Je to motor pokroku ve vědě, technologii, podnikání i společenském životě. Kreativní myšlení umožňuje jednotlivcům překonávat tradiční hranice, objevovat nové možnosti a přinášet originální řešení. + **kritické myšlení**

Znaky kreativity:

Kreativita se projevuje několika způsoby:

1. **Originalita:** Schopnost myslet nekonvenčně a přinášet nové myšlenky.
2. **Flexibilita:** Adaptabilita a otevřenost vůči novým zkušenostem a perspektivám.
3. **Zvídavost:** Touha po poznání, objevování a zkoumání.
4. **Rizika a schopnost riskovat:** Ochota riskovat a zkoušet nové věci i za cenu možného selhání. (Prvek nejistoty.)
5. **Kritické myšlení:** Schopnost analyzovat a hodnotit myšlenky a informace.

Rozepsat dle CTS – význam kritického myšlení

KM vytvářejí tyto kompetence:

- ekonomický styl myšlení a finanční gramotnost
- znalost historických a politických souvislostí (historie a politologie)
- digitální kompetence
- mediální gramotnost
- KREATIVNÍ MYŠLENÍ

Význam podpory kreativity u dětí a mladých lidí:

Děti se rodí s přirozenou zvědavostí a touhou objevovat. Kreativita je pro ně přirozený stav – děti přirozeně experimentují, tvoří a zkoumají. Je naší odpovědností jako rodičů, učitelů a společnosti, abychom tuto vrozenou kreativitu nejen zachovali, ale také ji podporovali a rozvíjeli. Výchova a vzdělávací systémy by měly poskytovat prostředí, kde jsou děti povzbuzovány k tvořivému myšlení, experimentování a vyjadřování vlastních názorů.

Kreativita je základem pro osobní rozvoj a je nezbytná pro přípravu mladých lidí na budoucí kariéru a životní výzvy. V moderním světě, kde se hodnota ruční práce a rutinních dovedností snižuje, je kreativní schopnost stále cennější. Podpora kreativity od raného věku pomáhá rozvíjet dovednosti, které jsou klíčové pro úspěch v osobním i profesionálním životě.

V současném světě, kde se kreativita stává neocenitelným zdrojem inovací a řešení komplexních problémů, je stále důležitější rozumět, jak a kde může být tato kreativita potlačena. Sir Ken Robinson¹ upozorňuje, že tradiční školní systémy často kreativitu neúmyslně omezují standardizovaným kurikulem a hodnotícím systémem, který upřednostňuje konvenční znalosti před tvořivým myšlením. Nicméně, naše výzkumné úsilí nesmí zůstat omezeno pouze na školní prostředí. Je nezbytné prozkoumat i další faktory, které mohou ovlivňovat rozvoj kreativity u dětí a mladých lidí.

Další možné faktory ovlivňující kreativitu:

1. Rodinné prostředí: Rodinné hodnoty, výchova a podpora mohou významně ovlivnit rozvoj kreativity u dětí. Je důležité zjistit, jak rodinné dynamiky a očekávání formují kreativní myšlení mladých lidí.
2. Sociokulturní faktory: Kulturní normy, tradice a sociální očekávání mohou také hrát roli v podpoře nebo potlačení kreativity. Různé kultury mohou kreativitu podporovat nebo potlačovat různými způsoby. Možnost zapojení partnerů
3. Vliv médií a technologií: V dnešní digitální éře mají média a technologie obrovský vliv na myšlení a chování dětí. Je třeba zvážit, jak digitální obsah a interakce ovlivňují kreativní schopnosti.
4. Peer pressure a sociální dynamika: Vztahy s vrstevníky a sociální tlak, zejména v adolescenci, mohou významně ovlivňovat osobní a kreativní rozvoj.
5. Ekonomické a politické podmínky: Ekonomické faktory a politická situace v zemi nebo regionu mohou také ovlivňovat přístup k zdrojům, které podporují kreativní rozvoj, jako je vzdělávání, umění a volný čas.

KREATIVITA A HRA

- Hra jako základní kámen rozvoje kreativity
- KONSPIRAČNÍ TEORIE A KREATIVITA

Hlavní cíl projektu:

Cílem našeho projektu je tedy provést komplexní analýzu různých faktorů, které mohou kreativitu dětí a mladých lidí podporovat nebo potlačovat. Tento výzkum nám umožní identifikovat klíčové oblasti, kde je potřeba zasáhnout, aby se kreativita nejen udržovala, ale i rozvíjela. Chceme poskytnout doporučení pro rodiče, vzdělavatele, politiky a další zúčastněné

¹ Robinson, Ken. Do schools kill creativity? - Sir Ken Robinson. TED-Ed. Dostupné z: <https://ed.ted.com/lessons/xrDUKmjA>

strany o tom, jak nejlépe podporovat a rozvíjet kreativní myšlení od nejranějšího věku. Nezapomíná se ani na nejnovější technologie a jejich využití v praxi (VR, AI apod.).

Projekt řeší tři větší okruhy otázek:

I. Kreativita ve školství: Přístup českých základních a středních škol

Cíle:

1. Identifikace metod výuky: Zjistit, jak české školy podporují nebo potlačují kreativní myšlení u studentů.
2. Analýza kurikulárního obsahu: Posoudit, jak současný vzdělávací systém odráží potřeby kreativního myšlení.
3. Přínosy a omezení současného systému: Identifikovat klady a zápory současného přístupu k výuce kreativity.

Výstupy:

1. Výzkumná zpráva: Detailní analýza metod, kurikulárního obsahu a přínosů/omezení současného systému.
2. Článek pro odborné publikace: Shrnutí hlavních zjištění a doporučení pro zlepšení.
3. Prezentace pro vzdělávací odborníky: Sdílení výsledků s komunitou vzdělávacích profesionálů a policy makerů.

Harmonogram:

1. Příprava (1-2 měsíce): Formulace výzkumných otázek, výběr metod, příprava nástrojů pro sběr dat.
2. Sběr dat (3-4 měsíce): Provedení dotazníkových šetření, rozhovorů a pozorování v terénu.
3. Analýza dat (2-3 měsíce): Vyhodnocení získaných informací, identifikace vzorců a trendů.
4. Psaní zprávy a článku (2 měsíce): Zpracování zjištění do finální zprávy a příprava článku.
5. Prezentace a diseminace (1 měsíc): Představení výsledků a sdílení s odbornou veřejností.

Vědecká nejistota:

- Variabilita ve vzdělávacích přístupech: Různé školy mohou mít odlišné přístupy k výuce kreativity.

- Subjektivita hodnocení kreativity: Kreativita je subjektivní a její měření může být komplikované.
- Změny ve vzdělávacím systému: Aktuální reformy nebo změny v politice mohou ovlivnit výsledky.
- Odpovědi respondentů: Možná zkreslení způsobená preferencemi nebo postoji respondentů.

II. Kreativita ve vysokoškolském vzdělávání: Příprava studentů na průmysl 4.0 v České republice

Cíle:

1. Analýza vzdělávacích programů: Zkoumat, jak vysoké školy v ČR integrují kreativní myšlení a inovace do svých programů.
2. Vztah kreativity a technologické přípravy: Posoudit, jak je kreativita začleňována do technických a technologických oborů.
3. Příprava na budoucí kariéru: Zjišťovat, jak jsou studenti připravováni na kariéru v rychle se vyvíjejícím technologickém a průmyslovém sektoru.

Výstupy:

1. Komplexní výzkumná zpráva: Podrobná analýza vzdělávacích programů, metod výuky a přístupů k integraci kreativity.
2. Strategické doporučení pro vysoké školy: Navrhnout zlepšení a inovace ve výuce, aby lépe odpovídaly potřebám průmyslu 4.0.
3. Publikace a workshop pro akademickou komunitu: Sdílení výsledků a návrhů s akademickými institucemi a průmyslovými partnery.

Harmonogram:

1. Přípravná fáze (1-2 měsíce): Definování výzkumných otázek, výběr vysokých škol a metod sběru dat.
2. Sběr dat (3-4 měsíce): Provedení průzkumů, rozhovorů s akademickými pracovníky a studenty, sběr kurikulárních materiálů.
3. Analýza a interpretace dat (2-3 měsíce): Vypracování výsledků, identifikace hlavních trendů a problémových oblastí.
4. Psaní zprávy a doporučení (2 měsíce): Formulace zjištění do strukturované zprávy a vypracování doporučení.
5. Publikace a prezentace (1–2 měsíce): Prezentace výsledků a workshop pro zainteresované strany.

Vědecká nejistota:

- Různorodost vzdělávacích přístupů: Rozdílné přístupy k výuce kreativity mezi různými vysokými školami.
- Subjektivní hodnocení kreativity: Výzvy spojené s objektivním hodnocením a měřením kreativity.
- Rychlý rozvoj technologií: Neustálé změny v technologických a průmyslových trendech mohou ovlivnit relevance výsledků.
- Omezený rozsah výzkumu: Možná omezení vzhledem k rozsahu a zdrojům dostupným pro výzkum.

III. Kreativita a technologie: Vliv digitálních nástrojů na kreativní myšlení

Cíle:

1. Zkoumání vlivu digitálních technologií: Prozkoumat, jak používání digitálních technologií (např. počítače, aplikace, sociální média) ovlivňuje kreativní schopnosti.
2. Rozbor digitálních vzdělávacích nástrojů: Analyzovat, jak jsou digitální nástroje a platformy používány ve vzdělávání k podpoře kreativity.
3. Vliv na tradiční kreativní disciplíny: Posoudit, jak integrace technologie ovlivňuje tradiční formy umělecké a kreativní činnosti.

Výstupy:

1. Výzkumná studie: Detailní analýza dopadu technologií na kreativní myšlení a uměleckou tvorbu.
2. Doporučení pro vzdělávací politiku: Návrhy na začlenění technologických nástrojů do vzdělávacích programů.
3. Workshopy a semináře: Vzdělávací akce pro učitele a studenty o efektivním využití technologie pro kreativitu.

Harmonogram:

1. Přípravná fáze (1–2 měsíce): Definice výzkumných otázek, výběr metodologie, návrh průzkumů.
2. Sběr dat (3–4 měsíce): Výzkum v terénu, průzkumy, rozhovory s pedagogy a studenty.
3. Analýza dat (2–3 měsíce): Vyhodnocení získaných informací, identifikace trendů a vzorců.
4. Zpracování a publikace (2 měsíce): Psaní závěrečné zprávy a příprava publikací.

5. Edukativní aktivity (1–2 měsíce): Organizace a provedení workshopů a seminářů.

Vědecká nejistota:

- Rychlý vývoj technologií: Neustálé inovace a změny v technologickém prostředí.
- Rozmanitost uživatelské zkušenosti: Různé úrovně přístupu a dovedností v používání digitálních technologií.
- Subjektivní hodnocení kreativity: Výzva v objektivním měření vlivu technologií na kreativitu.
- Sociální a kulturní faktory: Různé sociální a kulturní normy ovlivňující používání a vnímání technologií.

Toto téma umožňuje prozkoumat, jak moderní technologie formují a mění způsoby, jakými lidé myslí a tvoří, a poskytuje důležité vhledy do současného a budoucího vzdělávání v oblasti kreativity.

Další možná témata k uvážení:

1. Porovnání vzdělávacích systémů v Česku, Polsku a na Slovensku: Zaměřte se na rozdíly v přístupu ke kreativě a inovacím v těchto třech zemích. Jak se liší kurikula, metody výuky a hodnocení kreativity? Jak tyto rozdíly ovlivňují schopnost studentů být kreativní?
2. Vliv technologie na kreativitu studentů: Jak technologie (např. internet, digitální nástroje, sociální média) ovlivňují kreativní myšlení studentů? Existuje rozdíl mezi tím, jak technologie ovlivňují kreativitu v Česku, Polsku a na Slovensku?
3. Kreativita ve vzdělávání a budoucí trh práce: Jak může být kreativita využita k přípravě studentů na výzvy a požadavky budoucího trhu práce? Jak se liší požadavky na kreativní dovednosti v různých oborech?
4. Role učitelů v rozvoji kreativity: Jaká je role učitelů v podpoře a rozvoji kreativity u studentů? Existují v tomto ohledu rozdíly mezi Českou republikou, Polskem a Slovenskem?

Pro realizaci projektu bude dobré využít kvantitativní i kvalitativní výzkumné metody, jako jsou dotazníky, rozhovory a případové studie. Pro získání užitečných dat by bylo vhodné zaměřit se na různé věkové skupiny žáků a studentů a zahrnout i pohled učitelů a vzdělávacích odborníků.