А. С. Вдовин, М. И. Бордуков [и др.]. − Красноярск: РИО Краснояр. гос. пед. ун-та, 2004. − 80 с.

6. *Петухова Т. П.* Самостоятельная работа глазами студентов и преподавателей: результаты мониторинга / Т. П. Петухова // Высшее образование в России. − 2012. − № 1. − С. 80−85.

7. *Сикорская Г. П.* Интерактивный режим обучения студентов в компетентностной парадигме образования / Г. П. *Сикорская, Т. В.* Савельева // Образование и наука. − 2012. − № 6. − С. 74−92.

УДК 745.071.1:7.01

В. П. Климов, Г. П. Климова
V. P. Klimov, G. P. Klimova
ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург
Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg
kvictorp66@mail.ru

ВКУС КАК УСЛОВИЕ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ ДИЗАЙНЕРА

TASTE AS MAKING OF THE DESIGN PROFESSION

Аннотация. В статье делается попытка раскрыть феномен «вкуса» в профессиональной подготовке дизайнера.

Abstract. The article describes the potentiality of phenomenon "taste" in vocational training the designer

Ключевые слова: вкус, мера, композиция, профессиональная культура дизайнера

Keywords: taste, a measure, a composition, professional culture of the designer

Культурная среда жизни социума как феноменальный результат особой профессиональной проектной деятельности и как креативное поле создания художественно-эстетических паттернов, всегда излучают эстетические вкусовые векторы или определяют стиль эпохи. Как формируется профессиональная культура самих демиургов архитектонических искусств? Какую роль играют художественные или эстетические ориентации в начале профессии? Справедливы ли утверждения о существовании врожденного вкуса, что это – своеобразная способность, одаренность или это результат воспитания, итог особых педагогических технологий? И, наконец, почему профессиональное архитектоническое образование еще не гарантия формирования хорошего вкуса, а в то же время носителями и авторитетами высокого стиля во всем могут быть люди, далекие от искусства? В том числе и педагоги, но, к сожалению, не все.

По мнению многих теоретиков, условием развития хорошего вкуса, является особое *чувство меры*. Необходимо заметить, что нет вечного и

неизменного чувства меры, хотя в некоторых эпохах появлялись попытки нахождения абсолютного чувства меры и абсолютных канонов красоты [1, с. 46].

Вне конкретной практики дизайн-образования вкус может приобретать разнообразные инверсии и проникновения в различные контексты проектной деятельности. Часто он выступает как синоним стиля, нормы или меры. Мера в философском измерении предстает как категория диалектики, предел измерений качества предмета, либо как критерий оценки телесной материи, обладающей очевидной структурой. Внутренняя и внешняя формы меры существуют как в физическом, так и в гуманитарном измерении, являясь основанием эстетических вкуса, оценки, идеала, отождествляемых с «чувством меры».

В проектно-творческой деятельности эстетическая мера является регулятивным, нормативным принципом, эталоном совершенства производного от идеального образца или точка отсчета в процессе преодоления стереотипов повседневного и профессионального восприятия. Историческая изменчивость и многообразие оценок, форм и содержания эстетической меры зависит от социального контекста. Социально-культурные модели выступают как внутренний фон и контекст индивидуальных проективных рефлексий. Базисные компоненты каждой культурной эпохи как внеэстетические корреляты рождают новую эстетическую меру как культуротворческую норму и социометрический критерий.

Объективное богатство проявлений мер предметов при единстве сущностей создает возможность выбора, составляет условие свободы вкусовых оценок, причину многообразия хороших вкусов. *В многообразии мер − условие свободы эстетических суждений*. Поэтому познание меры и есть познание единства многообразия. Выражением единства меры и границей свободы выбора является эстетический идеал (социальное), выражением многообразия и областью свободы является вкус (личное). Отсюда – хороший вкус – не единственный вкус, не одинаковый для всех вкус. Но хорошие вкусы – единые в своей основе вкусы.

Проблема вкуса продуктивна и актуальна на уровне функционирования как повседневной, так и профессиональной культур. Особенно значимы прикладные и теоретические исследования вкуса для современного дизайна. Дизайн, в силу собственной социодинамической природы, постоянно находится в стадии естественного развития и видового приращения. В

таких областях его участия, как одежда, макияж, бытовая среда, урбанистическое обустройство, опека детей, визуальная продукция самыми обидными могут быть оценки: «Излишество» (перебор, избыточность средств), «Невыразительность», «Композиционная беспомощность», «Кич», «Эклектика», «Манерность», «Пошлятина» и, наконец, приговор заказчика: «Какая безвкусица!»

Вкус (как композиционная мера) в профессиональной сфере дизайна непосредственно связан с таким феноменом, как организация внутреннего мира человека и его продуктивных рефлексий в социальном пространстве эпохи. В этом случае профессиональными категориями дизайн-образования, непосредственно связанными со вкусом, могут быть названы «композиционное мышление», «формообразование», «художественное моделирование», «пластическая культура», «пластические чувства и интуиция» и др. Они, по существу, и должны составить содержание соответствующих компетенций или учебных дисциплин дизайн-образования. В условиях реализации учебных программ специального дизайнерского образования: пропедевтических навыков рисунка, живописи, композиции (имеющих значительные содержательно-методические отличия в сравнении с принципами академического художественного образования в ведении этих же дисциплин, где они являются основными), также решаются вкусовые задачи [3, с. 11].

А они, скорее, эстетические, нежели художественные, т.к. решают задачи гармонизации и упорядочения плоскостной или объемной цветографической композиции, формируют навыки проектного мышления. То же можно отнести и к искусствоведческим курсам по истории изобразительного искусства, теории архитектуры и дизайна. Здесь, на наш взгляд, следует обращать внимание не столько на исторический нарратив и персональную фактографию, сколько на выделение параметров будущей профессиональной культуры дизайнера – чувства стилевой и композиционной завершенности объекта, навыков анализа средств его эстетической гармонизации и выразительности. Для формирования эстетического вкуса продуктивно привлечение специальных психолого-педагогических условий восприятия («бомбардировка совершенными образами») и образовательных технологий (погружение в культурную атмосферу, контекст эпохи). Доказано, что наличие у человека развитого эстетического вкуса объясняется (детерминировано) накопленным опытом эмоционального переживания лучших образцов художественной и проектной культуры, своеобраз-

ной «насмотренностью» большого количества мировых шедевров, обладающих, несомненно, общими законами красоты и гармонии, обращенными к глубинным механизмам человеческого чувственного восприятия. В итоге эта «насмотренность» становится достоянием индивидуального подсознания – источника эмоциональных вкусовых интуиций и, конечно же, при дальнейшем воспитании и обучении – проективных рефлексий объекта прикладного творчества. Ибо вкус дизайнера-профессионала – уже не столько факт его личной культуры, сколько продуктивный феномен, позволяющий ему воспринимать и судить окружающую действительность как совершенную или несовершенную [1, с. 54].

Таким образом, *вкус дизайнера – это особое композиционное мышление*, направленное на эстетическое призвание (улучшение, модификацию, проектирование) предметно-пространственной среды, в случае обнаружения несоответствия объекта восприятия с рефлексивным (вкусовым) эстетическим идеалом или представлением. Здесь, повторимся, все архитектоническое образование, начиная от пропедевтики (рисунок, живопись, пластика) и до дисциплин профессионального цикла (формообразование, моделирование, проектирование) – есть разной степени проектная конкретизация и эстетическая коррекция все той же композиции.

Все вышесказанное показывает, что сегодня проблема вкуса дизайнера особенно остра и значима на уровне как повседневной, так и профессиональной культуры. Категории вкуса могут являться оценочными критериями, проявлением творческой самости, профессиональной креативности, саморефлексии и самопрезентации.

Заканчивая разговор о вкусе, скажем несколько слов о нашем понимании природы вкуса как **антиномии** *и интеграции* [2, с. 63].

Вкус – один из немногих эмоционально-ориентированных составляющих дизайна, имеющий качество личного достоинства у самого дизайнера, и как профессиональная компетенция, и как реализованный в проекте эстетический и прогностический потенциал, содержащий адресный вектор его продукта.

Говоря о вкусе как о прерогативе эмоционального, мы все же должны отметить, что эстетический вкус самого дизайнера сугубо коммуникационный, ориентирован на заказ, поэтому рационален и проявляется более как профессиональная позиция, нежели личностное качество. И, напротив, у адресата продукта дизайна как раз предполагается (прагматически трезво

рассчитанная дизайнером) благоприятная эмоциональная реакция, непосредственная и положительная оценка объекта социальным заказчиком. Она и настраивается демиургом от проектирования для успешного продвижения своего продукта.

Но проблема в другом. Как угадать дизайнеру пристрастия и вкусы аудитории? У самого дизайнера он мог формироваться и стихийно, и самостоятельно целенаправленно, а также методически воспитывался в специальных образовательных учреждениях. Аудитория дизайн-продукции становится все более дифференцированной. Представители как элитарной, так и массовой культур эстетические ориентации приобретали на основании индивидуального визуального опыта, разного качества насмотренности и художественного багажа каждого. Поэтому они диффузны и изменчивы. И типов их проявлений и ценностных моделей множество.

Список литературы

1. *Климова Г. П.* Эстетический вкус как проектная культура и творчество личности: монография / под ред. Г. П. Климовой, В. П. Климова. − Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «Рос.гос. проф.-пед.ун-т», 2009. − 110 с.
2. *Климов В. П.* Культурологические модели дизайна: интеграция, полиэмпиризм, полифония: монография / В. П. Климов. − Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «Рос.гос. проф.-пед.ун-т», 2013. − 119 с.
3. *Огоновская И. С.* Пространство педагогической креативности и факторы ее ограничения / И.С. Огоновская // Образование и наука. − 2013. − № 1. − С. 3−16.

УДК 378.146

Е. Д. Колегова

E. D. Kolegova

ФГАОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», г. Екатеринбург

Russian state vocational pedagogical university, Ekaterinburg

fpk.rsvpu@list.ru

О ПОДХОДЕ К ОЦЕНКЕ УЧЕБНЫХ ДОСТИЖЕНИЙ СТУДЕНТОВ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ФГОС

ON THE APPROACH TO THE ASSESSMENT OF STUDENTS' EDUCATIONAL ACHIEVEMENTS IN CONDITIONS OF REALIZATION OF THE FEDERAL STATE EDUCATIONAL STANDARDS

Аннотация. Анализируются проблемы оценки уровня сформированности компетенций в условиях реализации ФГОС. Показана возможность применения процессного подхода для детализации компетенций при дисциплинарной структуре учебного