

там своей деятельности, а в худшем – мы получим высококвалифицированного мошенника и вора. Выдающийся педагог С.Т. Шацкий писал: «Научить ребенка считать очень просто. Наша методическая наука достигла в этом совершенства... Но главное заключается не в этом. Главное в том, чтобы с этим умением считать ребенок не стал... обсчитывать». (цитирование по [2, с.21]). Ни первый, ни второй вариант не соответствует целям высшего образования, поскольку по своим профессиональным характеристикам ни тот, ни другой не смогут содействовать, а станут препятствовать социальному и экономическому развитию общества и государства.

Будущее экономики государства в руках тех, кто сегодня поступает в вузы на экономические направления подготовки. Именно от них мы ждем обеспечения развития и устойчивого благополучия страны. Мы поддерживаем С. З. Гончарова и А.В. Холзакова: «пока нравственные императивы будут верховенствовать и в реальной политике, (и – добавим от себя – в экономике), и в межличностном общении, до тех пор род человеческий будет развиваться по вектору восхождения, а не нисхождения» [1, с. 126].

Список литературы

1. Гончаров, С. З. Нравственность – первооснова человеческой идентичности / С. З. Гончаров, А. В. Холзаков. Текст: непосредственный // Воспитание духовности: ценностные основы идентичности личности: материалы Всероссийской научно-практической конференции, 19–20 декабря 2007 г. Екатеринбург, 2007. С. 126–142.

2. Маленкова, Л. И. Теория и методика воспитания: учебное пособие / Л. И. Маленкова. Москва: Педагогическое общество России, 2002. 480 с. URL: http://pedlib.ru/Books/4/0160/4_0160-21.shtml. Текст: электронный.

3. Лубков, А. В. Современные проблемы педагогического образования / А.В. Лубков. Текст: непосредственный // Образование и наука. 2020. № 22 (3). С. 36-54. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2020-3-36-54>

4. Соловьев, В. С. Оправдание добра / Владимир Соловьев. Москва: Институт русской цивилизации: Алгоритм, 2012. 656 с. Текст: непосредственный.

УДК [378.025.7:745]:378.147.34

Е. В. Штифанова

E. V. Shtifanova

ФГБОУ ВО «Уральский государственный архитектурно-художественный университет», Екатеринбург

Ural State University of Architecture and Arts, Ekaterinburg

shtifanovaevgenia@gmail.com

МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ КООРДИНАТЫ МЫШЛЕНИЯ ДИЗАЙНЕРА:

ЛОГИКА ПРОБЛЕМАТИЗИРУЮЩЕГО ПОДХОДА

WORLD OUTLOOK COORDINATES OF THINKING DESIGNER:

LOGIC OF A PROBLEMATIVE APPROACH

Аннотация. В статье рассматривается метод *дизайн-мышления* (design thinking) не столько в качестве пропаганды профессионального мышления как нового способа бизнес решений и завоевания рынка, не столько как руководство к действию, сколько как эксперимент в ходе обучающих семинаров «Эффективные методы развития творческого мышления», т.е. как поиск гармоничного единства профессиональной и педагогической составляющей. С методологической точки зрения подходы *дизайн-мышления* относятся к эвристическим приемам решения проблемы в условиях неопределенности. С философской точки зрения ценность *дизайн-мышления* заключается в вероятностной модели мира, формированию которого оно способствует. Одним из ключевых мировоззренческих принципов *дизайн-мышления* является *эмпатия* как базовое свойство современной личности.

Abstract. The article considers the method of *design-thinking*. It is not so much as propaganda of professional thinking as a new way of business decisions and market conquest; not so much as a guide to action, but as an experiment during the training seminars “Effective methods of developing creative thinking”; as a search for a harmonious unity of the professional and pedagogical component. From a methodological point of view, *design-thinking* approaches relate to heuristic techniques for

solving problems under conditions of uncertainty. From a philosophical point of view, the value of *design-thinking* consists the probabilistic model of the world. One of the key philosophical principles of *design-thinking* is *empathy* as a basic property of a modern personality.

Ключевые слова: метод дизайн-мышления, визуальное мышление, эмпатия, определение, поиск идей, прототипирование, тестирование.

Keywords: method of design thinking, visual thinking, empathy, definition, brainstorming, prototyping, testing.

Образование в сфере дизайна направлено, прежде всего, на формирование личности проектанта, воспитание навыков комбинаторного мышления и умение генерировать множество творческих идей. Специфической задачей подготовки будущего дизайнера является нахождение гармоничного единства профессиональной и педагогической составляющей. Особый акцент ставится на подготовке сознания студентов к творчеству. Дизайнер создает продукт, в котором должны быть визуализированы различные смыслы, понятные и доступные каждому человеку. Дизайнер, создавая мир артефактов, работает не столько над красотой, сколько над смыслами. «Дизайн – это практическое действие, направленное на создание знакового продукта, то есть продукта, воспринимаемого пользователем прежде всего как смысловое образование» [1]. В эпоху, когда мир переполнен вещами, нахождение смыслов этих вещей становится наиболее ценным. Мышление человека в наше время меняется с вербального на визуальное: с одной стороны, вербальное мышление не справляется с доступными неограниченными массивами информации, с другой – экранно-рекламная среда создает иную реальность, вслед за которой меняется восприятие мира и способ мышления. Новые поколения всё меньше читают, предпочитая разнообразные вариации зрительных впечатлений. Визуальные механизмы начинают преобладать, так как способны перерабатывать информационные потоки не последовательно, а более целостно, «одноактно», с большей скоростью [2].

Именно способность работать над деталями, не упуская из виду целого, становится для дизайнера профессиональным способом общения с миром. Во-первых, это ключевая способность профессионалов, которая не анализирует происходящее по частям, не членит на элементы, а воспринимает его в непрерывной целостности. Во-вторых, это умение работать с непроявленными и неосознанными проблемами, а также с данными, где требуется интуитивное «схватывание», а не логическое построение, в целом это возможность соотносить творческую фантазию с реальностью. В-третьих, способность к прогнозированию. В-четвертых, способность к работе в команде [3, с. 9].

В ходе проведения семинарских занятий по теме «Эффективные методы развития творческого мышления», студенты-магистранты сами выбирали соответствующие своему профилю обучения приемы и методы. Многие обратили внимание на методiku дизайн-мышления. Основным аргументом оказалось, что методика дизайн-мышления может способствовать гуманизации дизайнерского проектирования, а также «может быть применима в самых разных ситуациях – от разработки нового продукта или сервиса до стратегии построения отношений компании со своими клиентами» [4].

Идею дизайн-мышления впервые сформулировал Герберт Саймон в 1969 году в книге «Науки об искусственном» [5]. Позднее идею развили ученые Стэнфордского университета и основали Стэнфордский институт дизайна. Один из основателей IDEO Дэвид Келли открыл в Стэнфорде отделение Design Thinking, где на дизайн-мыслителей в течение двух лет учатся самые разные специалисты. Согласно автору концепции, процесс дизайн-мышления состоит из пяти ключевых этапов: *эмпатия, определение, поиск идей, прототипирование, тестирование* [3, с. 18].

Проблемы, над которыми работает дизайнер, редко бывают его собственными, — это проблемы пользователей, поэтому, чтобы найти решение, стоит пройти через их опыт. Необходимо научиться решать проблемы, требующие изменить привычные схемы действия. Это не свободный полет фантазии и ничем не ограниченное творчество

во, а преодоление привычных способов действия в поисках более эффективных решений в постоянно меняющейся ситуации. Первый этап это *эмпатия*, или другими словами, понимание других людей. Основа эмпатии – наблюдение. Наблюдение – качественный метод исследования, берущий истоки в социальной антропологии. Наблюдение осуществляется не только за объектом дизайна и взаимодействующими с ним людьми, но и за контекстом такого взаимодействия. Правильное понимание контекста, процессов и людей, взаимодействующих с объектом дизайна, является основной краеугольной задачей, которая обеспечивает 90% правильного дизайна, правильных мыслей, фокуса, вопросов и ответов на них. Общение и взаимодействие с пользователями открывает отношения и ценности, которые иногда не очевидны даже для них самих. Студентами-магистрантами были определены методы для эмпатии. Первый метод можно озаглавить «*Что? Как? Почему?*». Он начинается с наблюдений (Что?); продолжается в понимании (Как?) следует фиксировать наблюдения, используя наречия и прилагательные; заканчивается предположениями о реальных, невымышленных, причинах. (Почему?). Второй метод – *интервью*. Ход интервью следующий: представление себя, несколько слов о проекте, расположение к себе, вопросы «почему?», вопросы о конкретных случаях или событиях, изучение эмоций, благодарность и итоги. Студентам был задан вопрос: «какие сложности были зафиксированы при интервьюировании»? Наиболее типичные ответы следующие: очень трудно отыскать расхождения – иногда то, что вам говорят, идет вразрез с тем, что собеседник делает в жизни. Непросто следить за жестами и тем, какие эмоции выражает ваш собеседник с помощью тела. Сложно предлагать ответы на вопросы, избегать закрытых вопросов. В целом все отметили, что глубокое погружение в тему может поразить как исследователя, так и исследуемого, поскольку озарения (инсайты) могут быть весьма неожиданными. Возможно и вторичное исследование (desk research), которое проводится по вторичным источникам информации, например, на основе ранее проведенного интервью и других данных, опубликованных ранее в книгах, журналах, газетах или в Интернете.

Зачем нужен этап определения? На этом этапе необходимо систематизировать информацию, которая была получена с помощью эмпатии, проанализировать полученные наблюдения и выделить ключевые проблемы пользователя. Цель определения – сформулировать вопрос, на который будет найден ответ на следующем этапе. Примерами методов этапа определения может служить масштаб для генерации идей. Масштабом можно воспользоваться, если поток идей иссяк. Следует продолжить придумывать идеи, однако изменить масштаб, в котором вы их придумываете. Что, если стоимость решения будет больше 1 миллиона? А что, если меньше 50 копеек? Что, если оно будет больше этой комнаты? А что, если меньше спичечного коробка? Что, если на процесс потребуется больше 4 часов? Что, если это можно сделать за минуту? И так далее. Второй метод: лестница «Почему и как?». Когда вы берете одну потребность и задаете вопрос «Почему?», в ответ появляется другая потребность пользователя. Когда вы задаете вопрос «Как?», в ответ вы получаете более подробную информацию о потребности пользователя. Метод помогает добраться до глубинных потребностей пользователя. Вопрос «Почему?» дает абстрактные ответы, вопрос «Как?» – конкретные ответы [4]. Постепенно создается панорама данных, а собранные факты систематизируют путём их упорядочивания, сортировки, группировки по темам, расстановки приоритетов. Проникновение в суть происходит неожиданно и интуитивно, когда проделана определенная умственная работа по анализу результатов исследований. Проблемы, которые отметили студенты при прохождении этапа определения: часто абстрактный ответ бывает полезнее конкретного, но его сложнее применить в работе.

После того, как была определена основная проблема пользователя, следует придумать и проработать решения. Этап поиска идей нужен для перехода от проблемы к ее решению. Он позволяет: отказаться от очевидных решений и начать мыслить вне шаблонов; увеличить потенциал нестандартности решения; открыть новые области для ис-

следования; создать гибкий (за счет вариативности идей) и плавный (за счет огромного количества идей) инновационный процесс. Самый распространенный метод этого этапа – мозговой штурм. Зачем нужен мозговой штурм? Это способ придумать массу идей, которые вы не смогли бы сгенерировать, просто сидя с ручкой и бумагой за столом. Цель мозгового штурма: запустить коллективные размышления в команде. Каждому участнику важно быть вовлеченным в процесс, слушать других участников и дополнять их идеи. Во время мозгового штурма активизируется часть мозга, отвечающая за придумывание, а часть, отвечающая за критическую оценку, наоборот, отключается [4].

Какие затруднения возникают после мозгового штурма? Студенты отмечают сложность в проведении отбора идеи из разных направлений. Довольно сложно отказываться от того, что уже хорошо известно и всеми используется; отбросить очевидное; рассмотреть то, что кажется сомнительным или необычным. Даже у идеи, которая кажется невероятной, может быть актуальный аспект, который привнесет что-то полезное и значимое в решение.

Задача этапа прототипирования – проверить работоспособность идей на практике. Прототипы приносят больше пользы, если участники (участники команды, пользователи и другие люди) могут взаимодействовать с ним. Когда у участников есть возможность опробовать прототип вживую, вы получаете от них качественную обратную связь об удачных и неудачных решениях и новые знания, которые помогут глубже проникнуться эмпатией к пользователю. Самый трудный – это первый шаг, который заключается в том, чтобы взять необходимые материалы и начать строить: бумага, скотч, маркеры и даже поиск готовых вещей.

Зачем нужен этап тестирования? Тестирование эффективно работает для того, чтобы улучшить прототип и решение. Тестирование показывает, как можно улучшить решение. Иногда доработка прототипа означает начать все с начала. Это еще один шанс для наблюдения и взаимодействия с вашими пользователями для того, чтобы узнать их еще лучше и обнаружить новые решения. Иногда тестирование демонстрирует ошибку не только в решении задачи, но и в обозначении проблемы. В конце тестируется готовый продукт и лучшие решения, которые были разработаны в ходе прототипирования. И хотя это финальный этап, дизайн-мышление – повторяющийся процесс: можно использовать результаты тестирования, чтобы определить и решить другие проблемы. Это можно сделать с помощью обратной связи клиентов о прототипе или рабочей версии [4].

Итогом совместной работы с магистрантами-дизайнерами является объективный анализ метода дизайн-мышления и рефлексия над собственной профессиональной деятельностью. Пришли к следующим выводам: философия дизайн-мышления тесно связана с антропологией и аксиологией, прежде всего, это выявление человеческих потребностей и ориентация на человеческие ценности, понимание того, насколько это актуально для потребителя и насколько он внутренне готов приобрести продукт, основанный на данной потребности. Поэтому одним из ключевых мировоззренческих принципов дизайн-мышления является *эмпатия* как базовое свойство современной личности. Это способность понимать и предвидеть, эмоционально реагировать и соучаствовать. В итоге – это умение взглянуть на мир глазами других людей, понять их потребности, желания, стоящие перед ними задачи. Вторая особенность дизайн-мышления – *междисциплинарность*. Этот метод позволяет вовлекать в диалог специалистов из самых разных областей: науки и технологии, дизайна и инжиниринга, искусства и гуманитарных областей – психологов, антропологов, культурологов.

С методологической точки зрения подходы дизайн-мышления относятся к эвристическим приемам решения проблемы условиях неопределенности. С философской точки зрения ценность дизайн-мышления и его все более значительное влияние на бизнес, заключается в вероятностной модели мира, формированию которого оно способствует.

Первоочередной задачей в разработке методик преподавания дизайну является исследование инновационных подходов к использованию информационно-интерактивных технологий в обучении.

Список литературы

1. *Лола, Г. Н.* Дизайн как коммуникативная практика / Г. Н. Лола. Текст: электронный // Вестник СПбГУ. 2012. Сер.15, вып. 2. URL: <https://docplayer.ru/39640997-G-n-lola-dizayn-kak-kommunikativnaya-praktika.html>.
2. *Роэм, Д.* Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов / Дэн Роэм; пер. с англ. О. Медведь. Москва: Манн, Иванов и Фербер: Эксмо, 2013. 300 с.
3. *Михеева М. М.* Методическое указание по курсу «История и методология дизайн-проектирования» / М. М. Михеева. Москва: МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2015. 104 с.
4. Руководство по дизайн-мышлению на базе bootcamp bootleg от d.school. URL: http://caramboli.ru/wpcontent/uploads/2017/09/Design_Thinking_manual_Bootleg_RUS.pdf. Текст: электронный.
5. *Саймон Г.* Науки об искусственном / Г. Саймон; пер. с англ. Э. Л. Наппельбаума. Москва: Едиториал УРСС, 2004. 144 с.

УДК 377.036:7.011.2

Т. М. Щеглова
T. M. Shcheglova

ОГАПОУ «Старооскольский техникум технологий и дизайна», Старый Оскол
The College of technologies and design in Stary Oskol
tatyana.sttd2014@yandex.ru

НАРОДНОЕ ИСКУССТВО КАК СРЕДСТВО ТВОРЧЕСКОГО САМОРАЗВИТИЯ СТУДЕНТОВ

FOLK ART AS A MEANS OF CREATIVE SELF-DEVELOPMENT OF STUDENTS

Аннотация. В статье рассматриваются возможности использования технологий народного искусства как средства творческого саморазвития студентов. Прослежена зависимость между творческим наследием народа и творческим саморазвитием в условиях среднего профессионального образования.

Abstract. The article considers the possibilities of using folk art technologies as a means of creative self-development of students. The author traces the relationship between the creative heritage of the people and creative self-development in the conditions of secondary vocational education.

Ключевые слова: народное творчество, традиции, творческое саморазвитие, культура, историческая память, личность студента.

Keywords: folk art, traditions, creative self-development, culture, historical memory, the identity of the student.

Современное общество не может видеть свою перспективу без развития и укрепления духовного потенциала, духовных и нравственных ценностей. На протяжении многих столетий духовное наследие и культурные ценности народа служили мощным источником духовности для народов России. Увлечь своих учеников, выработать у них навыки самостоятельного творческого развития, интереса к преподаваемому предмету старается каждый педагог.

Человек обладает довольно значительным творческим потенциалом. Главная цель педагога помочь ученикам захотеть раскрыть свой потенциал, научить им умело пользоваться.

Наиболее важным для будущего конструктора-технолога, дизайнера одежды является творческий взгляд на сложившиеся каноны, традиции в создании образцов одежды, дополнений к костюму и т.д., их интерпретация с позиции современности. В этом проявляется профессиональная компетентность, в которой умение осуществлять историко-культурный анализ традиционных образцов одежды является необходимой ча-