

Крамская Наталья Владимировна

канд. социол. наук, доцент, профессор
ФГБОУ ВО «Тюменский государственный
институт культуры»
г. Тюмень, Тюменская область

ИГРА КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ-ДИЗАЙНЕРОВ

***Аннотация:** в данной статье рассмотрены особенности метода «игра» как эффективной формы обучения. Отражены определения понятий «современное образовательное пространство», «эффективная коммуникация», «игра». Приведены примеры названий заданий для студентов-дизайнеров.*

***Ключевые слова:** современное образовательное пространство, эффективная коммуникация, игра, дизайн, проектирование.*

Любое современное образовательное пространство – это социокультурное пространство, в котором посредством различных форм коммуникации раскрываются индивидуальные черты личности обучаемого.

В наш век информационной перегрузки в образовательном процессе необходимо достижение эффективной коммуникации. Эффективная коммуникация это, когда в процессе общения, обмена мыслями, идеями, передачи того или иного содержания от одного сознания к другому удастся полностью завладеть вниманием собеседника, на уровне всех его пяти чувств – пяти видов восприятия информации: визуальном, аудиальном, тактильном, обонятельном, вкусовом. А в образовательном процессе как минимум на визуальном, аудиальном и тактильном уровнях.

Современных детей, зазомбированных гаджетами, очень сложно искренне заинтересовать, с моей точки зрения один из эффективных способов – это игра, игра на всех уровнях образовательного процесса. Мы все родом из детства и все

любим игры. Игра как процесс моделирования производственной ситуации в целях выработки наиболее эффективных решений и профессиональных навыков, а также необходимых человеческих черт, качеств и развития способностей.

В своей педагогической практике процесс выдачи проектного задания студентам-дизайнерам я превращаю в игру. Все эти методики не новы, но очень эффективны.

Как осуществляется процесс – существует один общий проект, но тема для исследования, в рамках проекта, может быть индивидуальна. Дизайнеры – это, прежде всего, исследователи, поэтому и нужны проекты как лабиринты – вроде и понятно что делать, но каждый должен найти свой выход из лабиринта – «проектный ход». Формулировка задания для всех всегда одна, а дальше можно индивидуализировать. Во-первых, это сразу лишает студентов возможности схитрить, воспользоваться наработками однокурсников. Для этого я заранее готовлю варианты задания или предлагаю каждому написать свой, а потом обменяться не глядя с однокурсниками. Любые образовательные цели и задачи можно вписать в контекст интересного проекта, которым можно увлечь студента, превратить его образовательные будни в праздник. Студенты не всегда любят думать, а инициативных, мотивированных просто единицы. Поэтому я постоянно усложняю задачи. Вся система заданий выстроена по нарастающей – от простого к сложному – к выполнению дипломного проекта. Я стараюсь изменять задания каждый год, так как то, что было интересным молодежи 2–3 года назад, уже утратило актуальность.

У студентов-магистрантов нашего факультета в социальных сетях есть #ачтовынамагистратуределаете, и в принципе иногда полезно туда заглядывать, чтобы определиться с тем в правильном ли направлении ты движешься. Это своеобразная обратная реакция на твои действия, зацепило ли их задание или стоит внести дополнения или изменения.

Приведу несколько примеров названий заданий для студентов-дизайнеров: «Ассоциации в дизайне (линия, форма, цвет, текстура / фактура)», «Бумажный

алфавит» – варьируется техника исполнения проекта: квиллинг, вырубка, переход из плоскости в объем и т. д., «Марка или открытка на каждый день» (фиксация твоего дня – вдохновение, цвет, слово, шрифт, образ и т. д.), «Ланч-бокс для авиакомпании», «Настенный календарь «Вечность» (бесконечный календарь), коллективный проект «Выставка «Глобальное потепление», «Упаковка (XS, S, M, L, XL)», «Интерьер «Капсула», проект «10 рецептов счастья» и т. д.

Большое внимание в работе над дизайн-проектом уделяется изучению целевой аудитории, так как всегда важно знать, для кого ты работаешь, изучить проблемы и потребности своей аудитории. Ведь дизайнеру как никому другому необходима обратная реакция иначе весь процесс теряет смысл.



Рис. 1. Проект студентов-дизайнеров 1 курса «Портрет буквы». «Буква «Я»



Рис. 2. Проект 1 курса «Pop-up book «Путешествия по странам и континентам». «Фиджи»



Рис. 3. Проект 2 курса «Ланч-бокс для авиакомпании».

Кубинская и канадская авиакомпании

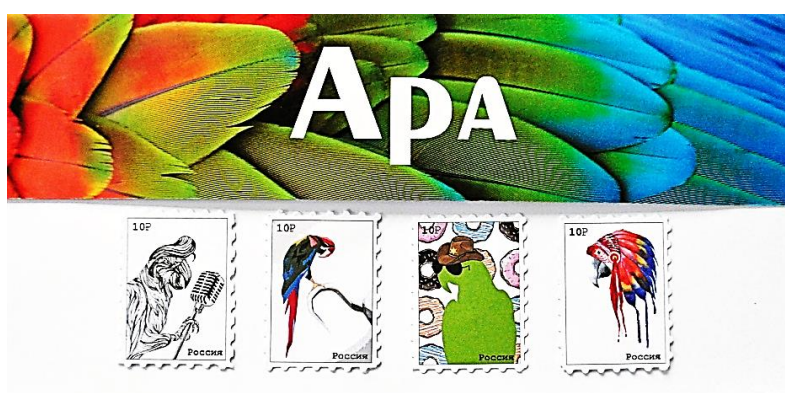


Рис. 4. Проект 2 курса «Набор почтовых марок». «Ара»



Рис. 5. Проект 1 курса магистратуры «Набор почтовых марок «Новый год». Фрагмент