

*Фролова Н.Ю.
Белорусский государственный университет, Минск*

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЗАЙНЕРА

Становление дизайна как культурного феномена совпало с профессиональной ориентацией современного общества. Это связано с ростом промышленности и усложнением форм и технологий производства.

Сначала из общего процесса промышленного производства выделилось промышленное проектирование, затем оно преобразовалось в художественное конструирование, а позже стало называться термином

«дизайн-проектирование». Проектировщик уже задумывается не только над функциональным значением вещи, но и над эстетическими характеристиками. Те товары, которые были сконструированы с учетом эргономических и эстетических качеств, имели большую конкурентную способность, поэтому промышленные предприятия, оценив возможности художественного конструирования, организовывали конструкторские бюро, где работали в единой команде инженеры, конструкторы и художники.

Художники, работающие на предприятиях в конструкторских бюро, очень скоро доказали свою необходимость участия в производственном процессе, способствуя росту покупательского спроса. Сначала они назывались художниками-конструкторами, а затем дизайнерами. Дизайнеры использовали в своем арсенале принципы мобильности, модульности и комбинаторности, но главное – придавали продуктам массового производства эстетический вид. Таким образом, художественное конструирование, которое позже стали называть «дизайном», стало неотъемлемой частью производства и специфическим профессиональным видом деятельности.

Усложнение процесса производства привело к появлению новых специализаций дизайна: графический дизайнер, дизайнер среды, web-дизайнер. Однако важнейшим фактором профессии остается фундаментальное образование и общий терминологический аппарат. Американский социолог Т. Парсонс четко выделяет критерии профессионализма в современном обществе: формальная «техническая подготовка», сопровождающаяся институционализированными моделями контроля над адекватностью образования и в отношении компетенции обученных индивидов; наличие навыков реализации полученных профессиональных знаний» [1, с. 58].

На процессы становления специальности дизайнера повлияло, в первую очередь, формирование системы профессионального образования – школы Баухауз в Германии и ВХУТЕМАС-ВХУТЕИН в России. Эти школы предложили не только оригинальные методики образования, но и создали модели комплексных программ в области дизайн-образования. Так, впервые стал возможен синтез знаний и умений, т. е. «художественно-производственных дисциплин в общее художественное произведение – ‘большой дом’» [5, с. 222]. У обеих школ, несмотря на явную разницу социокультурных ситуаций, была единая цель – подготовка профессиональных кадров для промышленности. Еще одним общим моментом было то, что пропедевтические курсы преподавались на всех специальностях, закладывая, тем самым, мощный фундамент у студентов разных

специализаций для глубокого и всестороннего освоения художественных средств в сфере формообразования. Таким образом, дизайнер получал комплексное образование: сначала студент изучал теорию и знакомился с терминологической базой, затем ему давалась возможность воплощения проектных задач в материале через различные технологии по направлениям специализации. Система образования двух школ, немецкой и советской, выступила институтом для воспроизводства, трансляции и легитимации профессиональной подготовки дизайнеров.

Однако, несмотря на основательность подхода к подготовке специалистов в этих школах, профессия дизайнера приобрела завершенность только в США, где идеи Баухауза были развиты и усовершенствованы на отделениях художественного конструирования, созданных преподавателями Баухауза при различных высших учебных заведениях Америки.

Современное образование предполагает возможность выполнения профессиональных задач только дипломированными специалистами. Закрытость профессионального пространства является важным условием существования любой профессии, особое значение оно приобретает в творческих профессиях, к числу которых относится и дизайн. Пространство профессионального дизайна обладает определенными границами, собственными категориями и понятиями. И хотя эти границы сегодня размываются такими феноменами как открытое образовательное пространство и дистанционное образование, черта, разделяющая дипломированных и недипломированных специалистов, еще существует.

Важной особенностью специального образования дизайнера является умение решать конкретные задачи с использованием знаний из разных областей: психологии, социологии, экономики, эргономики, архитектурники, искусствоведения; умение моделировать, владеть знаниями в области технологии производства материалов и их физических свойств. Кроме того, дизайнер должен владеть композиционным мастерством, у него должно быть развито чувство цвета, формы, образное мышление, он должен обладать навыками пластического формообразования. Но главным требованием к дизайнеру должно быть четкое понимание социальной значимости профессии, что предполагает ответственность за создаваемый им результат. К сожалению, дизайнеру не всегда удается проявить свой профессионализм в полной мере, так как он сегодня становится зависимым от требований и заказчика, и потребителя.

Развитие массового производства сформировало потребность в дизайне и, соответственно, в обществе появился заказ на дизайн-продукт. Предприятия используют возможности дизайна, прежде всего, для придания привлекательного вида продуктам и услугам. В то же время потребитель предъявляет к продукту свои требования, которые основываются на моде, вкусах, традициях. Растет влияние общественного мнения, через которое общество активно навязывает дизайнеру, вторгаясь в его профессиональное поле, свои вкусы и предпочтения, обсуждая дизайнерские работы во всех средствах массовых коммуникаций.

Потребитель не только внедряется в профессиональное поле дизайна, но посредством выбора товара или услуги становится неким экспертом, обеспечивая механизм профессиональной легитимации. Это, конечно же, не единственная экспертная система профессионализма дизайнера. Существуют культурная традиция, профессиональное общество, пространство конкурсов и выставок, где задаются критерии оценки профессионального уровня дизайна. Но в современном коммерчески-ориентированном обществе мнение массового потребителя приобретает все большее значение.

Можно сказать, что границы экспертной оценки дизайна все больше размываются. Это связано и с массовой увлеченностью дизайном и, как следствие, с нечеткостью границ профессионального поля. Сегодня появилось множество курсов по обучению различным видам дизайна, видео-уроков. Кроме того, в средствах массовых коммуникаций возникло множество «экспертов», рассказывающих о дизайне, подчас подменяя дизайн ремесленным творчеством. Размытость границы профессионального поля дизайна усиливают специалисты других областей: культурологи, искусствоведы, критики, которые исследуют дизайн как явление культуры.

Кроме активного навязывания своей власти дизайну массовым потребителем существует и власть специализированных агентов, призванных продавать продукты дизайна и продвигать их на рынке товаров и услуг. Это консультанты, эксперты, менеджеры которые наделены особым правом профессионального суждения и способны навязать собственную оценку товара или услуги как потребителю, так и проектанту. Эти агенты высказывают оценочное мнение о дизайне, тем самым определяют продвижение или неподвижение продукта на рынке. Их оценочная характеристика основывается не на социальном или культурном значении дизайна, а на его функциональных или эстетических характеристиках и коэффициенте успешной продажи. Существование такого вида агентов заставляет поставить вопрос об

отношении власти в профессиональном поле дизайнера и о властном ресурсе профессионала-дизайнера. Сегодня можно сказать с уверенностью, что в пространстве профессиональной компетенции дизайнера существуют агенты, способные «раскрутить» продукт или услугу и, в то же время, повлиять на процесс и результат работы дизайнера.

В заключение стоит отметить, что дизайн сегодня переживает ряд проблем. Эти проблемы связаны с изменением границ профессионального пространства дизайнера и с активным внедрением в него специалистов из других областей знаний. Сегодня субъектом проектирования социокультурного пространства выступает не только профессионал-дизайнер, но и массовый потребитель, который активно включается в процесс художественно-образного конструирования собственного пространства по своим критериям и своему вкусу.

Однако гуманистические задачи дизайнера, заложенные еще в начале XX в., дают надежду на то, что дизайн избавится от воли массовой культуры и станет действенным средством установления гармоничности существования современного человека в изменяющемся окружении, сняв социальную напряженность и задавая ориентацию на гуманистические ценности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамов, Р.Н. Профессиональный комплекс в социальной структуре общества (по Парсонсу) / Р.Н. Абрамов // Социологические исследования. – № 1. – М.: Российская академия наук, 2005. – С. 54-66.
2. Лазарев, Е.Н. Внутренняя и внешняя междисциплинарность дизайна / Е.Н. Лазарев // Гуманитарий Ежегодник. – Саранск: ООО ИнСтИтут, 1995. – С. 205-216.
3. Лисовец, И.М. Дизайн и массовая культура (возможности индивидуализации мира повседневности) / И.М. Лисовец // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации: сб. ст. – М.: Гос. ин-т искусствознания, 1998. – С. 168-183.
4. Лола, Г.Н. Опыт метафизической транскрипции / Г.Н. Лола. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 264 с.
5. Михайлов, С.М. История дизайна. Становление дизайнера как самостоятельного вида проектно-художественной деятельности: в 2-х т. / С.М. Михайлов. – Т. 1. – М.: Союз дизайнеров России, 2004. – 289 с.