

ЗАСОБИ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД

Проблема дизайнерської освіти в Україні сьогодні потребує при своєму вирішенні не тільки звичного академічного, але й практичного спрямування, сприяти вирішенню державних, підтримуючи курс на прискорення економічного розвитку країни. Від усвідомлення важливості погляду на проблему дизайну взагалі та окремо дизайну поліграфічної продукції, багато в чому залежить її економічне положення, зокрема на зовнішніх ринках. Відповідно, зміст навчального процесу по підготовці спеціалістів в області дизайну поліграфічної продукції є одним із важливих завдань державної освіти.

Ключові слова: *дизайн; дизайнерська діяльність; друкована продукція; культура; підготовка фахівців; реклама; творчість.*

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток сучасного суспільства, супроводжуючись якісними змінами у всіх сферах людського життя, створює широке поле для дизайнерської діяльності різних фахових спрямувань.

Соціальна значимість цієї діяльності забезпечується існуванням і розвитком дизайну у сукупному просторі багатьох наук – технічної естетики і мистецтвознавства, філософії і соціології, етнокультури і культурології, підтримана як матеріальними, так і духовними факторами суспільного життя.

Саме тому зараз, в умовах швидких глобальних змін, необхідним є детальний аналіз проблем і задач дизайнерської освіти в Україні, виявлення всіх продуктивних можливостей дизайнерських розробок у вирішенні завдань різних галузей народного господарства та екологічних, соціальних, духовних проблем у особистому і громадському житті людини.

Мета роботи – проаналізувати засоби дизайнерської освіти в Україні у контексті впливу на прискорення економічного розвитку в умовах росту інформаційного суспільства та необхідні умови для прискорення економічного розвитку.

Аналіз наукових досліджень. Основні взаємозв'язки дизайну та маркетингу аналізуються фахівцями теорії дизайну Я. Астаф'євим, К. Кантором, А. Ульяновським. Я. Астаф'єв у роботі «Соціологічні перспективи маркетингу і дизайну» відзначає, що «...ефективність дизайнерської діяльності далеко не в останню чергу буде обумовлена залученням маркетингу і різних маркетингових засобів» (Астаф'єв Я. У., 1988, с. 40-50). Робота А. Ульяновського «Мифодизайн реклами» пропонує метод «міфодизайну», розглядаючи органічність поєднання дизайну та маркетингу. Відмінності сучасного дизайну, його соціально-філософські основи розглядає І. Ригова. Зв'язки дизайну із культурологією, мистецтвознавством, технологічні підходи ґрунтовно розглядаються в працях Ю. Соловійовим, В. Ароновим, Л. Безмоздіним, Д. Азріканом, О. Іконніковим, В. Сидоренко, Д. Щелкуновим, В. Глазичевим, Г. Минервіним, Л. Переверзевим,

Є. Лазарєвим, С. Хан–Магомедовим, К. Кантором, Л. Кузьмічовим, М. Федоровим, Б. Новіковим, Г. Сомовим, В. Пузановим, В. Рунге, В. Сеньківським та ін.

Мистецтво дизайну, як чинник істотних соціальних змін, що несе в собі значний потенціал перетворень економічної і культурної сфер представлено (Т. Адорно, Д. Белл, М. Вебер, Г. Гессен, Т. Кун, Г. Рид, М. Мак-Люен, Г. Саймон, О. Хакслі, І. Ген та ін.). Означена позиція наявна й у працях сучасних російських і українських філософів, митців і педагогів (У. Арістова, В. Аронов, В. Біблер, О. Генісаретський, В. Даниленко, М. Каган, Л. Новікова, В. Прусак, та ін.).

Аналіз засобів дизайнерської освіти в Україні. Початком розвитку дизайну в Україні можна вважати рік офіційного відкриття кафедри дизайну в Харківському художньо-промисловому інституті (1962 р.) і повсюдне відкриття дизайнерських навчальних курсів, що започаткувало основи вітчизняної системи дизайн-освіти.

Професія дизайнера одержала офіційне визнання на державному рівні із внесенням означеної спеціальності до Класифікатора професій ДК 003:2010, затвердженого наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики та присвоєнням коду (код 2452) лише 28.07. 2010 року, і відтоді дизайн-освіта є невід'ємною складовою сучасної вітчизняної системи освіти. Дизайн, як окрема і достатньо широка, враховуючи складні історичні передумови її становлення, сфера мистецько-проектної діяльності, посідає важливе місце у державному та суспільному житті і продовжує інтенсивно розвиватися у другій половині ХХ та у ХХІ ст., і тому дизайнерська освіта потребує неодмінних загальнопедагогічних та історико-педагогічних досліджень.

За останні роки, коли, завдяки реорганізації системи освіти в Україні, навчальним закладам надавалося право відкривати ті чи інші спеціальності, у державних і недержавних навчальних закладах різних рівнів акредитації було створено біля 30 дизайнерських факультетів і відділень.

Довгий період часу зберігався, й досі не відмінений принцип планування кількості випуску фахівців дизайнерських спеціальностей, а також формування навчальних програм, виходячи з потреб промисловості чи за так званим «соціальним замовленням». В. Ф. Прусак відмічає, що «...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 (Прусак В. Ф., 2006, с. 18-19).

В дійсності кількість випускників має плануватись, виходячи з реальних потреб промисловості та народного господарства, постійно змінюючись кількісно і якісно, що має впливати і на формування навчальних програм. Сьогодні реальний образ фахівця-дизайнера, випускника навчального закладу вищої ланки, має бути заснований на вимогах сучасних поліграфічних підприємств, рекламних бюро, враховуючи загальні тенденції поліграфічного та рекламного бізнесу.

Для забезпечення конкурентоспроможності на ринку праці, відповідно до світових стандартів, випускників-дизайнерів, фахівців різного профілю, теоретична та практична підготовка студентів має бути побудована як життєво зорієнтована єдина педагогічна система, спрямована на формування професійної компетентності, із необхідним прагненням та здатністю до саморозвитку та самовдосконалення у процесі навчання та майбутньої фахової діяльності, на особистісний розвиток з урахуванням власного інтелектуального та творчого потенціалу студента з метою підвищення ефективності цілого процесу.

Аналіз змісту навчальних програм різних дисциплін при навчанні дизайну показав, що воно розраховане на вузьку спеціалізацію, не відповідає сучасним уявленням про необхідний рівень підготовки випускників, не формує у випускників здатності прийняття відповідних дизайнерських рішень в умовах глобалізованого світу. Не вирішено також багато інших проблем, що виникли у зв'язку з інформатизацією процесів навчання дизайну, з сучасним розвитком педагогіки, соціології, економіки. Так, низька конкурентоспроможність продукції багатьох вітчизняних підприємств, у тому числі через її недостатнє дизайнерське опрацювання, веде до втрати національної ідентифікації, до втрати пріоритету української культури в різних сферах життя. Тому професійні навчальні заклади повинні істотно удосконалювати підготовку випускників для їх успішної діяльності у сфері дизайну, що зумовлено його величезним впливом на комфортні умови всієї життєдіяльності людини, для підвищення рівня якості її життя.

Органічна єдність людини з довкіллям визначається естетичним фактором. Турбота про

естетичне перетворення навколишнього предметного середовища, про підвищення художньо-конструктивного рівня промислової продукції в умовах ринкових відносин, набуває важливого державного значення. Конструктивно-технологічний підхід до справи у системі безперервної дизайн-освіти, зв'язок професійних закладів дизайн-освіти з іншими освітніми установами є сьогодні надзвичайно важливим в реорганізаційних умовах культурного і техніко-економічного процесу (Татіївський П., 2002).

Необхідно усвідомити, що урбанізація життєвого простору докорінно змінила традиційні форми зв'язку людини з природою, характер спілкування між людьми, якість інформації та способи її засвоєння, характер реагування. Сучасний дизайн покликаний компенсувати людині втрачений енергопотенціал оточуючого середовища, позитивно впливаючи на формування особистості. Характер поведінки людини міняється залежно від місця перебування, а також виду, змісту дизайну, завдяки якому створюється середовище, саме тому є всі підстави стверджувати, що мистецтво національного дизайну повинно утверджуватися з урахуванням нової галузі наукових досліджень, названих «психологічною екологією» (Бизунова Е. М., 1970, с. 4-6).

Використовуючи досвід піонерів дизайну в Україні, необхідно розвивати співробітництво українських вищих навчальних закладів з провідними школами в Європі, США, Японії та у інших розвинених країнах світу на всіх рівнях. Таке співробітництво може принести багато користі для розвитку, підвищення якості та змістового наповнення освіти. Було б також дуже корисно організовувати співробітництво на рівні поліграфічних підприємств для проведення виробничої практики студентами не тільки на вітчизняних, але і на зарубіжних виробництвах і у рекламних агенціях. Це було б дуже корисно для розширення професійного світогляду майбутніх фахівців, для знайомства з досвідом та технологіями, з новими ідеями, які у майбутньому могли б бути впровадженими на Україні.

Поліграфічна продукція, що її розробляють фахівці з дизайну друкованої продукції має своїм основним призначенням рекламу. Це може бути будь-яка сфера оточуючого нас світу речей: навколишнього середовища, одягу, іграшок книг, журналів та іншої поліграфічної продукції. Будь яка галузь продажу в наш час має бути забезпечена рекламою. Ринок потреби в поліграфічному дизайнерському забезпеченні нескінченний.

Перехід до ринкових відносин у 90-ті роки ХХ століття характеризувався змінами вимог населення до товарів, що пропонуються до продажу. Звичні і необхідні речі потребують віднині, крім відповідної інформації, ще й емоційних характеристик. Швидке розширення ринків вимагало розвитку мистецтва реклами, що мала за

мету створення кращого іміджу пропонованих товарів. Завданням рекламного дизайну стало тепер залучення споживачів до придбання товару, пробудження їхнього інтересу до покупки, вплив на емоційний стан покупця. В цьому мало допомогти дизайнерське вирішення оформлення упаковки товару, друкована реклама тощо. Але вирішення цих задач є важливим для дизайнерів і у сьогоднішній, і для успішної реклами необхідним є дотримання певних правил:

1. Рекламну інформацію бажано подавати у формах, які максимально імітують персоніфіковане, неформальне спілкування.

2. Вкрай бажане створення у потенційного споживача враження, що інформація про товар чи послугу отримана ним у результаті самостійного пошуку, а не нав'язана ззовні (Кузьменко К. В., 2010).

Слід відзначити, що серед факторів конкурентоздатності на світовому ринку важливе місце посідають естетичні параметри товару, а серед факторів, що впливають на придбання того чи іншого товару, дизайн займає третє місце після якості й ціни. Очевидно, саме в цьому треба бачити сенс виникнення і розвитку організованого комерційного дизайну, і цим багато в чому визначається його складний характер.

Щоб розібратися у факторах впливу дизайну на економіку, необхідно проаналізувати економічні причини, що знаходять відтворення в працях М. Перовича, Я. Певзнера, Д. Петрова, Є. Леонтєва, А. Анікіна, Л. Мендельсона; розкриттю соціально – економічної сутності дизайну присвячені праці зарубіжних авторів – Г. Ріда, Дж. Глоага, Дж. Нельсона, Т. Мальдонадо. Саме інтереси є сполучною ланкою взаємозв'язку економіки і дизайну, залишаючись формою вияву економічних інтересів і базовим елементом формування підприємницького інтересу (Л. Кривега, А. Косих, В. Зубов). Вплив економічної системи на дизайнерську виявляється в тому, що рівень і стан економіки ініціюють і стимулюють заходи по розвитку дизайнерської діяльності. Високий рівень розвитку країни стимулює високий рівень розвитку дизайну. Таким чином, залежність дизайнерської системи від економічної має об'єктивно необхідний характер, адже жодні дизайнерські перетворення неможливі без економічних трансформацій. Як відмічає В. Зубов, «Підприємство взагалі і підприємці зокрема здійснюють все більший вплив на темпи суспільного розвитку, на визначення напрямів і методів управління соціальними процесами» (Зубов В. О., 2004, с. 1).

Всі форми і різновиди дизайну використовують і віддзеркалюють окремі ознаки та властивості цілої системи взаємодій у вибраній галузі, послугуючись знанням певних тенденцій об'єктивної дійсності.

Неминучі і швидкі зміни навколишнього світу в епоху глобалізації виключають можливість по-

яви будь-яких ідеальних, універсальних дизайнерських рішень, потребуючи постійного творчого пошуку, нових методик і неодмінного внесення коректив у практику вирішення дизайнерських задач, розробку та удосконалення нових теоретичних, методологічних та методичних інструментів. Впровадження інноваційних технологій відкриває нові можливості для творчого розвитку особистості, формує новий тип мислення, дає змогу для спілкування, обміну думками, поглядами.

Дизайн у будь-якому суспільстві тісно пов'язаний із етнокультурою – звичаями, традиціями, тому культурна складова є необхідною для становлення національної системи освіти. Підготовка фахівців із високою професійно-творчою компетентністю, крім засвоєння необхідних професійних знань і умінь, має передбачати глибоке пізнання народної духовної і матеріальної культури, необхідність зв'язків з усією системою сформованих національних художніх традицій, стилістичних особливостей, побутових звичаїв.

І. Патлах відмічає як важливе, що «етнонаціональна сфера, в контексті якої розвиваються національні сфери дизайну, надає державі «укоріненості» в життєдіяльності нації, етносу, слугує державницькій спрямованості національного поступу, піднімає національні цінності до меж вселюдських та всенаціональних».

Процес глобалізації, що супроводжується стрімким поширенням тісних зв'язків та взаємозалежностей між країнами і народами, так само прискорює еволюцію дизайнерського мистецтва, що покликане перетворювати і вдосконалювати життя людини, впливаючи на основи людського світосприйняття, і дизайнерські ідеї минулих епох у якісно новому світі неминуче змінюватимуться.

«Без дизайну як відповідної соціальної концепції суспільство не зможе творити і вдосконалювати своє буття, адже невідомі резерви і джерела суспільного самовідтворення, шляхи та лінії колективної творчості. Саме ступінь втілення дизайну в життя слід вважати критерієм переходу від менш «досконалого» до більш «досконалого» стану розвитку суспільства» (Рижова І. С., 2008, с. 111-129).

Вивчаючи проблеми становлення дизайн-освіти, Фурса О. оцінює роль друкованої дизайнерської продукції, зарубіжних і вітчизняних видань, зокрема так званих «глянцевого журналу», у навчальному процесі як «дієвого чинника професійного розвитку майбутнього дизайнера», причому цінність цього фактору як матеріалу для творчих пошуків не зменшується навіть із появою інформаційних комп'ютерних технологій; при цьому відзначається, що, хоча зараз дизайнерська преса в Україні, як мережа професійних видань з дизайну, тільки формується, із зникненням державної монополії на видавничу діяльність ця галузь привертає все більшу увагу приватних інвесторів як перспективний і прибутковий сектор бізнесу. Важливим є те, що у дизай-

нерських виданнях висвітлюються різні точки зору на професійні процеси і окремі мистецькі явища, що розширює поле для арт-критики, роблячи її більш різноманітною і цікавою.

«Таким чином, український дизайн почав формувати своє інформаційне поле, сприяючи формуванню професії та критеріїв оцінки творчості дизайнера та консолідації суб'єктів дизайнерського ринку» (Фурса О., 2013, с. 392-398).

Соціально-культурні та політико-економічні характеристики суспільства з усіма взаємозалежними зв'язками в різних сферах діяльності, стрімко змінюючись під впливом глобалізації, торкаються і системи освіти.

Дотримання основних положень Європейської інтеграції з орієнтуванням на фундаментальні цінності загальносвітової культури і поширення вітчизняних культурних і науково-технічних досягнень у ЄС, впровадження європейських норм і стандартів в освіту, науку і техніку сприятиме загальному розвитку системи освіти і, зокрема, дизайн-освіти в Україні.

Соболев О. вважає, що «у кінцевому результаті такі норми сприятимуть підвищенню в Україні європейської, культурної ідентичності й інтеграції із загальноєвропейським інтелектуально-освітнім та науково-технічним простором (Соболев О. В., 2005, с. 82-88).

Практика сучасного дизайну, вибір дизайнерських рішень демонструють професійну свідомість щодо необхідності втілення теоретичних і методологічних підходів не тільки відносно забезпечення галузей дизайнерської діяльності в тій чи іншій сфері буття людини, але і щодо різноманітних комплексних заходів великого соціально-культурного масштабу, що усвідомлюються також як об'єкти дизайну, наприклад, виставково-ярмаркова діяльність та безпосередньо самі виставки, рекламна діяльність та поліграфічна промисловість

як у предметному, так і в побутовому контексті, індустрія книги та часопису тощо.

Розширення сфери дизайнерської діяльності свідчить про подальше зростання суспільних і державних потреб у професійно відповідальних, суспільно і соціально свідомих дизайнерах.

Висновки. Однією із провідних тенденцій розвитку дизайн-освіти в Україні є перетворення дизайну із додатка промислового виробництва у мистецтво третього тисячоліття, що може представляти країну на світовому ринку та впливає на її економічне становище, для чого необхідно розширювати сферу застосування дизайну, одночасно посилюючи та оновлюючи освітню базу підготовки фахівців дизайну, зокрема дизайнерів друкованої продукції. Важливим є вплив на становлення дизайн-освіти обумовленого глобалізацією створення нової соціально-культурної та економічної реальності, що поглиблює взаємозалежність різних сфер діяльності держави та суспільства.

Отже, теоретична та практична підготовка студентів має бути побудована як життєво зорієнтована єдина педагогічна система, спрямована на формування професійної компетентності і забезпечення, відповідно до світових стандартів, конкурентоспроможності дизайнерів, фахівців різного профілю, на ринку праці.

Крім того, підготовка фахівців із високою професійно-творчою компетентністю, крім засвоєння необхідних професійних знань і умінь, передбачає необхідність зв'язку з усією системою сформованих національних художніх традицій, стилістичних особливостей, побутових звичаїв, глибоке пізнання народної духовної і матеріальної культури.

Розширення сфери дизайнерської діяльності свідчить про подальше зростання суспільних і державних потреб у професійно відповідальних, суспільно і соціально свідомих дизайнерах.

Література

1. **Астафьев Я. У.** Социологические перспективы маркетинга и дизайн // Социологические исследования в дизайн. Труды ВНИИТЭ. Серия «Техническая эстетика». – Вып. 54. – М.: ВНИИТЭ, 1988. – С. 40-50.
2. **Бизунова Е. М.** Культурно-психологическое время дизайнера // Техническая эстетика, 1970. – № 12. – с. 4 – 6.
3. **Зубов В. О.** Підприємницький інтерес: соціально-філософський аналіз: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2004. – 15 с.
4. **Кузьменко К. В.** Основний спосіб економічної координації та його вплив на розвиток ринку рекламної продукції // «Ефективна економіка». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=151>
5. **Прусак В. Ф.** Організаційно-педагогічні засади підготовки майбутніх дизайнерів у вищих навчальних закладах України: Дис... канд. пед. наук. – Івано-Франківськ, 2006.
6. **Рижова І. С.** Соціально-філософська парадигма сучасного дизайну. Гуманітарний вісник ЗДІА, 2008. – С. 111-129.
7. **Соболев О. В.** Взаємодія дизайну і маркетингу у сучасній проектній культурі / О. В. Соболев // Вісн. Харк. держ. акад. дизайну і мистец. – 2005. – № 3. – С. 82-88.
8. **Татійський П.** Особливості становлення та перспективи розвитку дизайну в Україні // Дис. канд. техн. н. – Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ – 2002 р.
9. **Фурса О. О.** Основні напрями і чинники становлення дизайн-освіти. Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.18. – С. 392-398.

References

1. **Astafev, I. A.** (1988). Sociological perspectives of marketing and design. Sociological research into the design. Proceedings VNIITE. «Tekhnicheskaya estetika». Vol. 54, M.: VNIITE. P. 40-50 (in Russian).
2. **Bizunova, E.** (1970). Cultural and psychological time design. Tekhnicheskaya estetika. № 12, p. 4-6 (in Russian).
3. **Zubov, E.** (2004). The business interest: social and philosophical analysis: Extended abstract of candidate's thesis: 09.00.03 / Zaporizky Reigning universitet. - Zaporizhzhya, p. 15 (in Russian).
4. **Kuzmenko, K.** (2010). The main method of economic coordination and its impact on the market of promotional products. «Efektivna ekonomika». Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=151> (in Ukrainian).
5. **Prusak, V.** (2006). Organizational and pedagogical principles of training future designers uvyschyh educational institutions of Ukraine: Extended abstract of candidate's thesis, Ivano-Frankivsk (in Ukrainian).
6. **Rizhova, S.** (2008). Socio-philosophical paradigm of modern design. Gumanitarny`j visny`k ZDIA, P.111-129 (in Ukrainian).
7. **Sobolev, O.** (2005). Interaction design and marketing in contemporary design culture. Visn. Xark. derzh. akad. dy`zajnu i my`stecz. № 3, P. 82-88 (in Ukrainian).
8. **Tatijivs`ky`j, P.** (2002). Features of formation and development prospects design in Ukraine. Extended abstract of candidate's thesis. Kyiv National University of Construction and Architecture, Kyiv (in Ukrainian).
9. **Fursa, O.** (2013). The main trends and factors of design education. Naukovy`j visny`k NLTU Ukrayiny. Vol. 23.18, p.392-398 (in Ukrainian).

Брюханова Г. В. СРЕДСТВА ДИЗАЙНЕРСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Проблема дизайнерского образования в Украине настоящее требует при своем решении не только привычного академического, но и практического направления - для решения государственных задач, поддерживая курс на ускорение экономического развития страны. От осознания важности точки зрения на проблему дизайн взагали та отдельно дизайн полиграфичной продукции, осознание социальной значимости школы дизайн для страны, во многом зависит ее экономическое положение, в частности на внешних рынках.

Ключевые слова: дизайн; дизайнерская деятельность; культура; печатная продукция; подготовка специалистов; реклама; творчество.

Briukhanova G. TOOLS OF DESIGN EDUCATION IN UKRAINE: ANALYTICAL REVIEW

Today, solving the problem of design education in Ukraine requires academic and practical direction. The design should facilitate the solution of public problems in various areas of public life and the economy, to support policy of accelerating economic development. For this, we use the power of the impact design decisions, especially in the printed product.

With the rapid global changes necessary detailed analysis of the issues and problems of design education in Ukraine. It is necessary to identify all the productive possibilities of design development for solving problems of various industries. Work of designers will help in addressing environmental, social and spiritual problems in personal and social life.

It is necessary to be conscious importance of design problem overall and separately design of print products, to realize social meaningfulness of design school for a country. Its economic position very depends on it, in particular on oversea markets. Accordingly, maintenance of educational process preparation of specialists in area of design print products is one of the important tasks of state education. Life shows us, what huge meaning have in developed countries questions of preparation print production specialists.

Education should ensure competitiveness of designers in the job market, in accordance with international standards. For this theoretical and practical training for students should be built as a single educational system, aimed at fostering professional competence. The student must be provided with the desire and ability to self-development and improvement. The training and future professional activities should be based on the personal development of their own intellectual and creative potential. Such an approach increases the efficiency of the creative process.

Keywords: advertising; creation; culture; design; designer activity; preparation of specialists; printing products.

Рецензенти

Сисоєва С. О. – д. пед. н., проф., чл.-коресп. НАПН України,
Афанасьєв Ю. Л. – д. філ. н., проф.

Стаття надійшла до редакції 09.03.2015

Прийнято до друку 26.03.2015