

## Design thinking

**Design thinking** – это метод, полученный из бизнеса, который в центре ставит потребности и ожидания аудитории действий, поощряет частую проверку действий и решений, позволяя изменять их на каждом этапе. В Фонде „Szkoła z Klasą” уже много лет успешно переносят его на образовательную почву. На протяжении нескольких выпусков программы именно этот метод задавал ритм задач для школ в течение всего учебного года.

Прежде чем вдаваться в подробности, познакомьтесь с лозунгами, которые были созданы во время семинаров с учителями и прекрасно отражают дух этого метода:

→ Во-первых – **не влюбляйтесь в свои идеи** – в методе важны готовность регулярно получать обратную связь и открытость к многочисленным изменениям концепции. Чем больше вы привязываетесь к своему плану, тем труднее вам будет принимать замечания или указания или даже полностью менять направление действий. И это в этом процессе может произойти и, вероятно, произойдет.

→ Во-вторых – **дайте возможность удивить себя** – будьте любопытны и внимательны к голосам, которые вы соберете в рамках диагностики потребностей. Не делайте это исключительно для подтверждения своих предположений, просто на самом деле интересуйтесь всеми ответами. Читайте между строк, следите за тенденциями и, наконец, зарезервируйте время для анализа полученных результатов. Ответы, которые вы получите в диагнозе, могут быть вершиной, под которой могут скрываться невысказанные потребности и ожидания. Открытость для их поиска часто является первым шагом на пути сознательного обучения.

→ В-третьих – «обнимите» **ошибки** – это очевидно, что в процессе, к которому вы присоединяетесь, могут быть более тяжелые моменты, проблемы, не все из которых будут успешно решены. Это возможность узнать что-то новое – момент для анализа и размышлений. То, что происходит ошибка, это совершенно естественно. Важно сделать из этого выводы и не повторять в будущем. Процесс design thinking часто является путешествием в неизвестность. Не бойтесь того, что вы не знаете ответов на все вопросы и что возникают сомнения – думайте об этом как о возможности узнать что-то новое как для ваших учеников, так и для вас.

В самом конце введения мы должны предупредить вас. Дизайн мышление втягивает. Сознательное и целенаправленное прохождение всех этапов этого метода позволит по-разному взглянуть на повседневную работу. И из собственного опыта мы можем заверить вас, что это замечательное приключение, в которое мы приглашаем вас и ваших учеников и учениц.

Закрытие design thinking в кратком определении – это непростая задача, но давайте попробуем. Это организованный и командный процесс создания инновационных решений, основанный на эмпатическом понимании потребностей и мотивации аудитории.

### Что это значит на практике?

Решение, которое мы разрабатываем, должно наилучшим образом реагировать на фактические потребности целевой аудитории, которые мы узнаем благодаря их углубленному изучению. Сам процесс создания решения основан на творчестве разнообразной команды, выходит за рамки схем и является результатом тестирования прототипа и уточнения его на основе собранной обратной связи.

Метод взят из мира бизнеса, с ним работают лидеры рынка различных брендов от Apple до Google, Lego, Nike или Zalando, но также часто обращаются к нему стартапы. В Фонде „Szkoła z Klasą” мы годами работаем с этим методом и сегодня знаем, что его эффективно можно реализовать и в школе, в работе учениками и другими учителями. И это как во время

уроков, так и в более широком контексте работы с педагогическим советом или в привлечении всего школьного сообщества.

В принятом нами взгляде design thinking состоит из 5 этапов. Однако это не линейный процесс – он часто требует, чтобы вы возвращались к более ранним этапам, переопределяли проблему или тестировали решения совершенно другие, чем те, которые мы выбрали в первый раз. Поэтому стоит думать о нем как о сети связей между различными этапами.

## **Этап 1**

### **НАЧАЛО ЭМПАТИИ И ДИАГНОСТИКА ПОТРЕБНОСТЕЙ**

Подумайте о потребностях своих и потребностях группы,  
задавайте вопросы, определите основные направления вашей  
дальнейшей работы

## **Этап 2**

### **АНАЛИЗ РЕСУРСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ**

подумайте о том, что у вас есть, и  
сформулируйте проблему,  
с которой вы столкнетесь

## **Этап 5**

### **СОЗДАНИЕ ИДЕЙ И ПОИСК РЕШЕНИЯ**

реализуйте выбранные решения  
на практике, проверьте, достигли ли  
вы целей и подготовьте рекомендации

## **Этап 3**

### **СОЗДАНИЕ ИДЕЙ И ПОИСК РЕШЕНИЯ**

найдите различные решения,  
отфильтруйте их и выберите те,  
которые лучше всего подходят

## **Этап 4**

### **СОЗДАНИЕ ПРОТОТИПА**

создайте прототип выбранного  
решения, проверьте его и  
получите обратную связь

## ЭТАП 1: НАЧАЛО ЭМПАТИИ И ДИАГНОСТИКА ПОТРЕБНОСТЕЙ

Цель этого этапа – изучить потребности человека или выбранной целевой аудитории, которая будет получателем проекта, пользователем предлагаемого решения. Чтобы оно соответствовало потребностям и ожиданиям пользователей, вы должны знать их как можно лучше. Первый шаг – это сопереживание, то есть нужно почувствовать то, что чувствует наш получатель. Наиболее часто используемым инструментом здесь является персона, то есть в нашей версии **Печенька**.

### ПЕРСОНА

Это простой инструмент для построения профиля человека или символического представителя какой-то группы. Это позволит вам проанализировать, кто является получателем ваших действий, что вы о нем знаете, что его характеризует. Простая форма печенки (силуэт человека) позволяет свободно работать – писать, рисовать или вырезать – большой группе людей. При разработке решения стоит выйти за рамки самой проблемы и задуматься шире – кто он? что он делает? что ему нравится, а что нет? в каком контексте он функционирует? – ответы на эти вопросы позволят нам лучше соответствовать решению ожиданиям. Полезно составить список вопросов, которые помогут вам пройти через этот процесс – ценные советы вы можете получить, задав вопросы о хобби, способах проведения досуга или любимом блюде.

### ДИАГНОЗ

Следующим шагом является диагностика потребностей, то есть процесс задавания вопросов и поиска ответов. На этом этапе наша аудитория находится в центре внимания, и нам поручено как можно лучше понять, что ей нужно. Этот этап требует, чтобы мы слушали без критики и смотрели на проблему с точки зрения другого человека.

Диагноз можно проводить по-разному – качественно (например, используя индивидуальное или групповое интервью) или количественно (например, путем обследования). Мы можем обратиться к проверенным инструментам, но мы рекомендуем вам также использовать эти менее стандартные, например, говорящая стена или ящик идей. Подробнее об инструментах исследования потребностей в приложениях. Выбирая метод, стоит подумать о времени, которым мы располагаем, и о том, какая информация нам нужна. Качественные методы, безусловно, дают нам более подробную информацию (мы можем во время интервью

прояснить наши сомнения и спросить, чтобы лучше понять проблему), но это займет больше времени. Количественные методы, в свою очередь, могут помочь нам быстро собрать большой объем информации, но без возможности узнать подробности.

## **КАК ЭТО СДЕЛАТЬ ПРИ УДАЛЕННОМ ОБУЧЕНИИ?**

Вы можете использовать инструменты Tik: Meet, Teams или Zoom, чтобы вы могли встретиться для интервью, Jamboard или Padlet, чтобы вы могли собрать ожидания в виде виртуальных самоклеющихся заметок, а Google Forms - для проведения опроса. Вы можете использовать общий текстовый документ или рисунок для создания профиля пользователя.

## **ЭТАП 2: АНАЛИЗ РЕСУРСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ**

Собрав всю информацию с более раннего этапа, стоит тщательно ее проанализировать. Будьте открыты для информации, которая вас удивит или не согласится с вашими предположениями. Если на этом этапе вы обнаружите, что вам нужно что-то спросить, не стесняйтесь – стоит на каждом этапе быть готовым к консультированию и разговору с вашей целевой аудиторией.

Следующим шагом в процессе является анализ ресурсов – подумайте о том, чем вы располагаете в контексте вашего плана. Проанализируйте основные принципы проекта, цели, которые вы ставите перед собой, и график программы, подумайте о команде, с которой вы будете работать, и более широко о школьной среде, в которой вы будете выполнять свои действия. Ищите ответы на вопросы:

- Что вы планируете?
- \* Какую цель/цели вы ставите перед собой? (может быть полезен метод S.M.A.R.T., поддерживающий формулировку целей – детали в приложении)
- После чего вы узнаете, что сможете реализовать поставленную цель / цели?
- \* Какими ресурсами вы располагаете (финансовыми, человеческими, материальными, информационными)?
- \* Сколько у вас времени на выполнение задачи?

## **АНАЛИЗ**

Зная все это, вы готовы определить проблему. Четкое сохранение задачи позволит вам лучше планировать следующие шаги. Вы можете записать проблему в виде вопроса:

### **Что мы может... (сделать/изменить/создать) чтобы...?**

Стоит позаботиться о том, чтобы вопрос был ни слишком широким (мы знаем, на какую потребность отвечать) или слишком узким (не содержит в себе решений) и относилось к собранной ранее информации и идей. При поиске наиболее актуального вопроса сгенерируйте несколько из них – не всегда первое, что приходит на ум, является лучшим. Чтобы добраться до сути мотивации наших пользователей, вы также можете использовать метод 5X почему, описание которого вы найдете в приложении.

### **КАК ЭТО СДЕЛАТЬ ПРИ УДАЛЕННОМ ОБУЧЕНИИ?**

Вы можете использовать инструменты ТИК: для создания вопросов или анализа ресурсов полезен будет общий текстовый документ или доска Jamboard, на которой каждый сможет вписать свои идеи.

### **ЭТАП 3: СОЗДАНИЕ ИДЕЙ И ПОИСК РЕШЕНИЯ**

После правильной подготовки, только третий этап — это время для генерации идей. И это одно из самых ярких изменений, которые приносит design thinking. Как правило, мы не резервируем время для анализа, а, столкнувшись с проблемой, сразу приступаем к генерации идей ее решения. Без учета выводов предыдущих этапов мы можем принять концепции, которые не будут достаточно хорошие или вообще не будут отвечать потребностям нашей целевой аудитории. Design thinking должен изменить этот порядок, и генерации решений предшествует тщательный анализ.

Цель этого этапа – создать как можно больше идей, ведущих к достижению цели, и выбрать то решение, которое мы хотели бы создать и протестировать на следующих этапах. Самый популярный способ генерации идей — это мозговой штурм, однако стоит помнить о нескольких правилах использования этого инструмента.

## 5 ПРАВИЛ МОЗГОВОГО ШТУРМА

1. идите на количество, а не на качество
2. стройте свои идеи на идеях друг друга – «да, и...» вместо «нет, но...»
3. не критикуйте, запишите любую идею, на их выбор придет время позже
4. не ограничивайте свое мышление – создавайте сумасшедшие идеи!
5. используйте рисунки и лозунги, чтобы изобразить идеи

Также может быть интересной идеей использовать обратный мозговой штурм – для этого мы формулируем наш вопрос отрицательно (например, как мы можем заставить детей не чувствовать себя хорошо в школе?), чтобы в результате генерировать все худшие идеи для решения. В конце мы меняем их на противоположности.

### СОРТИРОВКА ИДЕЙ И ВЫБОР ЛУЧШЕЙ

Следующим шагом является сортировка идей и выбор наилучшего решения. Для этого стоит сначала упорядочить идеи, например, сгруппировать похожие друг с другом, а затем использовать один из многих методов оценки и отбора (**голосование точками, шляпы де-Боно, метод сот, матрица влияния и усилия** – их описания вы найдете в приложении).

**ВАЖНО:** при выборе окончательного решения обязательно вернитесь к анализу ресурсов предыдущего этапа и подумайте о критериях, которые могут иметь отношение к выполнению задачи (затраты, навыки, инструменты). Они призваны вернуть нас на землю и воплотить в жизнь наш проект. Для этого полезно использовать инструмент **Крот**. Он разделен на три части: верхняя часть с облаками и солнце – это место, чтобы вписать все самые лучшие ваши идеи - не думайте здесь о каких-либо ограничениях (финансовых, институциональных или пространственных). Эти оставьте в нижней части рисунка, то есть коридоры крота, выписав там препятствия, которые могут затруднить или помешать реализации идей в описанной выше форме. Последний элемент — это здание школы, расположенное посередине. Это место для ввода реальной идеи (даже модифицированной), которую вы можете реализовать. Мы призываем вас выполнить это упражнение, потому

что часто написанные на плакате выводы заставляют нас смотреть на реальность по-другому.

### **КАК ЭТО СДЕЛАТЬ ПРИ УДАЛЕННОМ ОБУЧЕНИИ?**

Вы можете использовать инструменты ТИК: Mural или Padlet позволит нам собрать идеи, а соответствующие настройки также позволят голосовать за них. Во время встречи на Meet, Teams или Zoom вы можете обсудить идеи, а общие текстовые документы использовать для анализа решений.

## ЭТАП 4: СОЗДАНИЕ ПРОТОТИПА

На этом этапе вы создадите прототип выбранного вами решения. Прототипирование – это образовательная ситуация, когда мы учимся принимать обратную связь и показывать неготовность. Это этап, на котором будут появляться ошибки и возможности учиться на них. Здесь важно размышлять о том, что пошло не так. Если вы видите, что ваша идея не работает, будьте готовы изменить ее (вернуться к этапу генерации идей) или внести изменения.

### ПРОТОТИП

Прототипом может быть физический, цифровой предмет или опыт (например, пробный урок или репетиция представления). Прототип позволяет нам поделиться идеей и обсудить ее с остальной командой или целевой аудиторией. Он может иметь форму раскадровки, диаграммы, модели, макета, доски вдохновения, сценки, эскиза, черновика и т. д. Для учителей он также может иметь форму описания упражнения или сценария урока, который мы проверим вместе со студентами, чтобы узнать, как он работает.

**ВАЖНО:** потратьте на этот этап столько времени и усилий, сколько необходимо для того, чтобы представить решение. Нет смысла дописывать его, потому что он еще не раз будет изменен под влиянием обратной связи, которую вы получите (например, репетиция спектакля, в ходе которой актеры еще не знают наизусть свои тексты, но вы можете проверить свет, звук, сценографию, а также, например, услышать диалоги и оценить динамику пьесы). Также стоит помнить, что прототип не нужно тестировать в полном объеме, а зачастую достаточно лишь проверить функциональность отдельных его элементов.

## ЭТАП 5: ТЕСТИРОВАНИЕ ВЫБРАННЫХ РЕШЕНИЙ

Целью этого этапа является планирование и тестирование выбранного решения, а также размышление о степени достижения цели и оценка решения. Полезно использовать инструменты, которые помогут нам спланировать совместные действия и поделиться задачами. Работая с учениками, вы можете использовать **Путь**, на котором по очереди вы будете писать следующие шаги, связанные с тестированием и реализацией предлагаемых решений. Позаботьтесь о том, чтобы каждый из членов команды знал, какие задачи ему поручены и когда он должен их выполнять (график: кто? что? когда?).

### ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Важным элементом этого этапа является сбор и, по возможности, включение обратной связи. Держите себя открытыми для внимания других людей. Здесь стоит использовать различные методы: интервью, панельная дискуссия, опрос, оценочный ваучер, выход, говорящая стена, о которых вы прочтете в приложении.

Возможно, что собранная обратная связь не будет приятной, однако размышление над ним необходимо для внесения изменений в прототип. И тут стоит вспомнить лозунг из предисловия – **не влюбляйтесь в свои идеи!** Вам будет легче объективно взглянуть на обратную связь. Для сбора выводов этапа тестирования можно использовать метод start, stop, Continue, о котором подробнее читайте в приложении.

**ВАЖНО:** зарезервируйте время, чтобы по мере необходимости вернуться к прототипу и усовершенствовать его. Кроме того, после тестирования стоит рассмотреть решение в контексте цели / целей и показателей успеха, созданных на втором этапе. Эта проверка может привести к внесению изменений, которые позволят наилучшим образом реагировать на ваши потребности.

### КАК ЭТО СДЕЛАТЬ ПРИ УДАЛЕННОМ ОБУЧЕНИИ?

Вы можете использовать инструменты ТИК: Trello или Asana для облегчения создания плана, Slack, Teams или Classroom для асинхронной связи в команде, а общий диск облегчит сбор результатов прототипирования. Опросы, такие как Google Forms, позволяют быстро собрать обратную связь, а общий документ – сделать выводы на будущее.

Так в теории выглядит метод design thinking. Вызов, к которому мы вас приглашаем, позволит вам проверить на практике, как выглядит школьная работа с использованием этого метода.

## ВВЕДЕНИЕ К ВЫЗОВУ

Ваша задача – выполнить цель в выбранной вами задаче в соответствии с процессом, разработанным методом design thinking. Вы можете выбрать задачу, которую вы будете выполнять вместе с учениками в группе. Мы хотим, чтобы вы проверили, как работает этот метод на практике.

Как вы выиграете от внедрения design thinking в школьную работу? Это способ проектной работы, в котором вы отвечаете реальным потребностям. Исходя из ваших потребностей, вы можете подготовить решения для конкретной аудитории. Здесь нет никакой рутины или повторяемости. Благодаря методу развивается чувство работоспособности как у учеников, так и у других учителей. У вас также есть возможность организовать процесс проектирования, чтобы его было легче реализовать.

Вы будете расширять межличностные компетенции (сотрудничество, лидерство), управление временем и задачами, а также, используя информационно-коммуникационные технологии, также цифровые. Процесс design thinking можно использовать как для планирования уроков, создания различных дизайнерских продуктов по всем школьным предметам, так и для внеклассной работы с молодежью. Он также будет работать в сотрудничестве с педагогическим коллективом и другими представителями школьного сообщества.

## ГРАФИК

дата	элементы программы	главные задания
1.12	старт II вызова: <b>design thinking</b> – показание материалов	ознакомление с материалами
7.12	открытие встречи – практически о II вызове	активное участие во встрече
	выполнение задачи при поддержке модератора	
13.01	стоп-кадр – встреча на середине II вызова	заполнение формы «Как дела?» и участие во встрече
	реализация задачи при поддержке модератора	
15.03	итоговая встреча на тему реализации II вызова	заполнение формы «Как все прошло?» и участие во встрече

## **ВАРИАНТЫ**

В этой задаче мы приглашаем Вас выполнить как минимум одно, так и максимум два действия на основе метода design thinking. Каждый из них включает в себя прохождение всех пяти этапов метода, но может случиться так, что отдельные этапы вы будете проходить более одного раза в рамках выполнения вашей задачи. Мы призываем вас спланировать и протестировать один из трех предложенных вариантов:

Три урока в ответ на потребности учеников реализованы вокруг одного вопроса из основы программы вместе со вспомогательными материалами.

### **ИЛИ**

Проект или социальная кампания в ответ на потребности выбранного сообщества (например, класс, школьная группа, внеклассная группа, выбранное местное сообщество).

### **ЗАДАНИЕ СО ЗВЕЗДОЧКОЙ**

Междисциплинарный проект (вписывающийся в реализацию программной основы или нет), реализуемый совместно с другими преподавателями, связанный с интересами выбранной группы учеников.

## **КАК ШАГ ЗА ШАГОМ РЕАЛИЗОВАТЬ ВЫЗОВ?**

В зависимости от того, какой вариант задачи вы решаете, вы можете работать с группой учеников или же целым классом, с учителями и преподавателями одного предмета или же междисциплинарно. Вы всегда можете разделить группу на команды, одновременно выполняющие различные проектные задачи в ответ на потребности одного и того же сообщества. Работать в небольших проектных командах проще, а идеальная команда состоит из 4–6 человек. В такой ситуации ваша задача – умерить ход проекта, а также ввести последующие этапы реализации проекта и назначить сроки (особенно при работе с менее

опытными группами). При необходимости вы можете оказать экспертную поддержку командам или взять на себя роль посредника в конфликтных ситуациях. Воспользуйтесь нашим чек-листом, который позволит вам пройти процесс в духе метода design thinking:

### ЭТАП 1: ДИАГНОСТИКА ПОТРЕБНОСТЕЙ

- \* Создайте проектную группу.
- \* Выберите целевую аудиторию вашей деятельности и создайте персону ее представителя.
- \* Выберите метод / методы диагностики потребностей этой группы и проведите обследование.

### ЭТАП 2: АНАЛИЗ РЕСУРСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ

- \* Подумайте о том, чем вы располагаете в контексте вашего проекта.
- \* Сформулируйте цели проекта и критерии успеха и установите график работы.
- \* Определите проблему в виде вопроса.

### ЭТАП 3: СОЗДАНИЕ ИДЕЙ И ПОИСК РЕШЕНИЯ

- \* Создайте как можно больше идей для решения проблемы.
- \* Отфильтруйте идеи.
- \* Сделайте выбор решения с учетом результатов действий на предыдущих этапах.

### ЭТАП 4: СОЗДАНИЕ ПРОТОТИПА

- \* Создайте прототип решения в выбранной вами форме.
- \* Представьте прототип избранным людям из целевой аудитории.
- \* Собирайте отзывы и анализируйте их для уточнения решения.

## ШАГ 5: ТЕСТИРОВАНИЕ ВЫБРАННЫХ РЕШЕНИЙ

- \* Подготовьте окончательную форму решения и представьте его целевой аудитории.
- \* Соберите обратную связь снова и, если необходимо, продолжайте совершенствовать решение
- \* Оцените проект – в контексте достижения цели / целей и критериев успеха, а также подготовьте рекомендации для последующих проектов такого типа.

## ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

### ПОЧЕМУ МЫ НЕ ПЕРЕВОДИМ НАЗВАНИЕ МЕТОДА НА ПОЛЬСКИЙ ЯЗЫК?

Название design thinking происходит от английского языка (design – проектировать, think – думать). Польский перевод "дизайнерское мышление" с самого начала вызывал наше внутреннее возражение, потому что в нем ускользает открытость, которая так важна в этом методе. В первых публикациях мы использовали название "дизайнерское мышление", но пришли к выводу, что такой перевод лишает смысла и часто ставится знак равенства между дизайнерским мышлением и дизайнерским методом работы. Между тем, design thinking – это, помимо метода, способ мышления, который не идет “на ярлыки”. Поэтому мы решили популяризировать название на английском языке.

### СКОЛЬКО ВРЕМЕНИ ЗАРЕЗЕРВИРОВАТЬ ДЛЯ КАЖДОГО ИЗ ЭТАПОВ?

Однозначно ответить на этот вопрос невозможно. В программе весь процесс design thinking мы запланировали на более чем 3 месяца, потому что мы заботились о том, чтобы вы могли свободно вписаться в его выполнение с повседневными обязанностями. Несмотря на то, что у нас есть опыт работы с программой **Добавлена стоимость**, в которой мы смогли весь процесс design thinking вписать в два часа занятий, мы призываем вас распределить выполнение этой задачи во времени. По опыту мы знаем, что для первых двух этапов диагностики стоит зарезервировать больше места, чтобы можно было провести тщательный анализ и как лучше подготовиться к следующим шагам. Тем более, что чем больше информации вы соберете, тем эффективнее вы будете генерировать идеи для решения на следующих этапах. Планируя график работы, стоит также оставить время для внесения изменений, вытекающих из полученной обратной связи и подготовки рекомендаций после завершения процесса. Помните, что в design thinking потребности всегда находятся в центре – подберите к ним режим вашей работы, чтобы вы и ваши ученики выиграли от этого.

### КАК ЭТОТ МЕТОД ИСПОЛЬЗУЮТ КРУПНЫЕ КОМПАНИИ?

Коммерческие компании в первую очередь проводят исследования потребительского рынка на постоянной основе. Элемент диагностики потребностей клиентов является ключевым во многих отраслях промышленности. Но многие из этих компаний идут еще дальше.

Компания со спортивной одеждой Nike для команд, разрабатывающих обувь, приглашает своих будущих пользователей, чтобы уже на этапе проектирования услышать, на что они обращают внимание, решив купить, например, кроссовки. Известный во всем мире портал краткосрочной аренды жилья Airbnb в самом начале деятельности, от краха спас мозговой штурм, в которой возникла идея на представление предложений на профессиональных фотографиях. Netflix или Youtube, все время "учится" у своих пользователей, например, рекомендуя больше позиций для просмотра на основе предыдущих поисков. Вы также заметили, что ваш профиль в Facebook часто меняется, однако это происходит не у всех одновременно. Прототип нового внешнего вида и добавленных функциональных возможностей получает в первую очередь выбранная группа (возрастная, национальная и т.), а на основе их обратной связи вносятся изменения, и только окончательная версия достается всем пользователям. Поэтому design thinking почти везде, и ваш школьный опыт, безусловно, почувствовал вас на поиски элементов этого метода в окружающем вас мире.

## **ОТЧЕТНОСТЬ**

В каждой задаче мы попросим вас дважды заполнить форму с несколькими вопросами: в середине работы и в конце.

Вы получите ссылку на форму от модератора в соответствии с графиком данной задачи.

## **ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ**

Учитель польского языка заметил, что ученики старших классов в его начальной школе мало и неохотно читают (меньше всего на библиотечных карточках). Каждый разговор о книгах заканчивается одинаково – молодые люди уходят к играм, сериалам, ютуберам и тиктокерам. Он решил как-то ободрить их чтением, но, прежде чем перейти к действию, заявил, что не стоит делать это в одиночку.

### **ЭТАП 1: ДИАГНОСТИКА ПОТРЕБНОСТЕЙ**

#### **\* Создайте проектную группу.**

В первую очередь к сотрудничеству он пригласил всех учителей польского и преподавательницу-библиотекаршу. В планах у них было присоединение к команде представителей школьного самоуправления и других союзников, которые появятся в ходе реализации предприятия.

#### **\* Выберите целевую аудиторию вашей деятельности и создайте персону ее представителя.**

Основываясь на наблюдениях и опыте работы с различными классами, команда решила направить свою деятельность в старшие классы начальной школы. Следующим шагом была подготовка персоны представителя этой целевой аудитории. Это была возможность посмотреть, какие ученики у них в классе, что они знают о них, что им нравится, чем они интересуются, какова их домашняя обстановка.

#### **\* Выберите метод / методы диагностики потребностей этой группы и проведите обследование.**

В своих поисках причин нежелания читать они решили сделать ресерч в интернете и посмотреть, какие исследования, касающиеся чтения в этой возрастной группе, могут быть полезны, провести групповые беседы на уроке воспитания и опросы с родителями во время сбора. Оказалось, что чтение – это беда не только потому, что мы живем в изобразительной культуре, но и потому, что:

- a) у детей нет дома возможности читать, нет тихого места, не хватает хорошего освещения;
- b) библиотека спрятана в другом конце школы, в ней отсутствуют книжные новинки;
- c) у детей очень много внешкольных обязанностей, они также хотят проводить с родителями, а еще у них есть домашние дела и домашнее задание;
- d) дети считают чтение канона скучным и вообще препятствуют этой деятельности.

## **ЭТАП 2: АНАЛИЗ РЕСУРСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ**

**\* Подумайте, чем вы располагаете в контексте вашего проекта.**

Из анализа ресурсов следует, что один из родителей работает в издательстве, ваша библиотекаря в коллективе, а в школе скоро будет организовано общешкольное мероприятие, за которое выступает директор. Ограничения: низкий бюджет (большой процент небогатых родителей), довольно много родителей, с которыми трудно работать.

**\* Сформулируйте цели проекта и критерии успеха и установите график работы.**

Команда хотела бы, чтобы увеличилось количество заимствованных книг в школьной библиотеке, где регулярно будут появляться издательские новинки. Предстоящее мероприятие они хотели бы использовать для объявления предприятия, а все это подведут к концу учебного года. Они определили, кто и за что отвечает в команде, и запланировали регулярные рабочие встречи.

**\* Определите проблему в виде вопроса.**

Как мы можем повлиять на учеников, чтобы они охотнее читали книги?

## **ЭТАП 3: СОЗДАНИЕ ИДЕЙ И ПОИСК РЕШЕНИЯ**

**\* Создайте как можно больше идей для решения проблемы.**

В мозговом штурме создали всевозможные идеи, соответствующие замеченным и диагностированным потребностям, в частности, организация книжной ярмарки в школе, плебисцит на книгу месяца, уголок, библиотека на крупнейшем коридоре, организация школьного читального зала, выбор книги, которая присоединится к школьному канону для чтения, школьный, день с книгой без домашней работы, пополнение библиотеки новыми позициями, создание базы ютуберов и тиктокеров, которые делают рецензии книг, встречи с авторами книг, мастер-классы, писательские семинары

**\* Отфильтруйте идеи.**

Из-за финансовых ограничений отказались от дорогостоящих идей по расширению книгохранилищ. Из-за напряженного графика идея с писательскими семинарами была отложена во времени. Идея создания базы ютуберов и тиктокеров была перенесена на кружки интересов.

**\* Сделайте выбор решения с учетом результатов действий на предыдущих этапах.**

Были выбраны идеи: организация книжной ярмарки в школе, плебисцит на книгу месяца, библиотечный уголок в самом большом коридоре, день с книгой и без домашней работы, который будет организован в рамках школьной акции «Моя любимая книга».

#### **ЭТАП 4: СОЗДАНИЕ ПРОТОТИПА**

**\* Создайте прототип решения в выбранной вами форме.**

Запланирован небольшой пробный книжный рынок, на котором ученики обмениваются своими уже прочитанными книгами. В запланированном месте книжного шкафа установлен макет из картона, чтобы убедиться, что он не будет мешать ежедневному использованию этого пространства.

**\* Представьте прототип избранным людям из целевой аудитории.**

Небольшая ярмарка проходила в одном из 5 классов. Ученики заметили макет в коридоре, и в ящик идей они бросили свои снимки того, что это может быть. На педагогическом совете был представлен план на день с книгой и без домашней работы.

**\* Собирайте отзывы и анализируйте их для уточнения решения.**

Ученики охотно приносили книги на обмен, им не хватало каких-то других развлечений и обмена только книги за книгу (например, книга за кусок собственноручно испеченного пирога). Первоначально предлагаемое место для книжного шкафа оказалось недостаточным, потому что оно занимало путь поставок в школьный магазин и мешало доступу в один из залов.

## **ШАГ 5: ТЕСТИРОВАНИЕ ВЫБРАННЫХ РЕШЕНИЙ**

**\* Подготовьте окончательную форму решения и представьте его целевой аудитории.**

Был подготовлен большой книжный рынок. Ученики и ученицы всей школы, а также учителя и учительницы принесли много книг и поделок (сладостей, тортов, рисунков), которыми они обменивались между собой. Книги, которые не нашли новых владельцев, стояли на книжном шкафу в коридоре между окнами, в будущем там также появятся пуфы для чтения (одна из идей из ящика).

**\* Соберите обратную связь и, при необходимости, продолжайте совершенствовать решение**

Ученики во время бесед и итогов после ярмарки заявляли, что хотели бы проводить такую акцию регулярно, но обратили внимание на слабую раскрутку мероприятия – не все знали об акции. В следующий раз они предложили рекламные акции на школьном профиле Facebook. Они также сказали, что книжный шкаф в коридоре мрачный и грустный. Поэтому ученики в художественном классе подготовили свою идею для рисования книжного шкафа, его шаблон должен меняться каждый семестр. Не все ученики были довольны результатами первого плебисцита за книгу месяца.

**\* Оцените проект-в контексте достижения цели / целей и критериев успеха, а также подготовьте рекомендации для последующих проектов такого типа.**

Книжный рынок помимо собственных книг, можно дополнить недорогой добычей с интернет-аукционов. Увеличилось количество заимствованных книг в школьной

библиотеке, продолжают появляться книги в библиотечном уголке. Ученики с большей вероятностью будут говорить об интересных книгах. К сожалению, не все учителя сократили домашние задания, и над этим еще предстоит поработать. В плебисците на книгу месяца необходимо запланировать 2 или 3 категории книг, чтобы каждый нашел среди них что-то для себя.

А теперь вперед! Помните, что этот вызов расписан более чем на три месяца, но в процессе будут праздничные каникулы, конец семестра и сдача оценок. Стоит с самого начала хорошо спланировать график вашего приключения с design thinking.

Мы неизменно готовим вас к использованию модераторской поддержки. Модераторы дежурят раз в неделю и всегда рады поддержать вашу деятельность.

До встречи на открытии второго вызова уже **7 декабря** – подробности события в мейле.

Удачи вам!

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ:

\* Словарь понятий, связанных с вызовом design thinking: <https://www.szkolazklasa.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/slowniczek-pojec-zwiazanych-z-metoda.pdf>

\* Инструменты диагностики потребностей (и оценки): <https://www.szkolazklasa.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/narzedzia-diagnozy-i-ewaluacji.pdf>

\* Инструменты и методы, поддерживающие работу по методу design thinking: <https://www.szkolazklasa.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/narzedzia-wspierajace-prace-metoda.pdf>

\* Практические примеры использования design thinking в школе:  
<https://www.szkolazklasa.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/praktyczne-przyklady-wykorzystania-metody-w-szkole.pdf>