

Фурса О. О.

кандидат педагогічних наук, доцент,
докторант відділу теорії та історії
педагогічної майстерності Інституту
педагогічної освіти і освіти дорослих
НАПН України

МИСТЕЦЬКА ТА ЕКОНОМІЧНА ДЕТЕРМІНОВАНІСТЬ КОМПЛЕКСНОГО РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ І ДИЗАЙН-ОСВІТИ

Анотація. У статті йдеться про одну з найбільш важливих трансформацій постіндустріального суспільства – формування нового світогляду, сутність якого полягає в рівноправних творчих відносинах людини і світу. Нова світоглядна парадигма передбачає ставлення до природи і суспільства як до складної системи, з якою людина мусить взаємодіяти.

Ключові слова: економічна детермінованість розвитку дизайну, соціально-культурний процес життєдіяльності, індивідуальна культура, створення дизайн-концепції.

Аннотация. Фурса О. А. Художественная и экономическая детерминированность комплексного развития дизайна и дизайн-образования. В статье идет речь об одной из наиболее важных трансформаций постиндустриального общества – формирование нового мировоззрения, сущность которого состоит в равноправных творческих отношениях человека и мира. Новая мировоззренческая парадигма предполагает отношение к природе и обществу как к сложной системе, с которой человек вынужден взаимодействовать.

Ключевые слова: экономическая детерминированность развития дизайна, социально-культурный процесс жизнедеятельности, индивидуальная культура, создание дизайн-концепции.

Annotation. Fursa O. Artistic and economic determinism of complex development of design and design education. The article tells us about one of the most important transformations of the post-industrial society - the formation of a new world, the essence of which is equal creative relationship between a man and the world. The new worldview paradigm involves attitude to nature and society as a complex system which a person is forced to interact with.

Keywords: economic determinism of the design, socio-cultural process of life, personal culture, creating a design concept.

Надійшла до редакції 27.07.2012

Постановка проблеми, її зв'язок із важливими завданнями. У другій половині ХХ ст. розвиток дизайну визначався Законами СРСР “Про індивідуальну трудову діяльність”, який набув чинності з 1 травня 1987 р. і “Про кооперацію” від 26.05.1988, № 8998-11. На той час у державі зростає ділова активність, з'явилася мережа невеликих і середніх підприємств, що виробляють у першу чергу одяг, взуття, аксесуари, предмети побуту і сувеніри. Частина нових підприємців пішла шляхом репродукування відомих західних і східних аналогів, інша ж, менша частина намагалася вийти на новий вітчизняний ринок з оригінальною продукцією. Дизайнери вперше стали отримувати замовлення на свої розробки не від державних, а від приватних структур. Окрім того, комерційним структурам знадобилося безліч елементів графічної ідентифікації, що включають знаки обслуговування і товарні знаки, бланки, візитівки, календарі, плакати, буклети тощо. Іншим важливим наслідком прийняття зазначених законів була можливість самим дизайнерам переходити зі служби в державних організаціях до роботи за наймом у комерційних структурах або взагалі зайнятися приватною практикою, яка з прийняттям закону “Про індивідуальну трудову діяльність” була легалізована і в сфері дизайну. В Україні, як і в інших пострадянських республіках «періоду перебудови» почав формуватися вільний ринок дизайнерських послуг. У цих умовах актуалізувалося питання про необхідність подальшого розвитку дизайн-освіти і приведення вітчизняної системи професійної підготовки дизайнерів у відповідність до нових соціально-економічних умов і світових стандартів.

Загальний ліберальний політичний клімат у країні наприкінці ХХ століття активно сприяв культурному обміну між колегами-дизайнерами з України, Росії, Прибалтики, Білорусі та інших союзних республік, з промислово розвинених країн Сходу і Заходу. Це допомогло багатьом вітчизняним дизайнерам у кінці 80-х рр. ХХ ст. на власні очі побачити і близько ознайомитися з досягненнями світової культури і таких її галузей, як архітектура, техніка і дизайн [1].

Формулювання мети статті. Наприкінці ХХ століття популярність професії дизайнера різко зростає. Молодь відчула у цій професії реальну можливість самореалізуватися, докласти власних зусиль до естетизації навколишнього предметно-просторового середовища, зреалізувати свої уявлення і творчі мрії про красу і особистий життєвий успіх. Але їх творчий злет зіткнувся із проблемами економічного плану: розбіжністю між зростаючим рівнем розвитку дизайн-освіти і технічними та технологічними можливостями вітчизняного виробництва, застарілою базою виробничої практики, де студенти беруть участь у створенні об'єктів дизайну і системою споживання об'єктів дизайну. Мистецькій та економічній детермінованості розвитку дизайну і дизайн-освіти присвячена стаття.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих результатів. Тривалий час дизайн-освіта, як і сам дизайн, розвивалися у двох напрямках – мистецькому (художнє

моделювання і дизайн) та промислового (технічне проектування). У наш час в Україні мистецька освіта є базою, завдяки якій реалізується творчий потенціал майбутнього дизайнера. Якість мистецької освіти визначає рівень художньо-естетичної, професійної підготовки студентів до дизайнерської діяльності та їх конкурентоздатність у економічній сфері. У той же час закономірною є залежність розвитку економіки від конкурентоздатності дизайнерських виробів. Усвідомлення цієї закономірності на всіх рівнях формування суспільної свідомості є важливим фактором економічного і культурного розвитку.

Одна з найбільш важливих трансформацій постіндустріального суспільства – формування нового коеволюційного світогляду, сутність якого полягає в рівноправних, творчих взаємовідносинах людини і світу. Нова світоглядна парадигма вимагає ставитися до природи, суспільства і соціокультурного середовища як до живої, складної системи, в якій ми живемо і з якою зобов'язані взаємодіяти, не порушуючи її основні структурно-функціональні зв'язки. На перший план все більше висуваються проблеми осмислення ролі людини і її діяльності в розвитку цивілізації, тобто усвідомлення взаємозв'язку і взаємозалежності системи «людина – природа – соціокультурне середовище».

У рамках нової системи світогляду складається нова система цінностей сучасної людини, що сприяє гармонійному співіснуванню людини і природи, що визначає першорядність якості над кількістю споживаних благ. Переважна увага до матеріального добробуту і фізичної безпеки поступається місцем турботі про якість життя, індивідуальне самовираження, пріоритет духовних цінностей. Оскільки основні цінності суспільства обумовлюють художньо-естетичну і економічну детермінованість розвитку дизайну і дизайн-освіти у тому, що стосується їх функції, форми та значення, то розгляд цього аспекту є актуальним у рамках даного дослідження. Сучасна система цінностей змінює роль речей і культури їх використання у соціально-культурному процесі життєдіяльності. Вони всі в більшій мірі стають символами певного соціального статусу, престижу, індивідуальної культури, смаку, що відіграють важливу роль у формуванні іміджу особистості. Наявність певних соціокультурних значень є необхідною умовою затребуваності товару.

Способи дизайнерської діяльності, художнє конструювання і проектування розроблялися людством із найдавніших часів. Вироби майстрів далекого історичного минулого і зараз лишаються взірцем поєднання краси і користі. У XIX ст. почалося становлення масового промислового виробництва, ринок швидко насичувався товарами, що підсилювало увагу до їх споживчих властивостей і естетичних цінностей. Це і призвело до корінного перегляду традиційних принципів формоутворення. Виникла нова галузь проектної діяльності – дизайн, який активно включився в контекст прогресивних рухів XX ст.

Модерн початку XX ст. у своєму намірі упорядкувати навколишній світ, побудувати в єдиному

стилі все оточення – від архітектури до предметного наповнення і речей побуту – культивував почуття цілісності. Тим самим він підготував підґрунтя для розвитку дизайну, в основі якого лежать нерозривність і взаємопроникнення функціонального й естетичного ставлення до предметно-просторового середовища.

Історія дизайну як виду проектно-художньої діяльності розгортається у взаємодії з науково-технічною та візуальною, художньою культурою, тому вона обов'язково відбиває вплив новацій і винаходів у техніці, інженерній і художній творчості. Дизайн – це одночасно продукт культури, інструмент культурного будівництва, і фактор, що активно формує культуру, і ця його функція була б неможливою для реалізації, якщо б поруч або разом з дизайном не розвивалася система дизайн-освіти.

На рівні світового досвіду переконливо доведено, що розвиток економіки значною мірою залежить від вирішення проблем, пов'язаних з якістю діяльності та середовищем життєдіяльності людини, конкурентоспроможністю промислової продукції. Сучасний дизайн, що сформувався у постіндустріальний період розвитку суспільства і визнаний світовою спільнотою як особлива сфера людської діяльності, втілює у собі діалектичну єдність соціального, виробничо-економічного, художньо-естетичного, організаційно-адміністративного, інформаційного, особистісного елементів, які суттєво впливають на формування та задоволення потреб людини і соціально-економічну ситуацію в суспільстві.

Порівнюючи розвиток дизайну і дизайн-освіти в Україні з США і європейськими країнами, можемо зазначити, що в економічно розвинених країнах ці напрями мистецької освіти і виробництва були покликані до життя і стрімкого розвитку насамперед причинами економічного порядку, що дало підстави відомому соціологу Ч. Мілсу стверджувати, що «дизайнер отримав свій головний шанс в економічній ситуації» [2].

Потреба суспільства в професійних дизайнерах зумовлена протиріччями сучасного життя:

- недостатня кількість творчо активних людей з цілісним художньо-технічним мисленням;
- організація багатьох процесів життєдіяльності недосконала і має недоліки порушення психологічного і фізіологічного стану людини;
- організація виробництва здійснюється без урахування наслідків впливу на біосферу;
- низький соціальний і економічний рівень існування не дозволяють людині повністю реалізувати себе.

Система дизайн-освіти покликана надавати суспільству освітянські послуги. Споживачами цих послуг із одного боку є студенти, з іншого – підприємства та організації галузей економіки, сфери побутового обслуговування, культури та мистецтва. Успішність функціонування і розвитку дизайн-освіти значною мірою залежить від різнобічного, комбінованого, багатогалузевого характеру професійної підготовки майбутніх фахівців, від умов поширення освітньої діяльності в галузі дизайну на художню та виробничу сферу. Спеціалізація дизайну пов'язана з технічними процесами, тому можна припустити, що його викладання є і прикладним, і гуманітарним, і технічним.

Диверсифікація дизайн-освіти у мистецькій і економічній галузях залежить від стану вирішення питання про різницю у підходах до виразності і художньої образності. Виразна форма – від часів Платона й Аристотеля – це форма, адекватна сутності (меті) явища. Її виникнення пов'язане з осмисленням морфології, структури об'єкта, що проектується, тоді як художня образність ближче до стайлінга – декорування зовнішньої оболонки, що не впливає на конструкцію або систему використання виробу.

Про диверсифікацію при різнобічному, комбінованому, багатогалузевому характері дизайнерської освіти можна судити за її напрямками. Зокрема напрями професійної підготовки до роботи у промисловому і комунікативному дизайні, графічному дизайні або дизайні інтер'єрів, дизайні одягу чи дизайні автомобілів, побутовому дизайні, дизайні зачісок, дизайні тканин і ландшафтному дизайні, стайлінг-дизайні, середовищному дизайні, пабліш-арт, нон-дизайні, Web-дизайні, сайнс-дизайні, фіто-дизайні, дизайні реклами, футуро-дизайні, кустарному дизайні, арт-дизайні, інформаційному і програмному дизайні тощо. Окреслені напрями перебувають у координації один із одним і відображають рівень професіоналізму і компетентності майбутнього фахівця-дизайнера на ринку праці. Незважаючи на те, що спеціальність “Дизайн” офіційно включено в класифікатор спеціальностей, створено та функціонує творча Спілка дизайнерів України, дизайн-ергономічні ради, дизайн все ще не став повноцінною складовою, необхідним елементом виробничо-економічної діяльності. Це безпосередньо впливає на умови формування системи підготовки фахівців, їх адаптацію на робочому місці, на широкопрофільну характеристику та на розвиток спеціалізацій дизайну.

Соціально-економічна ситуація в Україні складається таким чином, що у досить вигідних умовах можуть бути малі та середні підприємства, для яких характерною є диверсифікація виробництва, що припускає різноманітність сфер діяльності підприємства і розширення номенклатури продукції, що випускається. Завдяки невеликим потужностям, вони можуть у короткі терміни виробляти порівняно невеликі партії продукції, що відповідають вимогам ринку за якістю і дизайном, та враховують нюанси запитів різних типів споживачів.

В Україні ця об'єктивна загальноосвітня тенденція і потреба збігається з логікою структурних реформ, економічним становленням малого і середнього бізнесу. Орієнтація на задоволення всебічних запитів споживачів зумовила рух до такої концепції розвитку дизайн-освіти та освітніх технологій, де домінує диверсифікація, ефективність і поєднання безлічі функцій. Соціальне партнерство навчальних закладів дизайн-освіти з такими підприємствами, дизайнерськими бюро, студіями, різними формами стафф-дизайну стає дедалі тіснішим і позитивно впливає на їх взаєморозвиток.

Сучасне виробництво, пов'язане зі створенням і постійним оновленням оригінальних видів продукції, змінило і характер діяльності дизайнерів на підприємстві, а відповідно змінилися вимоги до випус-

кників дизайнерських ВНЗ. Тиражування виконавців чужих ідей поступово перетворюється на підготовку висококваліфікованих фахівців, здатних до творчої проектної діяльності, спроможних забезпечувати високі споживчі властивості та естетичні якості виробів промисловості, а також їх гармонійну взаємодію з навколишнім предметним світом.

Диверсифікацію вітчизняної дизайн-освіти в мистецькій та економічній галузях можна дослідити на прикладі викладання дизайну реклами, в якій розрізняються дві тенденції у професійній підготовці дизайнерів реклами: конкретно-прагматична й історико-культурологічна. Конкретно-прагматична орієнтована на оперативну підготовку професіоналів-практиків рекламної діяльності, що розглядається як могутній важель маркетингових комунікацій (Д.Огілви, Дж. Еванс та ін.). Історико-культурологічна тенденція орієнтована на багатоаспектне вивчення реклами як явища сучасної культури: витоків жанрової диференціації рекламної творчості; типології і систематизації різноманітних знакових засобів, принципів творчої діяльності (М.Каган, К.Кантор та ін.). Художня складова історико-культурологічної тенденції ґрунтується на вивченні класичного мистецтва. Спираючись на такі основні поняття, як простір, світло, колір, матеріал, тіло, центр ваги, у процесі навчання відбувається розвиток креативних якостей студентів, здійснюється їх творче самовираження і набуття компетентності в різноманітних видах мистецької діяльності. Мета – гармонійний розвиток чуттєвих та інтелектуальних здібностей майбутніх дизайнерів реклами.

Розглянуті позиції вимагають системного підходу до вирішення професійних завдань, подолання вузькоспеціалізованої практики підготовки дизайнерів до професійної діяльності через всеосяжне бачення-розуміння всієї виробничої системи на основі комплексу соціальних, гуманітарних, природничих і технічних знань і технологій, виходу на гуманітарні методи пізнання та освоєння дійсності. Це підтверджується як світовими, так і вітчизняними тенденціями у розвитку інженерної освіти, у дизайн-освіті і виробничій діяльності дизайнерів і конструкторів (Н.О. Алексеев, Н.Г. Багдасарьян, М.І. Іродов, В.С. Кагермьян, А.В. Непомнящий, І.В. Федоров).

Гармонійне предметне середовище – це середовище, що найбільш адекватно задовольняє матеріальні і духовні потреби людини. Оскільки підвищення якості підготовки спеціалістів-дизайнерів ми визначаємо через культуровідповідну орієнтацію вищої освіти, то розкриття педагогічного потенціалу дизайну, реалізація його гуманістичних цілей допоможуть досягти нового рівня дизайнерської освіти, та вирішити завдання вищої школи з виховання кадрів, які поєднують глибоку професійну компетентність, високу ерудицію та культуру, здатність до самовдосконалення.

Таким чином, викладання дизайну об'єктивно поєднує у собі триєдину мету професійної освіти – навчання, виховання і розвиток особистості фахівця. Традиційно дизайн викладається як предмет (спосіб) формування проектної культури у соціумі і включення об'єктів проектування у сферу людської життєдіяль-

ності. Проектування починається з народження ідеї і її оформлення у дизайн-концепцію, в якій враховані цінності і потреби людини, для якої продукт створюється. Вміння формулювати дизайн-концепцію є значущим показником культури дизайнерського мислення, його рефлексивності.

Виховання людини шляхом використання дизайн-продуктів відбувається шляхом організації гармонійного способу життя; актуалізації морально-естетичних потреб; формування естетичного смаку.

Навчально-виховна функція дизайну реалізується в процесі виконання дизайн-проектів. Принципи дизайнерської діяльності орієнтують майбутнього проектувальника на врахування численних факторів у єдиному дизайн-продукті, розвивають його інтегративні здібності, цілісне науково-технічно-художнє мислення. Методи дизайну навчають людину виробляти матеріальні і духовні цінності. Це дає підстави говорити про концептуальні засади дизайн-освіти як художньо-педагогічної системи. Таким чином, виявлено тенденції диверсифікації – взаємопроникнення педагогіки у дизайн і дизайну в педагогіку.

Нинішнє матеріальне оточення не утворює чітко упізнаного культурного шару. І вирішальний вплив на його формування мали різні предмети, насамперед, промислового походження. У цьому відмінність нашого століття, незважаючи на, здавалося б, небачений розвиток традиційних мистецтв [3]. Художній розвиток особистості майбутнього фахівця з дизайну визначається змістом образотворчого і дизайнерського мистецтва, який ґрунтується на досвіді, традиціях минулого, сучасних ідеях естетичного вираження просторових форм, необхідних для успішної еволюції дизайнерської творчості, а також динамічними змінами вимог дизайн-виробництва до професійної компетентності фахівців.

Інноваційна художня освіта передбачає обов'язкове виховання цілісної, духовної, високоморальної і творчої особистості на основі використання традиційних основних форм і методів навчання і сучасних освітніх технологій, що дозволяють підготувати фахівців нової генерації, здатних інтегруватися не тільки у вітчизняну, а й світову сферу культури, бути конкурентно-спроможними на ринку праці творчих професій. Завданням інноваційної мистецької освіти є формування у студентів нового типу мислення, здатного не тільки до освоєння теоретичних знань і розвитку природних обдарувань, але і до придбання практики щодо пропагування результатів власної творчої праці в кожному конкретному випадку.

Здатність переносити науково-технічні досягнення у предметно-просторове середовище, створювати своєрідні умови для задоволення потреб суспільства і координувати між собою об'єкти предметного світу – все це, безумовно, важливі ознаки формування дизайнерської культури на професійному рівні. В освітній практиці підкреслювалося, що істотна особливість дизайну полягає в тому, що він розкриває значення речі як засобу діяльності і комунікації. Існування дизайн-речі і дизайн-явища розгортається в соціальному просторі і в часі, у взаємодії з продуктами інших

видів діяльності, наприклад, із творами традиційних мистецтв. Але, на відміну від останніх, дизайн як творчість має власну специфіку, оскільки створює чи організує предмети матеріально-практичної діяльності. Ці «твори» виникають перед людиною у вигляді конкретної речі або явища і побутують у матеріальному середовищі. Вони впливають на людину і перебудовують її свідомість, вдосконалюють її діяльність й поведінку. Предмети традиційних або, як їх ще називають, «чистих» мистецтв, навпаки, виникають у результаті художньої діяльності, що має ідеальний характер. Їхні твори «відтворюють особливий, у буквальному сенсі нереальний світ, що розгортає свою справжню реальність як можливість. Вступаючи в контакт із людиною, насамперед у духовному середовищі, вони постають перед ним як об'єкти пізнання, споглядання і переживаються в межах системи «подорожньої себе – катарсис – підручник життя» [4].

Тобто, предмети дизайну по відношенню до творів традиційних мистецтв у певному сенсі відіграють роль тла, рами, словом, – «якогось перекидного містка, що об'єднує світ реального простору, часу, руху, пластики, світлокольорозвука з їх духовним світом, твореним у «чистому» мистецтві». Специфіка дизайну, що визначила його відокремленість від інших видів мистецтва взагалі, і в застосуванні традиційних для соціології мистецтва методів дослідження, полягає в тому, що його твори – це предмети, комплекси предметів, призначені для масового тиражування. Тому комунікація «художник (дизайнер) – твір – аудиторія» ускладнюється низкою особливостей.

По-перше, естетичне і художнє – як аспекти ціннісної свідомості виступають тут не відокремлено, як у різних видах «чистого мистецтва» (у живописі, скульптурі), а в єдності з усією суперечливою сукупністю життєвих ситуацій, в яких служить людині предметно-просторове оточення. Звідси і гострота проблеми відносин форми і функції, краси і користі в комплексах середовища, будівлях і практично корисних речах.

По-друге, твори дизайнерів завжди оцінюються в залежності від свого контексту, тобто від оточення, до якого вони входять, чи відбувається це свідомо чи несвідомо.

По-третє, пряма «вбудованість» у структуру людських відносин і діяльності визначає межу специфіки сприйняття дизайну – це сприйняття більш мінливе, ніж, наприклад, художній смак щодо творів традиційних мистецтв, а «пережите» тут відторгується швидше і рішучіше, ніж в інших сферах.

По-четверте, на результатах дизайн-діяльності відображається можливість різних варіантів їх культурного споживання. Так, картина чи скульптура служать для задоволення лише художніх та естетичних потреб, ми не беремо тут до уваги форму вкладення капіталу. Використання досить складного «корисного» об'єкта цілком залежить від схильностей і вподобань, що визначаються рівнем культури власника.

По-п'яте, естетичний ефект і художній зміст у творі «чистого» мистецтва знаходяться в прямому зв'язку з виразом індивідуального відношення художника до явищ життя. Дизайн же – «породження масо-

вого характеру сучасної культури і промислового виробництва, яке обслуговує масові потреби» [5].

Технологія тиражування має свої закони, їх введення в структуру творчого процесу змінює і зміст, і результати процесу. З одного боку, вона стала потужним художнім чинником, а з іншого – створила ряд нових проблем, пов'язаних з розповсюдженням і сприйняттям творів мистецтва, їх інтерпретацією, візуалізацією, документальністю [6, 43].

Вважається, що саме через дизайн відбулася експансія технології в мистецтві. При цьому одну й ту ж особу тепер часто називають і художником, і дизайнером, а одну і ту ж річ – і твором мистецтва, і взірцем дизайну. Культурна ситуація, що склалася в другій половині ХХ ст. і продовжує домінувати у ХХІ ст. ставить нас перед фактом «рядоположності» мистецтва і тиражування. Більш того, існують і такі точки зору, які не пов'язують «репродукованість» мистецтва з вимогами та можливостями технічної епохи, а вважають, що вона властива мистецтву від початку, закладена в ньому самому (Рильке Р., Б.Гройс, Ж.Деррида, А.Моль, Г.Лола та ін.).

Використання можливостей дизайн-діяльності в процесі підготовки самих різних творів мистецтва до сприйняття сучасною аудиторією – один із актуальних напрямів дизайну в країнах Європи і в США. Культурний простір цього феномену неосягний. Але про які б види та рівні дизайн-діяльності не йшлося, стає очевидним, що дизайнер бере на себе функції посередника між науково-технічним прогресом і людиною, між культурою та науково-технічним потенціалом промисловості. Своєю діяльністю, він ніби присвоює промисловості статус закладу культури, забезпечує її орієнтацію на культурний розвиток і проектує культуру розвитку, на внутрішню структуру промисловості, висуваючи на перший план ті її ланки, які прямо сприяють поширенню в суспільстві вищих культурних цінностей. Такої думки у різних її модифікаціях дотримуються Т.Андріанова, А. Бретон, О.Генісаретський, А.Джирарді, Ю.Назаров та ін.

У цьому контексті набувають актуальності питання детермінації розвитку мистецтва і техніки, дизайну і дизайн-освіти щодо визначення мети дизайну і системи цінностей, якими варто керуватися в практичній дизайнерській діяльності та у викладанні дизайнерських дисциплін. Тісно пов'язаний з ними аналіз властивостей, причинних зв'язків і закономірностей розвитку дизайну і їх висвітлення у змісті професійної підготовки майбутніх дизайнерів. Особливого значення набуває створення методології проектування, зокрема окремих методик формотворення, визначення шляхів оптимізації і практичного впровадження раціональних рішень, вироблення методик контролю й оцінки якості результатів дизайн-творчості, програмування реклами дизайн-продукції тощо.

Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок. Сучасна виробничо-економічна система являє взаємопов'язаний ланцюжок елементів: попит – прогнозування – планування – проектування – виробництво (тиражування) – розподіл – споживання [7]. Необхідною умовою ефективної діяльності під-

приємства стає гармонізація діяльності різних служб: маркетингу і виробництва; маркетингу та фінансів; діяльності дизайнера, конструктора і технолога; масового виробництва та індивідуальних запитів споживачів.

Істотний економічний ефект дає скорочення проектного циклу, що значною мірою залежить від якості професійної підготовки усіх фахівців і не меншою мірою від майстерності дизайнера. Це робить модель організації проектно-конструкторських робіт особливо привабливою й актуальною в умовах підприємств будь-якої потужності.

Висновки. Таким чином, можна підсумувати, що диверсифікація дизайн-освіти продиктована і є вимогою часу, на відміну від традиційної практики, що припускала технічну (інженерну) підготовку достатньою для дизайнерського проектування. Відповідно виділяються галузі художнього та інженерного проектування, які співвідносяться з діяльністю дизайнера та інженера-конструктора. Ми поділяємо позицію В. Єрмілова, Н.Коробцової, Ю.Крючкова, Т.Медведевої, [8; 9; 10; 11], що розглядають ці області як частини одного єдиного процесу, два нерозривно пов'язані рівні системи, що охоплює процес професійної підготовки до проектування загалом. Звідси – необхідність оволодіння майбутнім дизайнером логікою і методологією цілісного процесу, вихід на системні орієнтації проектування предметного середовища, усвідомлення принципів культуровідповідності якостей дизайн-продукту, вимог до нього, місця і ролі його елементів.

Організуючи предметне середовище за законами гармонії, і тим самим знімаючи протиріччя умов протікання життєдіяльності людини, дизайн формує і саму гармонійно розвинену людину. Механізм чи поетапна послідовність цього процесу має певні стадії формування гармонійно розвиненої людини за допомогою організації гармонійного предметного середовища: організації гармонійного предметного середовища; актуалізації морально-естетичних потреб; організації економічних способів дій; формування цілісного мислення; формування гармонійного способу життя; формування гармонійної людини.

У цьому процесі міститься педагогічний потенціал дизайну, який реалізується через здійснення певних педагогічних функцій. Виховна функція здійснюється через виробництво дизайн-продуктів і через їх споживання. При проектуванні дизайн-продуктів виховання людини здійснюється через формування гуманістичного світогляду за допомогою таких каналів: вивчення й осягнення загальнолюдських цінностей; врахування людських потреб у дизайн-продуктах.

Дизайнерська освіта закладалася у сфері образотворчого мистецтва і тому ввібрала в себе усі перипетії, що відбувалися у мистецтві і дизайні. Оскільки мистецтво за своєю сутністю глибоко соціальне, то природно, що в критичні періоди розвитку суспільства етичні та естетичні установки отримують особливе звучання у професійній підготовці художників. Технократична культура, яка набрала сили на початку ХХ ст., призвела до першого світового конфлікту. Прагнучи до раціонального перетворення дійсності, вона

не поспішала увібрати цінності гуманізму, диктувала пріоритет розуму над почуттями, техніки над мистецтвом, функції над формою. Модерністські установки суспільної свідомості відбилися на функціональній спрямованості дизайну 20-30-х рр. ХХ ст. Наслідки цих процесів наявні в педагогічних концепціях художників-новаторів – представників педагогічних колективів яскравих дизайнерських шкіл.

Більшість теоретиків дизайну аналізують дизайн як галузь, що знаходиться на межі виробництва і споживання, розрахунку та інтуїції, багатства і бідності, і, що особливо важливо в контексті дослідження – користі і краси. Особливо гостро, обговорюється проблема взаємовідносин мистецтва і дизайну. Відомо, що основна ознака мистецтва – його унікальність. Тому дизайн то протиставляється мистецтву в силу своєї тиражованості, то зіставляється з ним як один із видів художньої практики. [6, 45].

Безпосереднє значення наведена думка має до підготовки майбутніх дизайнерів, формування їх уявлень про зображення тиражованих художніх шедеврів у комп'ютері і реальних у музеї, останні напівстерті, тьмяні, часом неправильно освітлені, непродумано розставлені поміж інших експонатів музею, чи (якщо йдеться про пам'ятки архітектури) напівзруйновані, поруч з недоречними новобудовами, сильно програють). Це приклад порушення естетичної інформації.

Здатність тиражувати дизайнерські твори довгий час була вирішальним аргументом у тих, хто заперечував мистецьку природу дизайну і відкидав спроби розглядати дизайн як один із видів мистецтва. На технології тиражування будується більшість напрямів дизайну. Крім того, дизайн виявляє вміння універсального прогнозування та моделювання, що охоплює практично всі сфери технології, економіки й мистецтва, забезпечуючи таким чином перетворення проектного рішення у факт культури, суспільного й особистого життя. Йде процес – «дизайнізації мистецтва» – насичення мало не всіх видів творчої діяльності методами і засобами, що надають мистецтву здатність негайно реагувати на потреби суспільства і випереджувати їх.

Література:

1. Назаров Ю.В. Особенности и перспективы развития современного российского дизайна (Проблемы, тенденции, прогнозы, региональные особенности): Дис. ... д-ра искусствоведения. – М., 2003.
2. С. Mills. Man in the Middle: the Designer. Polites and People, № 4.
3. Пузанов В.І. «Дизайнерська модель культури». – М., 1989.
4. Савельева Н.Т. Сущность дизайна – в выражении значения вещи как средства деятельности. – М., 1982.
5. Эстетические ценности предметно-пространственной среды. / Под. ред. А.В. Иконникова. – М. : Стройиздат, 1990.
6. Томбу Д. В. Дизайн как феномен культуры. Проблемы становления дизайн-образования в России: дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.06. – М., 2002. – 151 с.
7. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятий. – М.: Финансы и статистика, 1996.
8. Ермилова В.В., Ермилова Д.Ю. Моделирование и художественное оформление одежды. – М., 2001.
9. Коробцова Н.А. Проектирование одежды: импрессионный подход. – М.: «Издательство Гном и Д», 2001.
10. Крючков Ю.А. Проектная культура. – М., 1989.
11. Медведева Т.В. Художественное конструирование одежды. – Горно-Алтайск, 1998.