

Торайғыров университеті
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайғыров университет

**ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ**

Педагогикалық сериясы
1997 жылдан бастап шығады



**ВЕСТНИК
ТОРАЙҒЫРОВ
УНИВЕРСИТЕТА**

Педагогическая серия
Издается с 1997 года

ISSN 2710-2661

№ 3 (2020)

Павлодар

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
Торайгыров университета

Педагогическая серия
выходит 4 раза в год

СВИДЕТЕЛЬСТВО

о постановке на переучет периодического печатного издания,
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ03VPYU00029269

выдано

Министерством информации и коммуникаций
Республики Казахстан

Тематическая направленность

публикация материалов в области педагогики,
психологии и методики преподавания

Подписной индекс – 76137

Бас редакторы – главный редактор

Бегентаев М. М.

д.э.н., профессор

Заместитель главного редактора

Ответственный секретарь

Пфейфер Н. Э., *д.п.н., профессор*

Нургалиева М. Е., *PhD доктор*

Редакция алқасы – Редакционная коллегия

Абибуллаева А.,

д.п.н., профессор

Бурдина Е. И.,

д.п.н., профессор

Жумагаева Е.,

д.п.н., профессор

Фоминых Н. Ю.,

д.п.н., профессор (Россия)

Снопкова Е. И.,

к.п.н., профессор (Белоруссия)

Мирза Н. В.,

д.п.н., профессор

Донцов А. С.,

доктор PhD

Шокубаева З. Ж.,

технический редактор

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Торайгыров университета» обязательна

<https://doi.org/10.48081/YLRH8686>

Қ. Т. Қуанжанова¹, Н. Н. Аширбаева²

¹Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару Академиясының Ақтөбе облысы бойынша филиалы, Қазақстан Республикасы, Ақтөбе қ.;

²Қазақстан Республикасы ҰҚК, Шекара Академиясы, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

БІЛІМ БЕРУ ТӘЖІРИБЕСІНДЕ ДИЗАЙН-ОЙЛАУ ӘДІСІН ҚОЛДАНУ

Әлем қарқынды өзгеріс үстінде, бүгін біз бір мәселені шешеміз, ал ертең ол қайтадан өзекті мәселеге айналады. Сондықтан өскелең ұрпақты икемділікке үйрету керек, кез-келген мәселені креативті, ерекше шеше алатын бойына сапаларды дамыту қажет.. Білім беру парадигмасының өзгеруіне байланысты оқу үдерісін ұйымдастыруға жаңа талаптар қойылып жатыр. Берілген мақалада білім беру үдерісінде тиімді қолдануға және өскелең ұрпақтың психологиялық процестерін, қасиеттерін, тұлғалық сапаларын дамыта алуға мүмкіндік беретін дизайн-ойлау әдісінің маңызы туралы айтылады. Дизайн-ойлау – бұл мәселені шешудің жаңаша, креативті тәсілі, мұнда бірінші орында тұтынушы/азамат және оның қажеттіліктерін толыққанды қанағаттандыру үшін инновациялық шешімдерді ұсыну түр. Бұл шығармашылық әдіс, командалық жұмыс, адамдарға бағдар беру, қызығушылықты ояту, мәселеге оптимизммен қарау – қазіргі проблемаларды шешудің жаңа жолдарын іздеу, табу, анықтау үшін қолданылатын әдіс. Мақалада дизайн-ойлау әдісінің анықтамасы, тарихы, қағидалары («Ерте қателес, көп қате жібер», «Бір прототип мың сөзді құрайды», «Бірінші іс – тұтынушыдан сұрау», «Бірге жасаңыз!», «Иә, және ...!») және кезеңдері (эмпатия, фокус қою, идеяларды ұсыну, прототип және тестілеу) қарастырылған. Сонымен қатар, аталған әдісті педагог тәжірибесінде қолдану мысалы берілген.

Кілтті сөздер: дизайн-ойлау, идея, эмпатия, фокус, прототип, тестілеу, конвергентті ойлау, дивергентті ойлау.

Кіріспе

Бүгінгі таңда біз үшін жаңа инновациялық идеяларды алу үшін қуатты, тиімді, қолжетімді, нәтижесін өмірімізде қолданып, тұрмысымызға ендіре алатын, қалыптасып келе жатқан ұрпақтың психологиялық процестерін, қасиеттерін, тұлғалық сапаларын дамыта алатын бағыт қажет [1, 2]. Осы орайда, біз дизайн-ойлау әдісін ұсына аламыз.

Жалпы ойлау – танымдық, психикалық күрделі үдеріс, оның көмегімен біз ақпаратты талдаймыз, жалпылаймыз, қорытындылаймыз, жаңа шешімдерге келеміз. Ойлаудың сыни, рефлексивті, шығармашылық, аналитикалық т.б түрлері бар. Дизайн-ойлаудың айырмашылығы мұнда нәтижесінде адамның қажеттілігін қанағаттандыратын жаңа өнімді алу. Дизайн-ойлаудың нәтижесіне сценарий, тұрмыста немесе кез-келген салада қолдануға мүмкіндік беретін жаңа жүзеге асырылатын өнім, шешімдер, идеялар т.б атауға болады [3, 4].

Зерттеудің нысаны: білім беру тәжірибесі

Зерттеудің пәні: дизайн-ойлау әдісі

Мақсаты: Білім беру тәжірибесінде дизайн-ойлау әдісін қолданудың жолын көрсету.

Міндеттері:

– дизайн-ойлау әдісінің анықтамасы, қағидалары және кезеңдерін анықтау;

– білім беру тәжірибесінде дизайн-ойлау әдісін қолдану жолдарын қарастыру.

Дизайн-ойлау – бұл мәселені шешудің креативті тәсілі, мұнда бірінші орында тұтынушы/азамат және оның қажеттіліктерін толыққанды қанағаттандыру үшін инновациялық шешімдер ұсынылады.

Дизайн-ойлау – шығармашылық әдіс, командалық жұмыс, адамдарға бағдар беру, қызығушылық пен оптимизм – қазіргі проблемалардың жаңа шешімдерін іздеу, табу, анықтау үшін жиі қолданылатын әдіс.

1960–1990 жылдар аралығында «Дизайн-ойлау» ұғымы қазіргі уақыттағы адамзаттық, технологиялық және инновациялық мәселелердің шешу құралы ретінде бірқатар ғылымдар мен пәндердің теориясы мен пәндерді зерттеудің нәтижесі ретінде пайда болды.

1990 жылдан қазіргі уақытқа дейін «Дизайн-ойлаудың» негізін қалаушы және насихаттаушысы IDEO компаниясы болып табылады. 2005 жылдан бастап «Дизайн-ойлау» Стэндфорд университетінде жеке пән ретінде жүреді. Қазіргі уақытта жоғары оқу орындары және алдыңғы қатарлы компаниялар бұл әдістеменің әр түрлі дәрежеде өз қажеттіліктері мен міндеттеріне сәйкес жұмыстарында және нәтижелеріне бейімдеп отыр.

1969 жылы Герберт Саймон өзінің «Sciences of the Artificial» кітабында дизайнды қазіргі шарттарды қалайтындарға өзгерту процесі ретінде анықтады. Демек, дизайн-ойлау-бұл әр түрлі салалардағы кешенді мәселелер үшін жаңа шешімдер іздеуге және жақсы болашақты құруға бағытталған үдеріс [5].

Дизайн-ойлау бізді бір қадам алға қарай жүруді үйретеді. Дизайн-ойлау әрбір адамның бойындағы мүмкіндіктерін пайдалана отырып, бірақ проблемаларды шешудің стандартты емес әдістері арқылы шешуді көздейді. Дизайн-ойлау адамның интуитивті сезімге, мәселені терең және жан-жақты тануға, тек функционалдық ғана емес, эмоционалдық компонентті алып жүретін идеяларды жасауға, өзін тек сөзбен немесе символдармен ғана емес, ұғымдарға негізделген.

Дизайн-ойлау әдісімен жақынырақ танысып, сіз әдісті нақты міндеттерге, мәселелерді шешу барысына бейімдеп, инновациялық идеялар ала аласыз.

Дизайн – мәселені шешу. Дизайнер – осы мәселені шеше алатын білім алушы.

Дизайн-ойлау – бұл ең алдымен пайдаланушының мүдделеріне бағытталған мәселелерін шешудің бір жолы.

«Адамдар үшін пайдалы + технологиялардың мүмкіндігі» формуласы тұрақты өнім әкелетін нәтиже береді.

Біртұтас педагогикалық процесс барысында дизайн-ойлауды қалай қолдануға болады?

Ол үшін сабақ барысында дизайн-ойлаудың қағидаларын қатаң ұстанған жөн.

Дизайн-ойлаудың қағидалары:

– «Ерте қателес, көп қате жібер» немесе «Қоқыс қоржын ережесі»

Жұмыс барысының тиімділігі жіберілген қателердің саны арқылы анықталады. Қоқыс қоржынындағы топтың жіберген қателері көп болған сайын, жаңа шешімдерге келу мүмкіндігі жоғарылайды. Томас Эдисон бір кездері былай деді: «Мен қате жіберген емеспін. Мен жұмыс жасамайтын 10 мың тәсілді таптым». Мақал «Ештеңе жасамайтын адам ғана қателеспейді» деген сөз, бөлкім осындай түсініктен шығады.

– «Бір прототип мың сөзді құрайды»

Ойлар абстрактілі және жақсы идеяларды талқылау барысында іске асырылмай тұншықтырып тастаймыз. Сондықтан дизайн-ойлау тәжірибесінде идеяны дереу іске асыруға кеңес береді – қолда бар құралдардан жинау немесе суретін салу.

– «Бірінші іс – тұтынушыдан сұрау»

Қолда бар құралдардан жасалған прототипті бірден «алаңға» шығару керек» – бұл адамдардың алғашқы реакциясын көру үшін тиімші шешім.

– «Бірге жасаңыз!»

Түсініспеушілік, тәуекелдерді азайту үшін жаңа идеяларды талқылауда команда түрлі пікірлері бар білім алушылардан құралған дұрыс.

– «Иә, және ...!»

Ең маңызды ережелердің бірі инновацияны қолдау және ендіру үдерісі. Бұл дегеніміз, бір адамның айтылған жаңа идеясын ешбір жағдайда, әсіресе, егер оның идеясының болашағын көре алмасаңыз да, сынауға болмайды. Бірінші идея авторын қолдауға және оған мүмкіндік беруге тырысыңыз оны «Иә, және де осолай істеуге болады...» деген қарапайым фразаны айтып дамыту. Тіпті идея жақсы болмаса да, аландамаңыз.

Дизайн-ойлау – бүгінгі таңдағы шығармашылық тәсілге негізделген тұрмыстық, инженерлік, іскерлік және басқа міндеттерді шешуге арналған әдіс. Дизайн-ойлаудың негізгі ерекшелігі сыни талдау емес, шығармашылық процесс болып табылады [6].

Дизайн-ойлау – бұл әлемдік көзқарасты қалыптастыру, адамның айналасындағы кеңістікті өзгерту және оны ұйымдастыру мақсатында қолданылатын инновациялық үдеріс» (Кесте 1).

Дизайн-ойлау 5 кезеңнен тұрады:

- Эмпатия;
- Фокус;
- Идеяларды таңдау;
- Прототиптеу;
- Тестілеу.

1 Эмпатия. Басқа адамның сезімдерін, қозғалысын және әрекеттерін түсіну, тыңдай білу қабілеті.

Эмпатия – әдістің негізгі және өзекті кезеңі.

Эмпатия. Осы қадамда біз мәселемізді түсінуге барынша тырысамыз, енеміз. Біздің зерттеуіміздің нысаны - адам (пайдаланушы), оның физикалық және эмоциялық қажеттіліктері, мінез-құлықтары, ойлары. Біз сұраймыз, тыңдаймыз және бақылаймыз. Мұнда біз білім алушыларды сұрақтар және сауалнамалар құрастыруға, әңгімелесуді (сұхбатты) дұрыс жүргізуге, аудио– және бейнеақпаратты бекіту мен сақтаудың әртүрлі құралдарын пайдалануға үйрете аламыз. Эмпатияны игерудің жоғары деңгейінде біз білім алушыларды басқа адамдарды, олардың тәжірибесін, қажеттіліктерін, мүмкіндіктері мен шектеулерін түсіну тәсілдеріне үйретеміз.

2 Фокус. Бұл кезеңде біз жиналған ақпаратты талдаймыз, жүйелейміз және түсіндіреміз – барлық естіген және көрген нақты, маңызды және

іске асырылатын міндетті өзгертеміз. Бұл жерде біз білім алушыларды аналитикалық ойлауға, басты, негізгі ойды бөліп алуға, нақты міндеттерді табуға, ерекшелуге және көзқарасты қалыптастыруға үйретеміз.

3 Идеяларды таңдау. Бұл кезеңде біз қойылған міндетті шешуге бағытталған идеяларды жинақтаймыз. Бұл кезеңде ми шабуылы әдісін пайдаланамыз. Бұл команда үшін ең қарқынды және күрделі процестердің бірі. Мұнда біз өзара іс-қимыл тәсілдерін игеріп, өз идеяларын басқалардың идеяларында құруға және дамытуға үйренеміз.

Біздің негізгі идеяларды ұсынатын сәтіміз. Кезеңнің сәтті аяқталуы үшін біз сынға жол бермейміз, жағымды атмосфераны қалыптастырамыз және түрлі ақпараттарды жинаймыз. Барлығын жазамыз. Барлық идеялар шынайы әлеммен бетпе-бет келмейінше өзекті болып табылады. Өмірге қабілетті идеяларды таңдау үшін сүзгіден өткіземіз.

4 Прототиптеу. Мұнда біз ең қолайлы идеяларды таңдап, тестілеу үшін модельдер (прототиптер) жасаймыз. Прототиптер әртүрлі құралдар мен материалдар болуы мүмкін: сурет, картон мен скотч үлгісі, LEGO элементтерінен жасалған конструкция, пластилиннен жасалған бұйымдар, жиһаз элементтері, рөлдік ойын немесе сценарий. Басты міндет - идеяны байқап көру, бастапқы пайдалану тәжірибесін алу. Әдетте, прототиптерді жасау процесінде жаңа идеялар жасалады немесе ескілері жақсартылады. Мұнда біз білім алушыларды визуалды және физикалық үлгілеуге, түрлі материалдарды пайдалануға, сценарий құруға үйретеміз. Қарапайым прототиптеу сізге тіпті елестетуге мүмкін бермейтін дұрыс шешімді табуға көмектеседі және уақыт пен ақшаны үнемдеуге көмектеседі.

5 Тестілеу. Бұл кезеңде біз пайдаланушылардан жасалған прототиптер туралы кері байланыс аламыз, біздің идеямыз оны ойлағандай, пайдаланушы күтілетін тәжірибе ала ма, соны тексереміз. Бұл қадам «сынамалар мен қателер» деп аталады. Мұнда біз балалармен жасалған модельдермен өзара әрекеттестіктен өз тәжірибемізді талдау тәсілдерін игеріп, сондай-ақ прототиптерді тестілеудің ең жақсы әдістерін өзіміз тексереміз. Дизайн-ойлау процесінің итерациялық екенін түсіну маңызды: біз идеяны ұсынамыз, оны бірден тестілейміз, нәтиже аламыз және одан да жақсы шешім табу үшін алынған тәжірибені пайдаланамыз.

Біз пайдаланушыға шешімін көрсетіп, нені ұнатпайтынына және себебін сұраймыз.

Дизайн-ойлау – айқын анықталған үдеріс. Бұған қоса қажет жағдайда оның бір ғана кезеңіне, ортасына немесе басына орала аласыз.

Әр кезең дивергентті немесе конвергентті фазадан өтеді [7, 8].

Дивергенция – жеке көзқарастарымызды көбейту, барлық табыстар мен идеяларды жинау;

Кейін конвергенция – келесі кезендерде талдайтын және тексеретін басымды идеяны таңдаймыз.

Дизайн-ойлаудың бірінші құралы – бұл бақылау. Мұнда адамдардың айтқандары өте маңызды. Сондықтан көптеген компаниялар мақсатты топтар мен сауалнамалардың нәтижелеріне тәуелді. Дегенмен, дизайн-ойшыл адамдардың айтқандары олардың істейтіндерінен маңызды емес екенін біледі [9]. Дизайн ойлаудың екінші құралы – бұл қиялдау. Дизайн ойлау барысында, сіз бұрынғы белгісіз қырларыңызды табу және проблемаларды тұжырымдау үшін қиял дағдыларын жетілдіру керек. Тим Браун былай деп жазады: «Дизайн ойшылдары әлемді көптеген көзқарастарда көре алады – әріптестердің, клиенттердің, түпкі тұтынушылардың және тұтынушылардың көзімен (ағымдағы және келешектегі). «Адамдарды бірінші» тәсіліне сүйене отырып, дизайнерлік ойлаушылар өз табиғаты бойынша қалаған шешімдерін елестете алады және нақты немесе жасырын қажеттіліктерді қанағаттандырады. Ұлы дизайн ойшылдары әлемді егжей-тегжейлі байқайды. Олар басқаларға түсініксіз нәрселерді байқап, инновацияларды жасау үшін өздерінің түсініктерін пайдаланып отырады [10].

Кесте 1 – Дизайн-ойлау әдісінің кезендері

Педагог тәжірибесінде дизайн-ойлауды қолдану Мысал: Біз кабинетімізді қалай қызықты, әдемі, ыңғайлы ете аламыз?	
Кезендер	Мазмұны
Эмпатия	Негізгі сұрақты қоямыз және ақпаратты жинаймыз. Оқушылардан, ата-аналардан, басқа мұғалімдерден сұраймыз. Кабинетте отыратын оқушылардың қажеттіліктері мен ұсыныстарын жинау
Фокус	Алынған ақпараттарды жүелейміз. Негізгілерін ерекшелейміз. Міндеттерді анықтаймыз. Мысалы, кейбір оқушылар үшін демалатын, сөйлесетін кеңістіктер жетіспеуі мүмкін. Мұнда міндет болып оларға демалыс зонасын жасау болады.
Идеялардың таңдау	Идеялар айтамыз. Басқа оқушыларды, мұғалімдерді тартамыз. Идеяның көрсеткіштерін анықтаймыз және таңдаймыз.
Прототиптеу	Прототип құрамыз, идеяларға нақты шешімдер шығарамыз. Суреттер саламыз, басқа кабинеттердің суреттерін өкелеміз т.б
Тестілеу	Прототиптерді тексереміз. Кері байланыс аламыз. Алған тәжірибені рефлексиядан өткіземіз. Прототиптерді жақсартамыз және ақырғы шешім шығарамыз.

Қорытынды

Қорыта келгенде, «дизайн-ойлау – бұл икемді ойлау, тәжірибе жасау және қалыптасқан ойлау үлгісінен бас тартау;

Дизайн – бұл шектеулер мен мүмкіндіктерді трансформациялау.

Дизайн – адамдарды және адам үшін өмірді жобалау әдісі.

Дизайн ойлау – 80 % зерттеу және 20 % қорытындыдан тұрады.

Проблеманы терең түсінген сайын, оны тезірек және тиімді шешімдерін алуға болады. Негізгі міндет – заттарға деген қалыптасқан көзқарасты өзгерту, жаңа тәжірибені, ал онымен бірге жаңа мүмкіндіктерді көре білуге тырысу қажет.

Әлем қарқынды өзгеріс үстінде, бүгін біз бір мәселені шешеміз, ал ертең ол қайтадан өзекті мәселеге айналады. Икемді болу керек және финалдык, ақырғы нәтиже жоқ екенін түсіну керек. Өнімімізді жақсартуда дизайн-ойлаудың қағидаларын, кезендерін қолдана отырып мәселені шешуге білім алушыларымызға үйретуіміз керек.

Пайдаланған деректер тізімі

1 Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями : Монография / под.ред. Б. З. Мильнера. – М. : ИНФРА-М, 2018. – С. 539–553

2 Салихов, Б. В. Креативный капитал в экономике знаний : Монография / Б. В. Салихов. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – С. 54–98.

3 Дизайн-мышление. Рабочие материалы [Текст] : Методическое руководство по применению человеко-ориентированного подхода к проектированию. Лаборатория Wonderfull. – М., 2018.

4 **Браун, Т.** Дизайн-мышление в бизнесе. От разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей. [Текст]. – М. : 2012 – 256 с.

5 Дизайн-мышление в бизнесе крупнейшего производителя программного обеспечения SAP. [Электронный ресурс]. – <http://bevisualmag.ru/?p=1794>

6 **Солсо, Р.** Когнитивная психология. – СПб. : Питер, 2011. – С. 496–532.

7 Дизайн-исследования глазами директора по маркетингу Юлия Тужилина, эксперт Lumiknows Edu, участник дизайн-исследования, проведенного Lumiknows зимой-весной 2016 [Электронный ресурс]. – <http://lumiknows.com/publications/design-research-by-marketing-director>

8 **Гилфорд, Дж.** Три стороны интеллекта // Психология мышления. – Прогресс, 1965. – 14 с.

9 **Ларри Лейфер**, профессор Стэнфорда. Лекция о «дизайн-мышлении». [Электронный ресурс]. – <http://www.archipeople.ru/index/index232.html>

10 **Котлер, Ф.** Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должны знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. С англ. – 10-е изд. – М. : Альпина Паблицер, 2018. – С. 32–56.

References

1 Innovacionnoe razvitie : Economica, intellectualnie resursy, upravlenie znaniyami [Innovative development : Economics, intellectual resources, knowledge management : monographia] / pod red. B. Z. Milnera [Text]. – Moscow: INFRA-M, 2018. – P. 539–553

2 **Salikhov, B. V.** Creativny capital v ekonomyce znaniy [Creative capital in the knowledge economy : Monographia] / B. V. Salikhov. – 2nd ed. [Text]. – Moscow : Publishing and trading Corporation «Dashkov and K», 2018. – P. 274.

3 Dizain mishlenia. Rabochie materialy [Design thinking. Working material : Metodicheskoe rukovodstvo po primeneniю cheloveka-orientirovannogo podhoda k proektirovaniю. Laboratoria Wonderfull] [Text]. – Moscow, 2018.

4 **Brown, T.** Dizain misleniya v biznese. Ot razrabotki novyh produktov do proektirovaniya bisnes modelei [Design thinking in business. From developing new products to designing business models]. – M., 2012 – 256 p.

5 Dizain mishlenia v biznese krupneishogo proizvoditelya programnogo obespecheniya SAP [Design thinking in the business of the largest software manufacturer SAP]. [Electronic resource]. – <http://bevisualmag.ru/?p=1794>.

6 **Solso, R.** Kognitivnaya psichologia [Cognitive psychology]. – St. Petersburg : Piter, 2011. – P. 496–532.

7 Dizain issledovaniya glazami direktora po marketingu Yulia Tuzhilina, Lumiknows Edu expert Lumiknows Edu, uchastnik dizain issledovaniya provedennogo Lumiknows zimoi-vesnoi 2016. [Design research through the eyes of marketing Director Yulia Tuzhilina, Lumiknows Edu expert, participant of the design research conducted by Lumiknows in winter-spring 2016]. [Electronic resource]. – <http://lumiknows.com/publications/design-research-by-marketing-director>.

8 **Gilford, Jh.** Tri storony intellect. [Three sides of intelligence // Psychology of thinking]. In Psihologia mishlenia. – Progress, 1965. – P. 14

9 **Larry Leifer**, Professor Stanforda, lekcia o «dizaine misleniya» [Stanford Professor, lecture on «design thinking»]. [Electronic resource]. – <http://www.archipeople.ru/index/index232.html>.

10 **Kotler, F.** Marketing ot A do Ya : 80 koncepcii, kotorye dolgen znat kazhdyi menedzher / Philip Kotler; Perevod s angl. – [Marketing from A to Z : 80 concepts that every manager should know]. – Alpina Publisher, 2018. – P. 32–56.

Материал 30.09.20 баспаға түсті.

К. Т. Қуанжанова¹, Н. Н. Аширбаева²

Использование дизайн-мышления в образовательной практике

¹Филиал Академии государственного управления при Президенте
Республики Казахстан по Актыобинской области,
Республика Казахстан, г. Актобе;

²Пограничная академия КНБ Республики Казахстан,
Республика Казахстан, г. Алматы.

Материал поступил в редакцию 30.09.20.

К. Т. Kuanzhanova¹, N.N.Ashirbayeva²

Using design thinking in educational practice

¹Branch of the Academy of public administration under
the President of the Republic of Kazakhstan in Aktobe region,
Republic of Kazakhstan, Aktobe;

²Border Academy of the National Security Committee
of the Republic of Kazakhstan,
Republic of Kazakhstan, Almaty.

Material received on 30.09.20.

Мир стремительно меняется, сегодня мы решаем одну проблему, а завтра она снова становится актуальной. Поэтому необходимо обучать подрастающее поколение гибкости, развивать качества, способные творчески, оригинально решить любую проблему. В связи с изменением парадигмы образования выдвигаются новые требования к организации учебного процесса. В данной статье рассказывается о значении дизайнерско-мыслительного метода, позволяющего эффективно использовать его в образовательном процессе и развивать психологические процессы, качества, личностные качества подрастающего поколения. Дизайн-мышление-это новый, креативный подход к решению проблемы, где на первом месте стоит предоставление инновационных решений для полноценного удовлетворения потребностей потребителя/гражданина и его потребностей. Это творческий метод, командная работа,

ориентация на людей, пробуждение интереса, отношение к проблеме с оптимизмом – метод, используемый для поиска, поиска, выявления новых путей решения существующих проблем. В статье-определение, история, принципы дизайнерско-мыслительного метода («Ошибись рано, ошибись много», «Один прототип составляет тысячу слов», «Первое дело – спросить клиента», «делай вместе!» «Да,,, и ...!») и этапы (сопереживание, фокусировка, представление идей, прототипирование и тестирование). Кроме того, приведен пример применения данного метода в практике педагога.

Ключевые слова: дизайн мышление, идея, эмпатия, фокус, прототип, тестирование, конвергентное мышление, дивергентное мышление.

The world is changing rapidly, today we solve one problem, and tomorrow it becomes relevant again. Therefore, it is necessary to train the younger generation in flexibility, to develop qualities that can creatively and originally solve any problem. Due to the change in the educational paradigm, new requirements are being put forward for the organization of the educational process. This article describes the importance of the design-thinking method, which allows you to effectively use it in the educational process and develop psychological processes, qualities, and personal qualities of the younger generation. Design thinking is a new, creative approach to problem solving, where the first priority is to provide innovative solutions to fully meet the needs of the consumer/citizen and their needs. This is a creative method, teamwork, orientation to people, arousing interest, attitude to the problem with optimism-a method used to search, search, identify new ways to solve existing problems. The article contains the definition, history, and principles of the design-thinking method («Make a mistake early, make a lot of mistakes», «One prototype is a thousand words», «The first thing is to ask the client», «Do it together!» «Yes... and ...!») and stages (empathy, focus, idea presentation, prototyping, and testing). In addition, an example of the use of this method in the practice of a teacher is given.

Keywords: design thinking, idea, empathy, focus, prototype, testing, convergent thinking, divergent thinking.

Теруге 30.09.2020 ж. жіберілді. Басуға 19.10.2020 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

2,66 Мб RAM

Шартты баспа табағы 36,5.

Таралымы 300 дана. Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген З. С. Исакова

Корректорлар: А. Р. Омарова

Тапсырыс № 3701

Сдано в набор 30.09.2020 г. Подписано в печать 19.10.2020 г.

Электронное издание

2,66 Мб RAM

Усл.п.л. 36,5. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка З. С. Исакова

Корректор: А. Р. Омарова

Заказ № 3701

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

8 (7182) 67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz