

ХУДОЖНЬО-ЕСТЕТИЧНА ТА ЕКОНОМІЧНА ДЕТЕРМІНОВАНІСТЬ РОЗВИТКУ ДИЗАЙН-ОСВІТИ

В статье анализируются детерминанты профессиональной подготовки будущих специалистов в специфической области человеческой деятельности – дизайне, а также зависимость развития дизайн-образования от экономического состояния общества и его художественно-эстетических потребностей.

The article analyses the determiners of future specialists' vocational training in specific area of human activity like design. The article studies the dependencies of design education on economic development of the society and its artistic-aesthetic needs.

Сучасний дизайн сформувався у постіндустріальний період розвитку суспільства і визнаний світовою спільнотою як особлива сфера людської діяльності. Він втілює у собі діалектичну єдність соціального, етнічного, виробничо-економічного, організаційно-адміністративного, інформаційного, особистісного елементів, які суттєво впливають на формування та задоволення потреб людини і розвиток художньо-естетичної культури суспільства.

Разом із розвитком вітчизняного дизайну, розквіт якого припав на роки перебудови з середини 80-х, актуалізувалася проблема підготовки висококваліфікованих фахівців у галузі дизайну. Отже, з'явилися і нові тенденції у розвитку дизайн-освіти.

Від початку розвитку промислового способу виробництва, на відміну від індивідуального ремісничого, сучасна цивілізація розглядається як технократична. У зв'язку з цим склалася вузькопрофільна система підготовки фахівців, головним завданням якої є формування і розвиток відповідних знань, умінь і навичок. Розвиток культури особистості, потреба суспільства у її індивідуальній своєрідності, творчому потенціалі декларується, але переважно залишається поза впливом застарілих освітніх систем.

Одним з найефективніших і оптимальних засобів розвитку та широкого розповсюдження дизайнерської культури є створення інноваційних навчальних закладів системи загальної та професійної освіти. Основне завдання професійної освіти: підготовка кваліфікованого працівника відповідного профілю, конкурентоздатного на ринку праці, компетентного, відповідального, що вільно володіє своєю професією і орієнтується в суміжних областях діяльності, готового до постійного професійного зростання, соціальної та професійної мобільності. Можливості такої професійної підготовки значно розширюються, якщо брати до уваги

відповідність розвитку дизайн-освіти розвитку художньо-естетичної культури суспільства. Вирішення такого завдання, у свою чергу, вимагає відповідного кадрового забезпечення. У такій ситуації настала сутнісна необхідність створення навчально-програмних матеріалів, науково-методичних і методичних розробок, підготовки дизайнерів з різних напрямів діяльності, а разом з тим викладачів, здатних не лише вчити знанням, умінням і навичкам, а спроможним впливати на розвиток особистості майбутнього дизайнера, на процес зростання його художньо-естетичної культури.

Машинне виробництво природно поклало початок виникненню нового класу, інтереси якого визначалися не стільки сферою культури, скільки отриманням прибутку. Дизайн мав в основному два джерела кадрового поповнення: з одного боку, талановиті і художньо обдаровані інженери з вищою технічною освітою та дилетантськими уявленнями щодо художньо-естетичної складової продукту своєї інженерної творчості, з другого – художники з фундаментальною мистецькою освітою, широким спектром інтересів, у тому числі й у технічних галузях, але на рівні аматорського знання технологій виробництва.

Переважно художня інтелігенція з самого початку і дотепер з недостатнім розумінням ставиться до дизайну як нової сфери діяльності, вбачаючи в ній лише спаплюження принципів «чистого мистецтва» і загрозу поневолення людини машиною. Але чим наполегливіше втілювався в життя принцип «мистецтво заради мистецтва», тим швидше зростала кількість непроданих станкових картин, статуй з бронзи і мармуру. Під тиском вельми «земних» обставин перед художниками постала необхідність переглянути ставлення до створення корисних речей. Таким чином, третім джерелом кадрового поповнення сфери дизайну стали люди, до яких приходить розуміння значимості економічного ефекту від поєднання досягнень інженерії і мистецтва.

У середовищі діячів промисловості різних країн висувається завдання подолання (за допомогою нових форм співдружності інженера-конструктора і художника) розриву, що утворився в процесі відтворення предметного світу між мистецтвом, ремеслом і машиною. Спочатку вирішення цієї проблеми бачили в «додаванні» форм мистецтва до промислових виробів, щоб повернути їм видимість традиційних творів ужиткового мистецтва. У переважній більшості ці вироби – пофарбовані та розмальовані без усякого зв'язку з матеріалом і формою – представляли собою суцільну плутанину стилів. Але вже багато хто з учасників цього процесу, що відбувався в сфері матеріального виробництва, розумів істотну відмінність характеру масової машинної продукції від традиційного ужиткового мистецтва.

Звідси виникла потреба у створенні спеціалізованих навчальних закладів, головним завданням яких є цілеспрямована професійна підготовка дизайнерів, здатних ідеї технічного конструювання органічно поєднувати з ідеями формування предметного естетичного середовища.

Таким чином, художньо-естетична та економічна детермінованість виникнення і розвитку дизайн-освіти проявила себе як складова загальної системи професійної освіти. Разом з тим, зародження і розвиток вітчизняної дизайн-освіти у традиціях існуючої пострадянської системи освіти наклали відповідний відбиток на освітню галузь, яка мала би готувати фахівців із незаангажованим, креативним дизайнерським мисленням.

Вітчизняна дизайнерська освіта, – пише В.Ф. Прусак, – здавна існувала і дотепер існує, за формулюванням офіційних документів і публікацій, “виходячи з потреб промисловості” чи за “соціальним замовленням”. Відповідно до “потреб промисловості” планувалась кількість спеціалістів вищої і середньої ланки. За так званим “соціальним замовленням” переважно формувались навчальні програми, і в такий спосіб створювався “образ” випускника дизайнерської школи. Натомість зв’язки дизайнерської освіти з головним “замовником” – промисловістю – були і залишаються досить односторонніми: “абстрактна промисловість” не може задати ні критеріїв оцінки якості спеціалістів, ні навіть їх приблизної кількості [4, 18-19].

Отже, функціонування і розвиток дизайн-освіти вимагає перегляду традиційних підходів до підготовки фахівців цього напрямку.

Потреби суспільства і динамічність запитів на виробництво сучасних (модних) виробів з високою функціональною і естетичною якістю ставить на порядок денний задачу підготовки висококваліфікованих дизайнерів і створення у вищих навчальних закладах аналітичних служб, які виявляли б тенденції та здійснювали маркетингові дослідження ринку праці і забезпечували прогнозування перспектив розвитку дизайну, а разом з тим наукове обґрунтування управлінських рішень стратегічного характеру у сфері дизайн-освіти.

Проведення досліджень має здійснюватися в єдності з аналізом чинників, які безпосередньо визначають напрями, зміст і характер підготовки дизайнерів, мету і завдання, організаційні форми та структуру дизайн-освіти. До таких чинників відносяться наступні:

- стан і особливості економічного розвитку суспільства і його потреб у країнах Європи та Україні;
- мистецтво як виразник суспільної свідомості та дизайн як засіб задоволення цих потреб;
- особливості освітніх систем в країнах Європи та Україні;
- психолого-педагогічні підходи, національні традиції, тенденції подальшого розвитку дизайну як економічної галузі та дизайн-освіти як передумова динамічної єдності художньо-естетичного та соціально-економічного розвитку суспільства на засадах професійної освіти.

На основі аналізу можемо стверджувати, що стрімкий розвиток дизайну і дизайн-освіти був викликаний до життя, насамперед, причинами економічного порядку. Зокрема відомий соціолог Ч. Мілс пише, що «дизайнер отримав свій головний шанс в економічній ситуації, для якої характерні три види старіння:

- технологічне;

- інфраструктурне;
- статусне» [6].

У ході промислових революцій відбувається збільшення багатства в усіх його проявах: приріст матеріальних ресурсів, величезна кількість наукових відкриттів і відповідно зроблені на їх основі численні, принципово нові технічні розробки. Але найголовніше – відбувається значний приріст людських мас. Виникає суспільство масового споживання. Природно, що всі ці факти вимагають адекватного осмислення.

У економічних дослідженнях також відбувається «зсув» відправних точок аналізу ситуації. Більш цікавим і перспективним стає вивчення не злиденності або проблем незадоволеності сьогоденних потреб, а перенасиченості ринку. Не виробництва, а споживання. Не необхідності, а можливості. Особлива роль реклами в суспільстві масового споживання дозволила розглядати потребу як «спровоковану». Не потреба викликає попит на той чи інший товар, а сама зроблена річ (товар) за допомогою реклами викликає потребу в самій собі. Значущим стає не стільки те, з чого зроблена та чи інша річ, її функціональність, тобто змістовний момент, скільки ті «трансформації, які вона зазнає в соціокультурному просторі» [3, 45].

Завдяки представникам неокласичної економічної теорії (А. Маршалл, У.С. Девонс та ін.) споживання перестало пов'язуватися тільки з потребою як із необхідністю. Це відкривало можливості розглядати процес споживання як комунікативний, а самі речі не тільки як матеріально відчутні, значимі своєю корисністю, а як комунікаційні інструменти, знаки, через рух і взаємодію яких людина вступає в соціальні відносини з іншими людьми. А «сила знака (вірніше, знакової системи) залежить не від його повноти, не від його, так би мовити, коріння, але, насамперед, від тих зв'язків, які знак підтримує зі своїми сусідами (реальними чи потенційними), – від того, що можна назвати його оточенням» [1, 287].

Всі ці зміни дали змогу інакше поглянути на роль дизайнера і відповідно проблематизувати дизайн як соціокультурний феномен. Пізніше ці ідеї отримали свій розвиток у роботах Ж. Бодрійяра. Він, розглядаючи річ як систему комунікації, переносить акцент з індивідуального присвоєння предметів споживання на виробництво соціальних значень і маніпуляції ними, для нього процес споживання стає «процесом означення та комунікації» [2].

В Оксфордському словнику є можливість за роками зафіксувати трансформацію значення слова дизайн:

- 1548 р. – «планувати»;
- 1570 р. – «окреслювати, змальовувати»;
- 1588 р. – «мета, інтенція»;
- 1593 р. – «план у думках того, що буде зроблено»;
- 1638 р. – «план будівництва»;
- 1697 р. – «зробити попередній начерк для конструювання будь-чого».

Треба визнати, що тлумачення цього терміну і в сучасних словниках теж вельми різноманітне, а часом суперечливе. Взагалі історія спроб ідентифікації дизайну вкрай цікава і дуже важлива в нашому варіанті розгляду дизайну як основного чинника становлення дизайн-освіти.

Аналіз будь-яких детермінацій дизайну і дизайн-освіти неможливий поза соціально-економічним контекстом, тобто без звернення до сфери виробництва і споживання. Це зумовлено тим, що дизайн і дизайн-освіта пов'язані з економічними процесами цивілізації, у руслі яких предметне середовище постає, перш за все, в контексті із споживання або товаром. Крім того, тривалий час соціально-економічний контекст залишався єдиною вихідною точкою аналізу дизайну. Історично це є цілком виправданим, тому що дизайн інституалізується в період бурхливого розвитку капіталістичного виробництва. Лавиноподібне множення речей, їх невинуватна заміненість, наростаючі містифікації навколо їх споживання – тобто все, що впливало на відносини людини зі світом речей, являло собою той контекст, в якому стала можливою ідентифікація дизайну [3, 44]. Разом з тим, розвиток дизайн-освіти значно менше піддавався впливу ринкових відносин, культивуєчись у межах соціально і економічно захищеної вітчизняної системи професійної освіти.

Дизайн, будучи особливим способом існування людини у предметному середовищі, ніколи не мав свого чіткого визначення. Та й не було колись у цьому особливої потреби, тому що сама дизайнерська професія була викликана необхідністю працювати на межі «художньої та інженерно-технічної зон». На початку ХХ століття дизайнеру потрібно було передовсім практично "відновити зв'язок між ними і перетворити сферу цього стику з розсадника поганого смаку в найважливіше джерело стилеутворюючих ідей" [5, 7].

Осмислення і можливість здійснення такої художньо-естетичної практики спричинило зближення естетичних, технічних і функціональних критеріїв. Першопричиною для такого зближення стала переконаність у тому, що відсутність естетичного в технічних конструкціях пов'язана з неохайністю, безладом, бажанням уникнути витрат і неувагою до можливостей використання більш підходящих матеріалів. Дизайнер повинен був навести "порядок" хоча б тому, що дизайнер, на відміну від інженера, завжди бачить у формі більше, ніж похідну від функції. У той же час умовою творчої свободи дизайнера має залишатися "суворе дотримання логіки машини".

Теорія функціоналізму, в якій розробляється конструююча і проектуюча концепція дизайну і на якій частково ґрунтується змістове та методичне наповнення дизайн-освіти, має корені в модерній картині світу початку ХХ століття. Модернізм абсолютизував геометричні форми, культивуєчи ідею щодо зразків, за якими можлива глобальна перебудова соціального середовища в самому широкому її розумінні.

Головна теза теоретиків функціоналізму якраз і полягала в обґрунтуванні здатності дизайну в єдності з технікою вдосконалювати світ і

вирішувати будь-які соціально-економічні проблеми. У 60-ті роки віра функціоналістів в "об'єктивний", недвозначний дизайн була підкріплена інформаційною теорією, яка проголосила можливість точної передачі інформації без спотворень. Проте таке прагнення до врахування й впровадження дизайнерських рішень сприяло "охолодженню" відносин з традиційними видами мистецтв, і автоматично зближувало з технікою. Дизайну відводилася роль інструменту в створенні, як здавалося тоді, органічних для індустріального суспільства, функціональних, стандартних однотипних конструкцій.

Одною з провідних тенденцій розвитку дизайн-освіти є перетворення дизайну із додатка до промислового виробництва у мистецтво третього тисячоліття, і ті випускники дизайнерських шкіл, хто досконало володітиме цим мистецтвом, стануть не тільки сьогочасними ідолами, які обслуговують вузьке коло елітних споживачів, якими зараз є Ів Сен-Лоран і Карл Лагерфельд, Еttore Соттсас і Філіп Старк, але й увійдуть в історію розвитку всього людства, як увійшли до неї Мікеланджело і Рафаель, Ван Дейк і Рубенс, Леонардо да Вінчі і Ель Греко, Рубльов і Діонісій.

Дизайнерська культура в сучасному суспільстві позиціонується як одна з базових форм сукупної організуючої і перетворюючої діяльності, при цьому виникають нові умови і форми взаємодії людини та проектної культури.

Література

1. Барт Р. Литература и значение // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. – М., 1989.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Рудомино, 1995.
3. Лола Г.Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции. – М.: Изд-во МГУ, 1998.
4. Прусак В.Ф. Організаційно-педагогічні засади підготовки майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах України: Дис... канд. пед. наук. – Івано-Франківськ, 2006.
5. Хан-Магомєтов С.О. Пионеры советского дизайна. – М., 1995.
6. C.Mills. Man in the Middle: the Designer. Polites and People, № 4.