

УДК 378.015.3:7.012

DOI href://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2023.94.16

Костюк О. П.

ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНИХ НАВИЧОК МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

Сучасний акцент на розвиток креативності майбутніх дизайнерів вимагає використання найсучасніших методів навчання. Основною метою статті є аналіз дизайн-мислення як інноваційного методу формування креативних навичок майбутніх дизайнерів у процесі професійної підготовки. Один з напрямів дослідження базується на визначенні дизайну. Робиться акцент, що у сьогоденному суспільстві дизайн активно розширює свої властивості, виходячи за рамки проектної художньо-творчої діяльності. Такий процес стає певним алгоритмом, методологією моделювання у вирішенні проблем прогнозування, організації, управління тощо, що оснований на концепції дизайн-мислення. З цієї причини у дослідженні визначена необхідність розділяти дизайн як професійну діяльність і дизайн-мислення як особливу інноваційну проектну технологію. Розкрито специфіку поняття «дизайн-мислення». У дослідженні зазначено, що методи та прийоми дизайн-мислення використовуються у різних нестандартних, невизначених ситуаціях. На прикладах аналізу підходів до проектування (типологічного та інтерактивного) визначено роль дизайн-мислення у формуванні навичок креативності. За теорією креативності Р. Стернберга, щодо розвитку творчої особистості у відповідному оточуючому середовищі, визначаємо, що організаційною педагогічною умовою розвитку креативності майбутніх дизайнерів у процесі професійної підготовки є формування творчого освітнього простору, охарактеризовані основні чинники, які впливають на формування творчого освітнього середовища. Розкриваються питання, пов'язані з проблемою впровадження методики дизайн-мислення у якості практичного інструменту як інноваційного методу формування креативних навичок майбутніх дизайнерів у процесі професійної підготовки. Одним із способів розвитку креативного дизайн-мислення є метод творчих проєктів. У дослідженні визначено особливості поетапного формування дизайн-мислення, охарактеризовані основні механізми, які використовуються на різних етапах дизайн-мислення. Отримані результати визначають дизайн-мислення як інноваційний метод у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів, що сприяє розвитку корпоративної культури, появі згуртованості команди навколо складної теми, відчуття єдності, значущості та інших важливих складових професійної діяльності.

Ключові слова: дизайн-мислення, майбутні дизайнери, професійна освіта, інноваційний метод, креативність.

Сучасний розвиток суспільства потребує виокремлення механізмів для швидкого реагування на динамічні зміни, вироблення нових технологій опрацювання інформації, виготовлення новаторської продукції, саморозвитку тощо. Частково вирішення цих питань покладається на систему освіти, яка має сформувати затребуваного на ринку праці спеціаліста, орієнтованого на виклики інформаційно-культурного простору, готового до розв'язання актуальних проблем сучасності. Своєю чергою, одним із інструментів досягнення цієї мети вважають застосування технологій дизайн-мислення, які ефективно сприяють розвитку креативних навичок в особистісному та професійному зростанні. Актуальністю і водночас складністю у застосуванні цих технологій вважають їх новаторство. У середовищі фахівців тривають дискусії стосовно конкретного визначення цього явища. За таких обставин дослідження дизайн-мислення, його впливу на креативні можливості здобувачів вищої освіти є цілком актуальним завданням для сучасної системи освіти. Тож, аналіз дизайн-мислення як інноваційного методу формування креативних навичок у майбутніх дизайнерів у процесі професійної підготовки є основною метою пропонованої статті.

Один з напрямів нашого дослідження буде базуватися на визначенні дизайну, який є присутнім у всіх сферах соціального та культурного життя суспільства. Дизайн (від англ. design – проектування) у вузькому значенні визначається як проектна художньо-творча діяльність, направлена на вироблення елементів предметно-просторового середовища з естетичними властивостями орієнтованими на потреби споживача. У сьогоденні дизайн активно розширює свої властивості, виходячи за рамки проектної художньо-творчої діяльності. Такий процес стає певним алгоритмом, методологією моделювання у вирішенні проблем прогнозування, організації, управління тощо. Шляхи вирішення таких проблем можуть бути основані на концепції дизайн-мислення. Сучасні фахівці зауважують, що методи та прийоми дизайн-мислення використовуються у різних нестандартних, невизначених ситуаціях. З цієї причини все частіше виникає необхідність розділяти дизайн як професійну діяльність і дизайн-мислення як особливу інноваційну проектну технологію. У зв'язку із поширенням цього явища актуальним є вивчення особливих аспектів розвитку дизайн-мислення, які є універсальним інструментом формування навичок креативності майбутніх дизайнерів у процесі професійної підготовки.

Впровадження методики дизайн-мислення у якості практичного інструменту розпочалося на поч. ХХІ ст. передусім завдяки дослідженням Стенфордського університету та Інституту Хассо Платтнера у Потсдамі. Дослідження вчених доводять, що знання дизайн-мислення впливають на формування навичок колективної та індивідуальної творчості в реалізації практичних підходів до вирішення сучасних проблем.

У визначенні поняття «дизайн-мислення» тривають термінологічні дискусії. Дж. Цезар визначає, що дизайн – це «...мистецтво та практика планування, проектування та апробації візуального і текстового контенту» [2, с. 215]. Дослідниця Г. Гольдшмідт, зауважує, що у дизайні необхідно виділяти поняття

дизайн-мислення як впровадження системного підходу до вирішення нетипових завдань, що не пов'язано із природною обдарованістю [4]. Дослідники школи Стенфордського університету пояснюють цей термін як особливий спосіб мислення, що є орієнтований на людину. Ключовими його критеріями є оптимістичність, спільність, експериментальність. Науковці Інституту Хассо Платнера вважають, що дизайн-мислення є людиноорієнтованим підходом, що впливає на вирішення інноваційних проблем. Крім цього, він є побудований на інструментах, які використовуються дизайнерами із ціллю інтегрування потреб людей та вимог бізнесу. Американська дослідниця Н. Ларраз під категорією дизайн-мислення розуміє методологію упровадження інноваційних ідей, що включає інтерактивні принципи [5].

На основі аналізу поширених визначень цього терміну дизайн-мислення може зазначатися як принцип спільного дослідження, що впливає на формування інноваційних командних рішень, на вирішення складних проблем.

Існує два підходи до проєктування: типологічний та інтерактивний [5]. На основі першого підходу дизайн розглядається як свого роду форма, яка має вигляд готового продукту. Проєктування відбувається комплексно, на базі використання одночасно найрізноманітніших методик. Інтерактивний підхід розглядає дизайн як процес, у якому певний дизайн-як-продукт може бути результатом процесу. На базі цього підходу можливим є поетапне проєктування. Сучасні фахівці, зауважують, що він є більш ефективним, адже його можна контролювати та за необхідності коригувати на будь-якому етапі.

Визначимо роль дизайн-мислення у формуванні навиків креативності. Вважаємо, що одним із викликів, які стоять перед сучасною системою освіти, є розвиток креативних навиків майбутніх фахівців у процесі професійної підготовки, зокрема шляхом впровадження інноваційних методик дизайн-мислення. Синтетичний за своєю природою процес дизайн-мислення послідовно включає в себе аналіз вихідної ситуації, пошук нових ідей, розробку плану та алгоритм реалізації задуму.

Відносно помітно до процесу проєктування зросли основні вимоги щодо професійної та креативної компетентності, особливо з огляду на всезагальний розвиток освітньої сфери. Під терміном креативність розуміється такий вид людської активності, наслідки якої несуть елементи новизни, нетиповості та соціальної значимості. Водночас, розвиток креативних здібностей впливає на оригінальність мислення майбутнього фахівця. Саме тому, креативність є однією із важливих умов стабільного розвитку будь-якої професії, зокрема дизайнерів.

За теорією креативності Р. Стернберга [9], розвиток творчої особистості забезпечується компонентами, серед яких значне місце відводиться оточуючому середовищу, оскільки без підтримки середовища особистість не може виявлятися і розвиватися. Помітну роль для формування креативності майбутніх дизайнерів має творче освітнє середовище, що складається із різноманітних чинників (рис. 1).

Відтак, визначаємо, що організаційною педагогічною умовою розвитку креативності майбутніх дизайнерів у процесі професійної підготовки є формування такого освітнього простору, що дасть можливість у широкому обсязі опанувати ключовими вміннями, навичками та знаннями творчо-професійної роботи, виробити здібності, задовольнити потреби майбутніх фахівців у самоідентифікації.

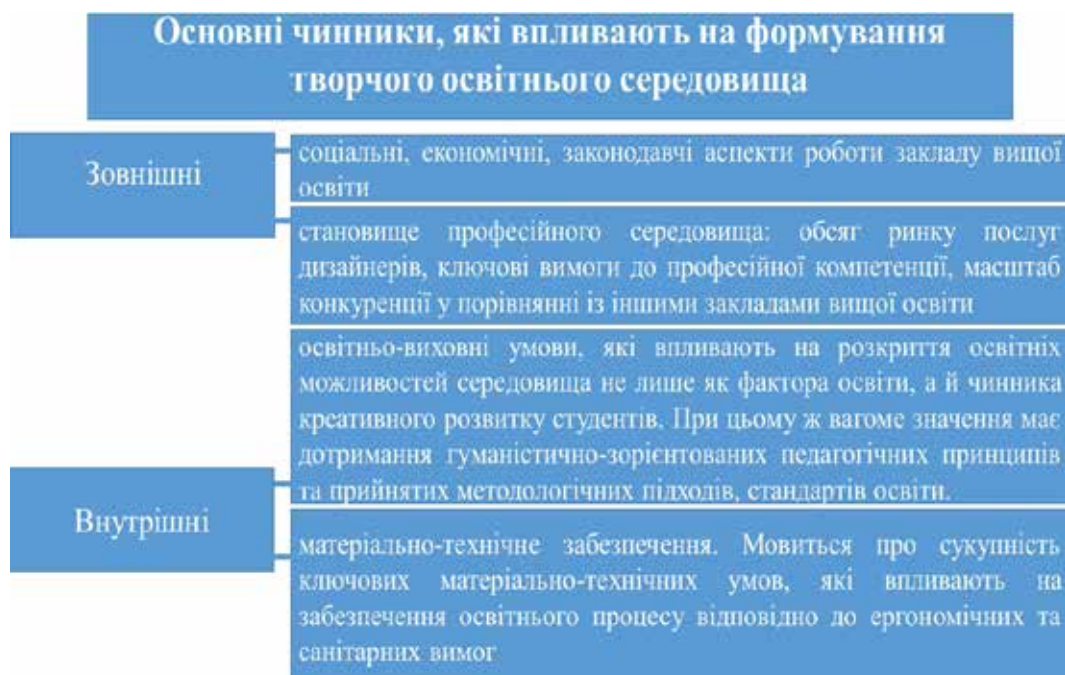


Рис. 1. Основні чинники, які впливають на формування творчого освітнього середовища

Водночас, систематичний розвиток креативності можливий лише на такій психологічній базі, яка характеризується шириною потреб та інтересів особистості, її спрямованістю на самореалізацію, спілкування, пізнання, відкритість до всього нового. При цьому ж вагому роль також відіграють навички гнучкого критичного мислення, високий рівень працездатності людини тощо. Основне завдання сучасних викладачів полягає у тому, щоб підтримувати та заохочувати творче ставлення до навчання, внутрішню мотивацію та активність студентів. З цієї причини особливо важливим є формування у здобувачів вищої освіти креативного базису у поведінці та стосунках, а потім уже вдосконалювання його методами дизайн-мислення [7].

Одним із способів розвитку креативного дизайн-мислення є метод творчих проєктів. Цей метод вперше був використаний у США у 1920-х рр. та одразу отримав неабияку популярність серед педагогів через оптимальне об'єднання теоретичних знань із практичним використанням їх для вирішення складних завдань. У педагогічній літературі існує два види таких проєктів: груповий та індивідуальний. Груповий проєкт є спільний творчим процесом, у якому кожний студент повинен проявити власні оригінальні здібності. Водночас груповий проєкт сприяє формуванню умінь підпорядковувати власну креативність загальним інтересам. Очевидно, що цей навик знадобиться у майбутньому здобувачам вищої освіти. В той же час, індивідуальний проєкт створюється та здійснюється суто однією людиною, що самостійно представляє задум та результати свого проєктного дослідження. Використання цього методу сприяє не тільки формуванню креативності у студентів, а й навичок критичного мислення [6], що, своєю чергою, активізує формування креативних навичок. Тому вважаємо, що метод проєктів має бути основним для забезпечення дизайн-мислення у середовищі професійної підготовки майбутніх дизайнерів. Водночас, вважаємо, що творчі проєктні технології направлені на формування у майбутніх дизайнерів унікальних, нетипових проєктних рішень, які у майбутньому вплинуть на їх самостійність одержання потрібних знань.

Визначимо особливості поетапного формування дизайн-мислення. Процес формування дизайн-мислення складається із декількох етапів. Початковим етапом є дивергенція. На цьому етапі відбувається проєктування головної ідеї. Водночас, відбувається перевірка усього, що має відношення до вирішення проєктної задачі, визначаються найбільш стійкі точки проєкту [3]. Тут можливі раціональні та інтуїтивні дії. Майбутні дизайнери повинні займатися збиранням даних, виробленням гіпотез, коригуванням технічного завдання. Для дивергенції існують різні методики, наприклад, метод інтерв'ю, мозковий штурм, опитування, проєктування тощо. Техніку мозкового штурму використовують багато фахівців. Основними умовами її застосування є чітка постановка питання щодо форми, інтенсивності роботи команди та відповідного модерування викладачем. Фахівці доводять, що результатом застосування об'єднаних технік мозкового штурму повинні стати цікаві ідеї вирішення типових проблем.

Наступним етапом є період трансформації, на якому виникає концепція продукту. Якщо попередній етап (дивергенція) дає безліч можливих ходів, то на етапі трансформації необхідним є їх об'єднання. Імовірними тут є зміни стартових ідей, їх коригування. Наступним етапом є конвергенція, яка відбувається тоді, коли студент удосконалює проєкт, усуває різноманітні протиріччя, уточнює деталі. Далі іде період генерації ідей, на якому майбутній дизайнер демонструє одержані результати. Після цього відбувається етап тестування. Тут необхідною є думка викладача, інших здобувачів освіти, адресатів проєкту щодо деталей, які не були прийняті до уваги. Ключовими факторами оцінювання проєкту є його унікальність, оригінальність, самостійність. При цьому важливими залишаються і конструктивні чинники. Мовиться про відповідність зробленого об'єкту до використання. Також при оцінюванні вагомими є естетичні та технологічні чинники [1].

Деякі дослідники виділяють інші етапи, на які поділяється метод дизайн-мислення: емпатія, фокусування, генерація ідей, прототипування, тестування [5]. Визначимо основні механізми, які використовуються на різних етапах дизайн-мислення (рис. 2).

Відтак, фокус уваги до об'єкта проєктування то розширюється, то звужується, що дає змогу збирати ідеї, а потім вибирати найкращі та доопрацьовувати їх. Найпершим етапом є емпатія, на якому майбутній дизайнер визначає головні цілі свого проєктування, при цьому досліджує потреби користувачів. Для цього йому необхідно детально вивчити той чи інший об'єкт, поспілкуватися із користувачами із метою розробки нового продукту чи послуги. Основні інструменти емпатії – бесіда, інтерв'ю, спостереження, нотування даних, аналіз загальної інформації. Другий етап називаються фокусування, на якому відбувається процес дистилляції зібраних відомостей. Тут майбутній дизайнер повинен відповісти на запитання: яку проблему він буде вирішувати? На етапі генерації ідей складається безліч стратегій, що включають брейнстормінг (мозковий штурм), ментальні карти, сторітелінг (розповідання історії). Основне завдання цього етапу полягає у тому, аби запропонувати якнайбільше можливих шляхів вирішення проблеми. На етапі прототипування відбувається створення мінімально життєздатного продукту. Мовиться про продукт із таким набором характеристик, які були би достатніми для того, аби задовольнити перших потенційних клієнтів. Використання мінімально життєздатного продукту економить два важливі ресурси для бізнесу – час та гроші. Це відбувається передусім завдяки швидкому отриманню ранніх відгуків про ті чи інші послуги чи продукти. На фінальній стадії тестування необхідним є залучення кінцевих користувачів для оцінки прототипу чи повторне тестування виправленої версії.



Рис. 2. Основні механізми, які використовуються на різних етапах дизайн-мислення

Висновки. Відтак, зауважимо, що дизайн-мислення як інноваційний метод у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів сприяє розвитку корпоративної культури, появи згуртованості команди навколо складної теми, відчуття єдності, значущості та інших важливих складових професійної діяльності. З актуальних питань треба пріоритетно визначити, що важливим та ефективним підходом до впровадження інноваційних методів у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів є той факт, що дизайн-мислення можна вважати інтерактивним підходом у покращенні та вдосконаленні якості дизайнерської освіти. Сучасна система освіти повинна звертати увагу на використання інноваційних методів формування креативних навичок у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів, адаптувати методику дизайн-мислення під практичне виконання завдань, саморозвиток, щоб підготувати сучасного фахівця, готового конкурувати на ринку праці.

Використана література:

- Blizard, M. A. (2018). The open project. *Developing Creative Thinking in Beginning Design*, 148–162. <https://doi.org/10.4324/9781315622927-11>
- Cezzar, J. (2020). Teaching the designer of now: A new basis for graphic and communication design education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 6(2), 213–227.
- Dam, R., & Siang, T. (2022). What is design thinking and why is it so popular? *The Interaction Design Foundation*. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular>
- Goldschmidt, G. (2021). Critical design and design thinking vs. critical design and design thinking. *Different Perspectives in Design Thinking*, 6–20. <https://doi.org/10.1201/9780429289378-2>
- Larraz-Rábanos, N. (2021). Development of creative thinking skills in the teaching-learning process. *Teacher Education – New Perspectives*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.97780>
- Mosely, G., Wright, N., & Wrigley, C. (2018). Facilitating design thinking: A comparison of design expertise. *Thinking Skills and Creativity*, 27, 177–189. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.02.004>
- Pande, M., & Bharathi, S. V. (2020). Theoretical foundations of design thinking – A constructivism learning approach to design thinking. *Thinking Skills and Creativity*, 36, 100637. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100637>
- Schoonenboom, J., & Johnson R.B. (2017). How to Construct a Mixed Methods Research Design. *KZ/SS Cologne journal for sociology and social psychology*, 69, 107–131. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28989188/>
- Sternberg, R. General intellectual ability (1985). *Human abilities by R. Sternberg*, 5–31.
- Variantsia, L., Kostiuk, O., Prodan, I., Hetman, O., & Krutko, O. (2022). Design Thinking as an Innovative Method of Formation of Creativity Skills in Students of Higher Education. *Journal of Curriculum and Teaching*, 11, 8, 303–310.

References:

- Blizard, M. A. (2018). The open project. *Developing Creative Thinking in Beginning Design*, 148–162. <https://doi.org/10.4324/9781315622927-11>
- Cezzar, J. (2020). Teaching the designer of now: A new basis for graphic and communication design education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 6(2), 213–227.
- Dam, R., & Siang, T. (2022). What is design thinking and why is it so popular? *The Interaction Design Foundation*. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-design-thinking-and-why-is-it-so-popular>

4. Goldschmidt, G. (2021). Critical design and design thinking vs. critical design and design thinking. Different Perspectives in Design Thinking, 6–20. <https://doi.org/10.1201/9780429289378-2>
5. Larraz-Rábanos, N. (2021). Development of creative thinking skills in the teaching-learning process. *Teacher Education – New Perspectives*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.97780>
6. Mosely, G., Wright, N., & Wrigley, C. (2018). Facilitating design thinking: A comparison of design expertise. *Thinking Skills and Creativity*, 27, 177–189. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.02.004>
7. Pande, M., & Bharathi, S. V. (2020). Theoretical foundations of design thinking – A constructivism learning approach to design thinking. *Thinking Skills and Creativity*, 36, 100637. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2020.100637>
8. Schoonenboom, J., & Johnson R.B. (2017). How to Construct a Mixed Methods Research Design. *KZfSS Cologne journal for sociology and social psychology*, 69, 107–131. URL : <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28989188/>
9. Sternberg, R. General intellectual ability (1985). *Human abilities by R. Sternberg*, 5–31.
10. Varyanysia, L., Kostiuk, O., Prodan, I., Hetman, O., & Krutko, O. (2022). Design Thinking as an Innovative Method of Formation of Creativity Skills in Students of Higher Education. *Journal of Curriculum and Teaching*, 11, 8, 303–310.

Kostiuk O. Design thinking as an innovative method of forming creative skills in future designers in the process of professional training

Modern emphasis on the development of creativity of future designers requires the use of the most modern teaching methods. The main goal of the article is the analysis of design thinking as an innovative method of forming creative skills of future designers in the process of professional training. One of the areas of research is based on the definition of design. It is emphasized that in today's society, design is actively expanding its properties, going beyond the scope of project-based artistic and creative activity. Such a process becomes a certain algorithm, modeling methodology in solving problems of forecasting, organization, management, etc., which is based on the concept of design thinking. For this reason, the research identified the need to separate design as a professional activity and design thinking as a special innovative project technology. The specifics of the concept of "design thinking" are revealed. It is stated in the study that the methods and techniques of design thinking are used in various non-standard, uncertain situations. The role of design thinking in the formation of creativity skills is defined on the examples of the analysis of approaches to design (typological and interactive). According to the theory of creativity of R. Sternberg, regarding the development of a creative personality in the appropriate environment, we determine that the organizational pedagogical condition for the development of creativity of future designers in the process of professional training is the formation of a creative educational space, the main factors influencing the formation of a creative educational environment are characterized. Issues related to the problem of implementing the design-thinking methodology as a practical tool as an innovative method of forming creative skills of future designers in the process of professional training are revealed. One of the ways to develop creative design thinking is the method of creative projects. The study identifies the features of the step-by-step formation of design thinking, characterizes the main mechanisms used at different stages of design thinking. The obtained results define design thinking as an innovative method in the process of professional training of future designers, which contributes to the development of corporate culture, the emergence of team cohesion around a complex topic, a sense of unity, significance and other important components of professional activity.

Key words: design thinking, future designers, professional education, innovative method, creativity.

УДК 37.0

DOI <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2023.94.17>

Кравчина Т. В.

РЕФЛЕКСИВНІСТЬ ЯК ВЛАСТИВІСТЬ СУБ'ЄКТА

У статті розглядається поняття рефлексивності як важливої властивості суб'єкта, що впливає на особистісний розвиток та взаємодію зі світом. Вона досліджує різні аспекти рефлексивності, такі як самоаналіз, саморефлексія, критичне мислення та самосвідомість, і розглядає їхній вплив на формування свідомого та вдумливого суб'єкта. Завданнями даної статті є: аналіз наукових досліджень та літератури з проблеми рефлексивності як властивості особистості; визначення основних аспектів рефлексивності та її значення для розвитку особистості та взаємодії з навколишнім світом; виділення факторів, що впливають на розвиток рефлексивності, включаючи особистісні, соціальні та культурні впливи; опис методів і стратегій, що сприяють розвитку рефлексивності; розгляд практичних наслідків розвитку рефлексивності для особистості. Стаття також аналізує методи та стратегії, які сприяють розвитку рефлексивності у суб'єкта, включаючи самоспостереження, ведення щоденника, самоопитування, групова рефлексія, медитація, рефлексивна практика в професійній діяльності, самопоставлення цілей. Автори надають практичні поради для тих, хто прагне розвивати цю важливу навичку. Крім того, стаття висвітлює практичні наслідки розвитку рефлексивності для особистості та її взаємодії зі світом. Вона підкреслює важливість цього аспекту для досягнення особистісного зросту та успіху в різних сферах життя. Ця стаття є корисним ресурсом для дослідників, педагогів, психологів та всіх, хто цікавиться питаннями особистісного розвитку та самосвідомості. Вона надає важливий внесок у розуміння ролі рефлексивності у формуванні суб'єкта та його взаємодії з навколишнім світом. Тому, враховуючи висновки цього дослідження, рекомендується активно підтримувати інтерес до розвитку рефлексивності осіб та сприяти їх особистісному зростанню та професійному успіху.