

ДИЗАЙН-ОСВІТА В СИСТЕМІ ПРОФІЛЬНОГО ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ

У статті йдеться про важливість сучасному художнику - дизайнеру отримати класичну художню освіту на базі Вищих художніх закладів України, а також проблеми становлення творчої особистості в процесі поетапного навчання.

Ключові слова: Вищий навчальний заклад, освіта, викладач, дизайн, реклама, професіоналізм.

Постановка проблеми. З розвитком комп'ютерних технологій у людей творчих спеціальностей з'явилося багато можливостей у реалізації своїх ідей. Сучасні комп'ютерні програми дають варіанти кольорової гами, загального тону дизайнерської роботи. Програми для моделювання тривимірного простору дають можливість побачити об'єкт з будь-якого положення, при будь-якому освітленні. Виходячи з цього певна категорія студентів творчих факультетів, вважає програму класичної художньої освіти необов'язковою і навіть зайвою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Очевидним є те, що методика викладання фахових дисциплін повинна базуватися на системному підході і орієнтуватися на модель взаємодії людина – середовище. Важливо щоб студенти навчалися на конкретних прикладах, які доказують потрібність даної спеціалізації в системі сучасної ринкової економіки та ринку праці [2]. На сьогодні доказом високого рівня професіоналізму є такі міжнародні рекламні агентства як «Огілві», «Янг енд Рубікам» та інші, які стали одними з перших у створенні «креативної революції» в сер. ХХ ст. і до нині успішно процвітають. 50ті рр. ХХ ст. асоціюються у нас з концепцією бренд - іміджей та розвитком рекламного бізнесу (наприклад такі міжнародні рекламні агентства як «Лео Барнет», «Хавас» та інші). На сьогодні успішно працюють у даній сфері багато українських рекламних агентств. Що дає право констатувати – дизайн, як і реклама мають можливість подальшого розвитку у нашій державі завдяки світовому досвіту і професіональним кадрам.

Метою публікації є формалізація специфічних вимог до системи освіти у профільних вузах України, а також адаптація аудиторних, практичних занять до високого рівня кадрового професіоналізму по відношенню до сучасного ринку праці.

Основна частина. Дійсно, комп'ютерні графічні програми значною мірою полегшують процес роботи художника-дизайнера. Але вони не спроможні відчувати гармонію кольору, не можуть самотійно гармонізувати

об'єкти. Виникає потреба володіти основами композиції. Важливо, що професійний підхід передбачає затвердження ескізу від початкового начерку, зробленого рукою художника-дизайнера до початку фотозйомки, це дає можливість економити гроші. Тому вміння професійно і швидко малювати начерки з натури – запорука успіху. Таким чином вивчення принципів малюнку, живопису, кольорознавства, та історії мистецтв дає фундаментальну базу для подальшого професійного росту художника-дизайнера, є обов'язковим для засвоєння фахових дисциплін. У молодих людей постає питання – навіщо так довго вчити фахові дисципліни як рисунок та живопис коли графічні комп'ютерні програми можна вивчити за коротший термін. Ці твердження є хибними. Яким чином досягається високий професіоналізм художника – майстра? Саме вища школа повинна дати незаперечні відповіді студентам, оскільки викладачеві фахових дисциплін надається можливість, з перших днів навчання студентів, аргументовано пояснити їм ціль та практичну користь вивчення композиції, малюнку та живопису. Отже, враховуючи специфіку викладання фахових дисциплін, можемо стверджувати важливість ролі саме викладача, у становленні людської самосвідомості та вихованню бажання стати професіоналом. В сучасній культурі світ сприймається людьми як своєрідна цілісність, а поняття краси сприймається через твори мистецтва. І лише досвід дає підтвердження впевненості у реальності цього світу і естетики сприйняття краси.

Важливим джерелом професійного удосконалення сучасного викладача Вищого навчального закладу було, є і буде вивчення педагогічного досвіду великих попередників, співвідношення різних систем виховання на різних історичних етапах розвитку людства. Переосмислення накопиченого досвіду стає для кожного викладача стимулом для розробки власного методу викладання, своїх поглядів на існуючі педагогічні системи. Важливий момент, за який повинен відповідати саме викладач, це створення певного внутрішнього діалогу між викладачем та студентами.

Проблема психології у вихованні сучасного молодого покоління стає важливим аспектом в комплексній системі загальної освіти. Індивідуальний підхід до викладання свого предмета дає викладачеві тільки переваги в очах студентів – цей психологічний новаторський хід дає можливість викладачу, певною мірою, заробити авторитет з першої лекції. А саме авторитет і повага студентів до викладача є першою сходинкою до майбутньої співпраці, яка обов'язково повинна бути для успішного процесу навчання. Головним завданням кожного вчителя є розробка саме раціональних методів викладання, тобто, заохочування до “ шляху науки ”. Тим більше, що зараз викладачі сучасних ВНЗ стоять на етапі національного духовного

відродження України і ми повинні турбуватися про інтеграцію української освітньої галузі у світовий освітній, науковий та технічний простір. Віддзеркаленням цього повинна стати наша молодь, яка навчається в українських ВНЗ, і в майбутньому буде представляти інтелектуальний потенціал нашої держави. До речі, звертаючись з повагою до наших попередників освітян, можемо сміливо стверджувати, що в нас є прекрасний стійкий «фундамент», на якому була побудована система радянської вищої освіти. Доказом цього є факт, що саме в той період багато хто з науковців виїхав закордон. Наших спеціалістів цінував світ. На жаль, наша держава втрачала і втрачає цей власний найбільш цінний потенціал, не даючи змоги і сьогодні реформувати перш за все освітню галузь. Запас професійних кадрів, що були підготовлені за часів СРСР, та перші роки незалежності України майже вичерпані. Стара професура йде на відпочинок, а молоді не дуже охоче йдуть працювати у ВНЗ із-за низьких окладів. На сьогодні, майже виняток – це ті люди, хто працює за «ідею», з дійсним бажанням творчо працювати, навчати та передавати досвід.

Римський філософ, письменник, політичний діяч Марк Тулій Цицерон (106-43рр. до н. е.) казав що найбільший і кращий дар, який ми можемо запропонувати державі – навчати та формувати сучасну молодь, особливо в наш час, коли молодь так зіпсована, що її треба приборкати і стримувати загальними силами. Вислів абсолютно підходить до сьогодні.

Ми сприймаємо поняття «дизайн» в набагато ширшому розумінні ніж просто – художнє конструювання, чи технічна естетика. Один з відомих американських дизайнерів Чарлз Імз у своєму інтерв'ю представникові Лувра, який задав йому питання:

1. Чи є дизайн проявом мистецтва або одною із його форм? – він відповів
2. Дизайн це прояв задуму. Згодом (при відповідному високому рівні) він може оцінюватися як мистецтво
3. Отже, можемо впевнено стверджувати, що дизайн – це мистецтво, і досить прогресуюче, оскільки рівень художника-дизайнера постійно зростає завдяки вимогам часу.

Дійсно, можна дебатовати про те, якою мірою дизайн був відокремлений від образотворчого мистецтва та скульптури. Адже основою для культури дизайну завжди була реміснича праця над речами побуту. Можливо це був інстинкт митця – зробити їх красивішими за попередні. В гармонії предметів є і практична користь, - людина прагне досконалості, а її предметне середовище має бути досконалим, чи то художня картина чи оригінальна деталь інтер'єру.

Отже передумовами мистецтва дизайну можна визначити наступне:

– перш за все, природне прагнення людини до прекрасного, та бажання втілити нові більш сучасні образи побуту;

– економічна користь, яка є також сильним позитивним мотивом для розвитку дизайну.

Ми бачимо, як стираються грані між класичним образотворчим мистецтвом та сучасним дизайном: журнали публікують фото сесії базовані на академічних портретах відомих художників, як наприклад в проекті фото – художника О. Рождественской, де використовується світло – тінь, об'єм та композиційну експресію. Інтер'єри декорують картинами, керамікою, скульптурою, фресковим розписом, виробами з штучних та природних матеріалів – шкіри, каміння, дерева, металом, пластиком та ін. Дизайн сучасного приміщення взагалі дає необмежений простір для фантазії художника – дизайнера.

Як стверджує один з відомих рекламистів 20 століття Девід Огілві, якого називають людиною, що зробила своєю діяльністю вагомий внесок у розвиток сучасного бізнесу та Індустріальної революції – як Адам Сміт, Едісон, Карл Маркс, Рокфеллер та Форд, у своїй книзі «Огілві о рекламе» у 1983 р. пише: «Ви не зможете стати арт-директором до тих пір, доки у вас не набереться досвіду та знань у кінематографії, відеозйомках, малюванні. Фотографії та друкарській справі. Ну і, зрозуміло, необхідно мати хороший смак» [2, с. 32]. Тобто маємо підтвердження цінності високопрофесійних кадрів. «Якщо кожен з нас буде наймати на роботу людей меншого масштабу, ніж він сам, то ми перетворимось у компанію ліліпутів, але якщо кожен буде наймати людей більшого масштабу, ніж він сам, «Огілві енд Мейзер» стане компанією гігантів» [2, с. 46]. Крім того, Девід Огілві наголошував на тому, що в роботі рекламного агентства важлива – любов до професії: «Коли люди не отримують від своєї роботи ніякого задоволення, вони рідко спроможні створити професійну рекламу». На сьогодні рекламне агентство «Огілві» процвітає у світі. Це міжнародне агентство має свою структуру і в Україні.

На сьогодні, багато великих підприємств з високим прибутком, як правило, співробітничать з відомими рекламними агентствами та арт – студіями. Тобто, відомі бренди ведуть відомі рекламні агентства або борються між собою за право вести рекламну компанію певного підприємства (бренда). Великий бізнес не жаліє грошей на якісну, професійну рекламу свого товару. Професіонали довіряють професіоналам. Стосовно підприємств з середнім прибутком і підприємств, які тільки почали виходити на ринок збуту теж не відмовляють собі у рекламі. Але частіше звертаються до молодих і талановитих художників-дизайнерів, що в даний момент тільки починають свій творчий шлях, навчаючись у Вищому

художньому закладі – і не програють при цьому. Коли співпраця з першого разу задовольнила обидві сторони, то художник може розраховувати на успіх, і гарантовану роботу в цій компанії. Зроблені художником попередні начерки можуть дати такі сильні враження, що замовник погодиться на виготовлення всього художнього оформлення, а оригінальні та креативні ідеї мають бути присутні. Тепер стає очевидним – велике значення співпраці з одним і тим же художником, при виконанні всіх робіт, включаючи створення реклами для мас-медіа. Надалі компанія може запропонувати молодій людині подальшу співпрацю. Це вигідно обом сторонам.

Порівняно з тим, що «вільний» художник може собі дозволити все життя працювати в одному стилі як у реалістичному напрямку так і в стилі формальному, то художник – дизайнер обов'язково пов'язаний з маркетинговими задачами замовника, який дає свої побажання і рекомендації, початкову ідею. В даній ситуації чим вище рівень професії дизайнера, тим кращим буде в кінцевому результаті рішення роботи.

Так, зокрема, «Boston – Animation» – відома американська компанія, що має філіал у Києві займається розробкою і виконанням комп'ютерних ігор – на роботу приймає художників та художників-дизайнерів які не володіють досконало комп'ютерними програмами, аргументуючи, що компанія в змозі навчити людину цьому приблизно за два тижні. Головне – це академічна підготовка майбутнього співробітника – вміння професійно малювати натуру, передавати об'єм, світлотінь, мати знання пластичної анатомії людини, та історії мистецтв.

Висновки. На сьогодні практично не залишилося жодної області в діяльності людини, котра не була б підвладна дизайну – від хатньо - побутових предметів першої необхідності до космічних кораблів, від концептуальних розробок до поточного виробництва.

В основі всіх різновидів дизайну лежать єдині принципи: краса, функціональність, якість та професіоналізм. Майбутньому дизайнеру важливо бути креативним. Але навчальний процес є важливим етапом у житті кожної людини. А потреба мати класичну художню освіту, студентам, професія яких у майбутньому пов'язана із художнім дизайном є необхідністю.

Список використаних джерел

1. Білецький П.О. Мова образотворчих мистецтв. К.: Радянська школа, 1973 — 128с.
2. Девід Огілві.Огілви о рекламе. - М.: ексмо, 2003.- 232с., ил.
3. Дрю Ж. - М. Ломая стереотипы.-М.: Питер, 2003. - 272с.: ил. 4. Картер

Г. Эффективная реклама. Путеводитель для мелких предприятий.-М.: Прогресс, 1991. - 280с.

5. Кларин В.М., Джурицкий А.Н. Педагогическое наследие. - М.: Педагогика, 1988 — 416с.

6. Левківський М.В. Історія педагогіки. Видання 2-е, доповнене.-К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 376с.

Аннотация

В статье идет речь о важности современному художнику-дизайнеру получить классическое художественное образование на базе высших художественных заведений Украины, а также проблемы становления творческой личности в процессе поэтапного обучения.

Ключевые слова: Высшее учебное заведение, образование, преподаватель, дизайн, реклама, профессионализм.

Annotation

In the article speech goes about importance for a modern artist — designer to get the classical artistic learning on the base of Higher artistic establishments of Ukraine.

Keywords: Higher educational establishment, teacher, design, advertising, professionalism.