

رہیافتی منسجم بہ پرورش تفکر خلاق و انتقادی

نویسنده: رابرٹ بوسٹرام
مترجمان: مجید خیام اور
دکتر محمد آرمند

سرشناسه	بوستروم، رابرت ای، ۱۹۴۹ - م. Boostrom, Robert E
عنوان و نام پدیدآور	رهیافتی منسجم به پرورش تفکر خلاق و انتقادی/نویسنده رابرت بوستروم؛ مترجمان محمد خیام‌دار، محمد آرمند.
مشخصات نشر	تهران: مؤسسه فرهنگی مدرسه برهان (انتشارات مدرسه)، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	ص: ۳۲۷. مصور.
شابک	978-964-08-0304-2
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: Developing creative & critical thinking: an integrated approach c1992
موضوع	اندیشه و تفکر خلاق
موضوع	تفکر انتقادی
موضوع	اندیشه و تفکر
شناسه افزوده	خیام‌دار، مجید، مترجم
شناسه افزوده	آرمند، محمد، ۱۳۴۴ - ، مترجم
شناسه افزوده	سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، مؤسسه فرهنگی مدرسه برهان (انتشارات مدرسه).
رده‌بندی کنگره	۹ ۱۳۸۹ و ۸۶۳ ب / ۴۰۸ BF
رده‌بندی دی‌جی‌بی	۱۵۳/۳۵:
شماره کتابشناسی ملی	۲۲۱۲۵۲۸:



سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی
وزارت آموزش و پرورش

رهیافتی منسجم به پرورش تفکر خلاق و انتقادی

نویسنده: رابرت بوستروم
مترجمان: مجید خیام‌دار - دکتر محمد آرمند
طراح گرافیک: شاهرخ خرمنانی
چاپ اول: ۱۳۹۰
تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه
لیتوگرافی چاپ و صحافی از: شرکت چاپ بانک ملت
قیمت: ۷۰۰۰۰ ریال
حق چاپ محفوظ است
شابک ۲ - ۵۳۰۴ - ۰۸ - ۹۶۴ - ۹۷۸
ISBN 978-964-08-0304-2

نشانی: تهران، خیابان شهید قرنی، پل کریمخان زند، کوچه شهید محمود حقیقت‌طلب، شماره ۸
تلفن: ۸۸۸۰۰۳۳۴ - دورنویس (فاکس): ۸۸۹۰۳۸۰۹

خواننده محترم، با سلام و احترام؛ ضمن تشکر از شما، خواهشمند است هرگونه نظر، انتقاد و پیشنهاد خود را در مورد این کتاب یا دیگر کتاب‌های انتشارات مدرسه از طریق پاننگار (ایمیل) info@enma.ir یا از طریق صندوق پستی ۱۴۱۵۵/۱۹۴۹ اراک فرمایید. همچنین می‌توانید کتاب‌های ما را از طریق پایگاه اینترنتی www.enma.ir ثبت و سفارش دهید تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن پاسخ لازم یا کتاب مورد نظر خود را دریافت کنید.

فهرست

بخش اول فکر کردن درباره‌ی تفکر ۹

فصل ۱

اندیشیدن ۱۲

◇ آگاه شدن ۱۳ ◇ پرسش کردن ۱۵ ◇ دوباره دیدن ۱۶

◇ فرصتی برای اندیشیدن ۱۹ ◇ بازاندیشی (خلاصه) ۲۱

فصل ۲

طرز فکر درست ۲۳

◇ دانستن آن چه که نمی‌دانید ۲۳ ◇ الگویابی ۲۶ ◇ توجه کردن ۲۸

◇ با فکر بودن ۳۰ ◇ استفاده از آرای کارشناسان ۳۲ ◇ آزمودن کارشناسان ۳۴

◇ فکر باز ۳۶ ◇ بازاندیشی (خلاصه) ۳۹

فصل ۳

هدف‌دار بودن ۴۱

◇ کشف هدف ۴۲ ◇ ابزار مناسب ۴۴ ◇ انعطاف ۴۶ ◇ هدف معنایی بخشد ۴۸

◇ بازاندیشی (خلاصه) ۵۱

فصل ۴

انتخاب راهبرد ۵۳

◇ گردآوری حقایق ۵۴ ◇ دیدگاهی نو ۵۶ ◇ شیوه‌ای برای منظم کردن ۵۹

◇ بازاندیشی (خلاصه) ۶۲

فصل ۵

بهره‌گیری از حواس ۶۴

◇ خطای دید ۶۵ ◇ دیدگاه (زاویه‌ی دید) ۶۹ ◇ حس و معنا ۷۱

◇ بازاندیشی (خلاصه) ۷۴

فصل ۶

- ۷۵ به یاد داشتن
◊ یادگیری ۷۶ ◊ کشف کردن ۸۱ ◊ خاطرات ۸۴ ◊ بازاندیشی (خلاصه) ۸۶

۸۹

بخش دوم

تخیل

فصل ۷

- ۹۱ بساختن حالت‌های ممکن
◊ بازی با کلمات ۹۲ ◊ تنوع ۹۴ ◊ تغییر دادن حس همدلی ۹۸ ◊ تاریخ خیالی ۹۹
◊ بازاندیشی (خلاصه) ۱۰۱

فصل ۸

- ۱۰۳ یافتن رابطه‌ها
◊ تمثیل ۱۰۴ ◊ تلمیح و استعاره ۱۰۶ ◊ زبان روزمره ۱۰۹ ◊ شما و جهان ۱۱۱
◊ بازاندیشی (خلاصه) ۱۱۳

فصل ۹

- ۱۱۵ دیدن الگوها
◊ توالی ۱۱۶ ◊ علت و معلول ۱۱۸ ◊ داستان ۱۲۱ ◊ بازاندیشی (خلاصه) ۱۲۳

فصل ۱۰

- ۱۲۴ ساختن معنا
◊ نام‌ها ۱۲۵ ◊ وارد شدن ۱۲۸ ◊ به عبارت دیگر ۱۳۱ ◊ بازاندیشی (خلاصه) ۱۳۴

فصل ۱۱

- ۱۳۵ پیش‌بینی
◊ پیامدها ۱۳۶ ◊ احتمال پیشامد ۱۳۸ ◊ پیش‌گویی ۱۴۰ ◊ بازنگری ۱۴۲
◊ بازاندیشی (خلاصه) ۱۴۵

فصل ۱۲

- ۱۴۶ ترکیب کردن
◊ کنار هم گذاشتن تکه‌ها ۱۴۶ ◊ انتخاب‌ها ۱۴۹ ◊ پیشامدهای پیش‌بینی نشده ۱۵۲
◊ بازاندیشی (خلاصه) ۱۵۴

فصل ۱۳

طبقه‌بندی ۱۵۶

- ◊ دسته‌بندی ۱۵۷ ◊ تحلیل ۱۵۹ ◊ کدام‌ها با هم سازگارند؟ ۱۶۱
- ◊ بازاریابی (خلاصه) ۱۶۳

فصل ۱۴

شکستن عادت ۱۶۵

- ◊ روش‌ها ۱۶۶ ◊ تعریف‌ها ۱۶۹ ◊ هدف‌ها ۱۷۳ ◊ گونه‌ها ۱۷۵
- ◊ بازاریابی (خلاصه) ۱۷۹

۱۸۱

حل کردن مسئله



فصل ۱۵

تعریف مسئله ۱۸۳

- ◊ مشکل چیست؟ ۱۸۴ ◊ دست‌یابی به واقعیت‌ها ۱۸۶
- ◊ بررسی بدون پاسخ قطعی ۱۸۸ ◊ بازاریابی (خلاصه) ۱۹۱

فصل ۱۶

هدف‌گذاری ۱۹۲

- ◊ از بزرگ به کوچک ۱۹۲ ◊ گزینه‌ها ۱۹۵ ◊ تغییر هدف ۱۹۸ ◊ بازاریابی (خلاصه) ۲۰۰

فصل ۱۷

بازنمایی اطلاعات ۲۰۲

- ◊ زبانی دیگر ۲۰۳ ◊ تکه داشتن حساب ۲۰۵ ◊ مدل‌ها ۲۰۸ ◊ بازاریابی (خلاصه) ۲۱۱

فصل ۱۸

پیشرفت کردن ۲۱۳

- ◊ زاویه‌ای دیگر ۲۱۴ ◊ بازی کردن ۲۱۶ ◊ یک گام به پس ۲۲۰
- ◊ حذف کردن حالت‌های ناممکن ۲۲۲ ◊ بازاریابی (خلاصه) ۲۲۵

فصل ۱۹

گفت‌وگو درباره‌ی مسائل ۲۲۷

- ◊ کار کردن در گروه ۲۲۸ ◊ دست‌یابی به توافق ۲۳۰ ◊ گفت‌وگو با خود ۲۳۳
- ◊ بازاریابی (خلاصه) ۲۳۵

فصل ۲۰

شناختن قیاس ۲۳۶

♦ بینش ناگهانی ۲۳۷ ♦ مسائل مرتبط ۲۴۰ ♦ راه یافتن به درون مسئله ۲۴۲

♦ بازاندیشی (خلاصه) ۲۴۵

فصل ۲۱

تحقیق کردن ۲۴۷

♦ بسیار جالب ۲۴۸ ♦ مطمئن شدن ۲۵۱ ♦ کمک گرفتن ۲۵۲

♦ واقعیت‌های غیر ضروری ۲۵۵ ♦ بازاندیشی (خلاصه) ۲۵۷

۲۵۹

بخش چهارم تفکر خلاق

فصل ۲۲

خواندن لایه‌لای خطوط ۲۶۱

♦ ارزش‌های بنیادین ۲۶۱ ♦ پیش‌فرض‌های اعلام نشده ۲۶۴

♦ شناخت پیش‌داوری‌های خود ۲۶۶ ♦ معیارهای ارزش‌یابی ۲۷۰

♦ بازاندیشی (خلاصه) ۲۷۲

فصل ۲۳

استقراء ۲۷۵

♦ نتیجه‌گیری ۲۷۶ ♦ آیا متقاعد شده‌اید؟ ۲۷۸

♦ چه چیزی کم است؟ ۲۸۲ ♦ بازاندیشی (خلاصه) ۲۸۵

فصل ۲۴

قیاس ۲۸۸

♦ قیاس صوری ۲۸۹ ♦ زنجیره‌های قیاس صوری ۲۹۴ ♦ اگر... پس ... ۲۹۸

♦ بازاندیشی (خلاصه) ۳۰۱

فصل ۲۵

سخنان بی معنا ۳۰۳

♦ برداشت‌های نادرست ۳۰۴ ♦ مقدمات محذوف ۳۰۸ ♦ صادره به مطلوب ۳۱۱

♦ بازاندیشی (خلاصه) ۳۱۴

فصل ۲۶

ارزیابی ۳۱۷

♦ راهنمای پاسخ‌ها ۳۲۵

بخش اول

فکر کردن درباره‌ی تفکر



تفکر چیست؟ آیا انواع مختلفی دارد؟ آیا باید کار خاصی انجام دهیم تا بتوانیم درست فکر کنیم؟ آیا تفکر آموختنی است یا فطری؟ چرا تفکر مهم است؟ تفکر چگونه با دیدن، شنیدن و به یاد آوردن ارتباط می‌یابد؟

این‌ها بعضی از پرسش‌هایی هستند که در فعالیت‌های بخش اول کتاب مطرح کرده‌ایم. با مطالعه‌ی این کتاب پی خواهید برد که مسئله پیچیده‌تر از آن است که فکر می‌کردید. حتی شاید نظراتان درباره‌ی تفکر تا حدودی عوض شود. برای مثال وقتی که واژه‌ی تفکر را می‌شنوید چه چیزی به ذهنتان می‌رسد؟ تصویر کسی با چهره‌ی جدی که روی صندلی نشسته است؟ یا کسی در حال پاسخ دادن به پرسش‌های یک آزمون یا آبروانی در هم کشیده؟ شاید هم بگویید چیزی به ذهنتان نمی‌رسد، چون تفکر دیدنی نیست.

همه‌ی این پاسخ‌ها معقول است، زیرا واژه‌ی تفکر کاربردهای مختلف دارد. تفکر، به معنای عام، هر آن چیزی است که در ذهنتان می‌گذرد. به این معنا، شما همیشه در حال فکر کردن هستید. همواره فکری در سر دارید، حتی اگر در رؤیا فرو رفته باشید.

تفکر، به معنای خاص، آوردن چیزهایی به ذهن است که نمی‌توانید ببینید یا بشنوید. این نوع فکر کردن با فرو رفتن در رؤیا فرق دارد زیرا تلاش می‌خواهد و هدفمند است. شما تلاش می‌کنید تا رویدادها را همان‌طور که اتفاق افتاده‌اند (یا ممکن است اتفاق بیفتند) به یاد آورید. به افکار خود نظم و ترتیب می‌دهید یا در آن‌ها الگویی می‌یابید. قصه‌گویی یک نمونه از این نوع تفکر است.

تفکر، به معنای باز هم خاص‌تر، بیان عقاید بر اساس شواهد و دلایل است.