

8. УНОВИС № 1. Приложение к факсимильному изданию. Публикация, подготовка текстов, вступит.статья и комментарии Т. Горячевой. М., 2003.
9. Малевич о себе. Современники о Малевиче. Письма. Документы. Воспоминания. Критика / авторы-сост. И. А. Вакар, Т. Н. Михиенко. М., 2004. В двух томах. Т. 1 М., 2004.
10. ГАВг. Ф. 837. Оп. 1. Д. 58. Л. 91
11. *Малевич К.* Собр. соч. в 5 т., Т. 2. М., 1998.

**ПРОБЛЕМА ПРЕДЗНАНИЯ В РАБОТЕ
СО СТУДЕНТАМИ ПЕРВОГО КУРСА
СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»**

**THE PROBLEM OF PRECOGNITION IN WORK
WITH FIRST-YEAR STUDENTS
OF THE SPECIALTY «GRAPHIC DESIGN»**

А. В. МАНТОРОВА

A. MANTOROVA

Пермский государственный национальный исследовательский университет
Пермь, Россия
Perm State National Research University
Perm, Russia
e-mail: aniel.tinuviel@yandex.ru

В статье исследуется проблема предзнания студентов первого курса о дизайне. В качестве источника используются материалы опроса, проведенного на первом занятии дисциплины «Введение в специальность». Было установлено, что представления поступивших студентов основаны на выборочном восприятии аспектов профессиональной деятельности. Полученные материалы позволяют определить потенциально проблематичные области в дальнейшем процессе обучения и уточнить стратегии преподавания ряда дисциплин.

Ключевые слова: дизайн; графический дизайн; дизайн-образование; предзнание.

The article deals with the problem of first-year students' pre knowledge about design. The materials of the survey conducted at the first lesson of the discipline "Introduction to the specialty" are used as a source. It was found that the representations of incoming students are based on a selec-

tive perception of aspects of professional activity. The materials obtained allow us to identify potentially problematic areas in the further learning process and clarify teaching strategies for a number of disciplines.

Keywords: design; graphic design; design education; preknowledge.

Одной из ключевых проблем введения студентов первого курса в контекст будущей профессиональной среды является соотношение и взаимодействие предзнания, с которым они поступают на выбранную специальность, и знаний, получаемых в процессе обучения на специальности. В статье представлены результаты исследования данного процесса на примере локального периода обучения (первые две недели) студентов первого курса специальности «Графический дизайн», а именно в промежуток времени, когда ими еще не получена и не усвоена базовая теоретическая информации по специальности. В качестве основы исследования использованы материалы, полученные в результате опросов, проведенных на первых занятиях по дисциплине «Введение в специальность». Дефиниции, сформулированные в подобных условиях, позволяют получить развернутое представление о предназначении и, соответственно, о сформировавшемся у абитуриента на момент поступления образе будущей профессии.

Как пишет в своей статье М. И. Шаповалов, предзнания, «полученные человеком в результате познания мира через свой опыт либо в процессе абстрактного мышления, могут быть извлечены в результате восприятия и понимания в дискурсе» [1, с. 35]. Таким образом, с целью установить существующий в среде начинающих студентов (и поскольку речь идет о студентах первых недель обучения, можно сделать вывод и о представлениях абитуриентов) образ профессиональной деятельности на первом лекционном занятии проводился опрос, где обучающимся было предложено сформулировать определение дизайнера, кажущееся им наиболее точным на текущий момент. Единственным требованием к выполнению задания был запрет на использование каких-либо источников и уже существующих определений и ориентация исключительно на личные представления и умозаключения.

Прежде всего, стоит отметить, что в качестве рабочего определения на данной дисциплине принято следующее: дизайн – это творческая проектная деятельность, целью которой является совершенствование функциональных и эстетических качеств предметной среды

и систем визуальных коммуникаций. Данное определение озвучивается после презентации каждым студентом своего собственного варианта. Далее представлены результаты анализа материалов опроса.

«Дизайн – это проектирование технической и визуальной составляющей предмета, основанное на законах композиции, психологии цвета, конструктивных особенностях и многих других составляющих, которые позволяют сделать этот предмет лучше, чем уже существующие в продаже варианты». Так звучит определение одного из студентов, что говорит о достаточно полном представлении о профессии уже на начальной стадии обучения и, как следствие, взвешенном решении в рамках профориентационных установок. В числе подобных определений были даны следующие: *«Дизайн – это разработка конструкции вещи и ее внешнего вида»;* *«Дизайн – это создание визуального и функционального решения вещей»;* *«Дизайн – это разработка того или иного предмета, которая включает и функцию и красоту».* Несмотря на цельность и глубину вышеуказанных определений, стоит отметить, что формулировки подобного плана встречались только у 11% обучающихся, что является достаточно низким показателем.

21% обучающихся в своих определениях перевели фокус внимания с задач профессиональной деятельности на итоговый результат – на конкретные объекты проектирования: *«Дизайн – это разная рекламная продукция брендов, оформленная в едином стиле»;* *«Дизайн – это все, что позволяет привлечь внимание клиента, демонстрируя преимущества компании: логотип, визитки, плакаты, сайт и др.»;* *«Дизайн – это оригинальная графическая идея, позволяющая выделиться среди конкурентов».* В данном случае у студентов сложно определить степень понимания ключевых профессиональных задач, тем не менее, можно отметить нацеленность студентов именно на сферу графического дизайна, что также свидетельствует о взвешенном решении.

Большая же часть студентов (68%) представила формулировки, описывающие дизайн как работу исключительно с внешними характеристиками объекта, среди которых были следующие: *«Дизайн – это создание эстетичного внешнего вида изделия»;* *«Дизайн – это придание оригинального вида обычным вещам»;* *«Дизайн – это деятельность по украшению всего, что нас окружает»;* *«Дизайн – это декорирование предметов в различных стилях»;* *«Дизайн – это*

оформление вещей для придания им гармоничного и красивого внешнего вида». С одной стороны, учитывая специализацию «Графический дизайн», данный акцент в определениях студентов кажется уместным и логически вытекающим из данного типа дизайна, поскольку графический дизайн не предполагает настолько подробной работы с конструкционной составляющей объекта, как в промышленном дизайне, или, например, с объемно-пространственными формами, как в дизайне интерьера. С другой стороны, как показывает практика обучения на последующих курсах, при наличии у студента подобных установок в своих работах он чаще всего не учитывает аспект функциональности – от читабельности шрифтов до психологии восприятия цвета или смыслообразующих характеристик графического образа. Также здесь стоит отметить, что данная позиция оборачивается достаточно слабым уровнем взаимодействия именно с теми формами, которые студенты подсознательно относят к иным типам дизайна, не связанными с их деятельностью: к примеру, неспособность спроектировать графическое решение для объектов, выходящих из плоскостного изображения в объем (проектирование буклетов/брошюр/упаковки тех или иных товаров в рамках создания фирменного стиля).

Кроме того, была установлена связь с исследованием, проведенным несколькими годами ранее и фокусировавшемся на дизайнерском профессиональном сообществе. Опрошенные респонденты (прим. дизайнеры с соответствующим высшим образованием, работающие по специальности), сравнивая ожидания от специальности с текущими профессиональными практиками, отмечали: «До того, как я пошла учиться, я думала, что дизайнер – это человек, который просто делает какие-то красивые симпатичные штучки» [2, с. 199]. Таким образом, можно проследить, что циркулирующие в непрофессиональной среде представления о дизайне не менялись, как минимум, последние лет пятнадцать.

В целом полученные данные подтверждают идею о том, что термин «дизайн» действительно существует в двух ипостасях. Этот факт отмечают и авторы работ, посвященных теории и истории дизайна. К примеру, А. Форти пишет, что когда мы субъективно оцениваем красоту вещи с позиции нравится она нам или нет, то под эту оценку попадают исключительно внешние характеристики объекта. Однако второе и, на его взгляд, более точное определение дизайна напрямую связано с процессом проектирования, конструирования и изготовле-

ния. «Совмещение этих смыслов в одном термине как нельзя лучше отражает их неразделимость: внешний вид в конечном итоге определяется условиями ее создания» [3, с. 10].

Помимо синтеза функционального и эстетического, определяющего смысловой каркас самого термина, специалисты отмечают также существование двух полюсов, относительно которых можно разместить практически все объекты дизайна. Одним таким полюсом (обозначим его как Дизайн типа 1) по В. Аронову является «зрелищный, игровой» дизайн, который больше нацелен на эмоциональное восприятие, отличается смелыми композиционными, колористическими и метафоричными решениями. По этой причине он является более эффективным и часто приобретает как инструмент самовыражения и/или презентации статуса. Другим же полюсом (Дизайн типа 2) является «внешне малозаметный функциональный дизайн, способный почти полностью раствориться в окружающей жизни, но который высоко ценится в профессиональной среде и отмечается наградами на многочисленных профессиональных конкурсах» [4, с. 29]. Таким образом, данное разделение подчеркивает те же смыслы, что рассматривает А. Форти.

Интересным является тот факт, что, судя по ответам студентов, они интуитивно чувствуют данное разделение, однако на данном этапе располагают эти два полюса по шкале «дизайн – не дизайн», где Дизайн типа 1 является привлекательным, а Дизайн типа 2, соответственно, скучным и не воспринимается как результат профессиональной деятельности дизайнера. Иллюстрацией данного тезиса стало объяснение студентов в ответ на просьбу уточнить, в чем конкретно заключается дизайн и что он может предложить потребителю: *«ну вот, когда нам не хочется покупать какую-то обычную и безликую вещь, мы же как раз и пишем в поисковике «дизайнерский чехол», например. И нам сразу выдается множество интересных вариантов с крутыми рисунками, которые разработаны разными дизайнерами»*. Кроме того, данное высказывание вскрывает еще одну проблему – подмену понятий. В повседневной культуре, которая в настоящее время находится в постоянном взаимодействии с интернет-пространством, слово «дизайнерский» достаточно часто применяется практически к любому объекту, к привычному виду которого добавлены декоративные элементы, далеко не всегда уместные, а порой и негативно влияющие на функцию или эргономические качества предмета. Поскольку обу-

чающиеся в начале профессионального пути руководствуются именно опытом восприятия транслируемых на рынке образов, то начинают переносить содержание термина «дизайн» на понятие «украшение» или «рисунок».

Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время в среде потенциальных абитуриентов, планирующих получить высшее образование в сфере дизайна, лидирует предзнание о последнем, как о деятельности, связанной исключительно с проектированием внешнего вида объекта. При этом активная трансляция через различные интернет-каналы эффектных образцов современной предметной культуры отводит фокус внимания от Дизайна типа 2, что приводит к обесцениванию функциональной составляющей проектируемого объекта в мировосприятии студента. С целью восстановления баланса полюсов Дизайна типа 1 и Дизайна типа 2 необходимо выстраивать логику учебных заданий таким образом, чтобы в процессе выполнения студент выходил на необходимость проектирования функционального решения в частности и постепенно освоился в «системе координат профессионального дизайнера: время – функция – форма – спрос» в целом [5, с. 9].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Шаповалов М. И.* Дистанционное обучение и проблема понимания научного текста // Образовательные ресурсы и технологии. 2014. № 3 (6). С. 33–37.
2. *Манторова А. В.* Социокультурный портрет дизайнера: : матер. конф. // Диалоги о культуре и искусстве), В 2 ч. : ч. 1. Пермь, 2017. С. 198–202.
3. *Форти А.* Объекты желания. Дизайн и общество с 1750 года / пер. с англ. И. Форонова. 3-е изд. М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2021.
4. *Аронов В. Р.* Концепция современного дизайна. 1990–2010. М. : Артпроект, 2011.
5. *Лантев В. В.* Просто дизайн / Авт. вступ. ст. Г. С. Покшишевская. М. : Аватар, 2008.